



ARTE URBANA NO SÉCULO XXI – A RELAÇÃO COM O MERCADO DA ARTE

Sara Rodrigues Eugénio

Dissertação de Mestrado em Gestão Cultural

Orientador:

Professor Doutor Pedro Manuel Rodrigues da Silva Madeira e Góis.

Co-orientadora:

Professora Doutora Alexandra Fernandes, ISCTE Business School, Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral.

Outubro 2013

*À minha mãe,
por acreditar sempre nos meus sonhos!*

Agradecimentos

Em primeiro lugar gostaria de agradecer a todos os que tornaram possível a elaboração desta dissertação. Aos artistas e agentes culturais que gentilmente se disponibilizaram para contribuir com as suas opiniões e partilharam comigo as suas experiências.

Gostaria de agradecer aos meus orientadores, Doutor Pedro Góis e Doutora Alexandra Fernandes, pela sua orientação e partilha de conhecimentos, que enriqueceram de forma essencial esta investigação.

Agradeço à minha família pelo apoio incondicional. A todos os meus amigos que partilharam comigo horas a fio de trabalho e aos que compreensivamente aguardaram o fim desta dissertação, sempre com muita paciência e palavras de motivação.

À turma fantástica que se juntou neste Mestrado. Grandes amigos, a quem agradeço o companheirismo, as longas discussões e a contribuição incansável para o aumento dos meus conhecimentos e crescimento pessoal.

Por fim, mas não menos importante, à Misha, pelas horas intermináveis de companhia.

Esta dissertação não foi escrita ao abrigo do Novo Acordo Ortográfico.

Resumo

Esta dissertação aborda a relação da arte urbana com o mercado da arte no panorama português, bem como o papel do agente enquanto intermediário dos dois. Contextualiza-se historicamente a arte urbana e o mercado da arte, com o objectivo de esclarecer a relação existente entre ambos.

Através de um estudo qualitativo, com recurso a documentação, observação e entrevistas semi-estruturadas a artistas urbanos portugueses e agentes culturais, procura-se compreender o universo da arte urbana, do artista, da relação com o mercado da arte, bem como da importância do agente e do agenciamento. Este estudo pretende expor o estado actual da arte urbana em Portugal e do mercado da arte quando relacionado com a mesma, de forma a compreender a necessidade de um agente ou modelo de negócio de agenciamento de artistas urbanos.

Ambiciona-se que esta investigação contribua para aumentar o espectro de informação sobre a arte urbana em Portugal e do mercado da arte nesta vertente. Há ainda o intuito de compreender se existe uma oportunidade de negócio que possa dinamizar o mercado no que diz respeito à arte urbana.

Com o decorrer desta investigação concluiu-se que em Portugal a relação da arte urbana com o mercado da arte é ainda pouco expressiva, denotando-se uma lenta evolução. Constatou-se também que poderá existir uma necessidade de um elemento que deverá ser o gestor de carreira do artista urbano, que se encarregue de todo o trabalho burocrático do mesmo e que o apoie na realização de projectos.

Palavras-chave

Arte urbana, *graffiti*, *street art*, mercado da arte.

Abstract

This dissertation addresses the relationship between urban art and the art market in the portuguese field, as well as the role of the agent as an intermediary between both. Contextualize historically the urban art and the art market, with a goal to clarify the relationship between them.

Through a qualitative study, based on documentation, observation and semi-structured interviews to Portuguese urban artists and cultural agents, the goal is to understand the universe of the urban art, of the artist, of the relationship with the art market, as well as and the importance of the agent and the agency. This study aims to explain the current state of urban art in Portugal and also of its art market, in order to understand the need of an agent or of a business model of agency of urban artists.

This study aspires to contribute to the increase of the information about urban art in Portugal and of the art market in this field. There is also the intention to understand if there is a business opportunity in the art market that can promote urban art.

In the course of this investigation it was concluded that in Portugal the relationship between the urban art and the art market is still not significant, denoting a slow evolution. It was also verified the need of an element who should be the urban artist's career manager, that should be in charge of all the paperwork and should assist it the realization of other projects.

Key words

Urban art, graffiti, street art, art market.

Índice

Agradecimentos	iii
Resumo.....	v
Palavras-chave.....	v
Abstract.....	vi
Key words	vi
Índice de Figuras	ix
Glossário	1
Introdução	3
Estado da Arte – do <i>graffiti</i> ao <i>post-graffiti</i>.....	7
A etimologia da palavra	7
Definição de <i>graffiti</i>	7
As primeiras representações nas paredes	9
De Filadélfia a Nova Iorque	9
A cultura <i>hip hop</i>	12
O <i>graffiti</i>	13
<i>Tag</i>	15
<i>Throw-up</i>	16
<i>Piece</i>	18
O <i>graffiti</i> nas carruagens.....	20
A chegada à Europa	21
O <i>Post-graffiti</i>	22
Galerias	24
<i>Street art</i> : de Basquiat a Banksy.....	25
Arte Urbana em Portugal.....	27
O mercado da arte contemporânea.....	30
Vera Cortês	32
Underdogs.....	32
Plugged-in – Book a Street Artist	33
Metodologia	34
Análise de Dados.....	37

Os artistas e as suas motivações	37
A arte urbana e as suas transformações.....	40
A arte urbana e o mercado da arte	44
Cidade e sociedade.....	51
A importância do agente e do agenciamento.....	58
Conclusão.....	61
Contribuições.....	63
O impacto das decisões tomadas	63
Limitações	63
Trabalho futuro	64
Bibliografia	65
Anexos.....	71
Anexo A – Guião de entrevista: artistas.....	73
Anexo B – Guião de entrevista: agentes culturais	75
Anexo C – Entrevista Tamara	76
Anexo D – Entrevista Rafi	90
Anexo E – Entrevista Third.....	99
Anexo F – Entrevista Youth One.....	106
Anexo G – Entrevista Slap	118
Anexo H – Entrevista Vhils.....	129
Anexo I – Entrevista Michael DaCosta Babb.....	141
Anexo J – Entrevista Lara Seixo Rodrigues.....	148
Anexo K – Entrevista Diana Sousa e Rui Freitas	163
Anexo L – Entrevista Pauline Foessel	172
Anexo M – Entrevista Sílvia Câmara	182

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Tag</i> de CORNBREAD, Filadélfia	10
Figura 2 Artigo sobre TAKI 183, New York Times de 21 de Julho de 1971.....	11
Figura 3 <i>Graffiti</i> de ECRAZ, Paris.....	15
Figura 4 <i>Tag</i> na Rua das Gaivotas, Lisboa	16
Figura 5 <i>Throw-up</i> de CHAS	17
Figura 6 <i>Graffiti</i> com letras do estilo <i>bubble</i> de ANARKIA, Rio de Janeiro.....	18
Figura 7 <i>Whole car</i> de DONDI, Nova Iorque.....	18
Figura 8 <i>Piece</i> de CASE II, Nova Iorque	19
Figura 9 <i>Top-to-bottom</i> de WOODY, Bruxelas	19
Figura 10 <i>Graffiti</i> em movimento, Bronx.....	20
Figura 11 <i>Graffiti</i> de ODEITH com a técnica de anaformismo, elaborado numa esquina de 90°, Lisboa	22
Figura 12 Intervenção de SAMO aka Jean-Michel Basquiat.....	23
Figura 13 Intervenção de Keith Haring no metro de Nova Iorque.....	24
Figura 14 <i>Graffiti</i> em tela, " <i>The ghost of LEE</i> ", 1979, Coleção privada, Roma, Itália	25
Figura 15 Intervenção de JR, " <i>Women are heroes</i> ", 2008-2009, Brazil.	26
Figura 16 Intervenção de BANKSY, Londres	27
Figura 17 <i>Graffiti</i> da autoria de KAZAR, MISTIK e SPIN, datada de 1989, Carcavelos	28
Figura 18 Obra de TAMARA. Exposição da Galeria de Arte Urbana: " <i>Almada por se7e</i> ", Calçada da Glória, Lisboa.....	76
Figura 19 Intervenção de RAFI, Maia.	90
Figura 20 Intervenção de THIRD.....	99
Figura 21 Intervenção de YOUTH ONE. Carcavelos JAM 2012.....	106
Figura 22 Intervenção de SLAP	118
Figura 23 " <i>Angela Merkel</i> ", VHILS, Berlim.	129

Glossário

Aka – Sigla de “also known as”.

Black Book – Caderno utilizado pelos *writers* para fazer esboços e treinar técnicas que poderão ser posteriormente realizadas em outros suportes.

Bombing – *Graffiti* realizado em grande quantidade, de forma ilegal. Quanto mais vezes os *writers* fizerem *graffiti* mais reconhecimento e fama adquirem dentro da sua comunidade.

Breakdance – Expressão corporal da Cultura *hip hop*. Dança ao ritmo de música *hip hop*.

Bubble – Estilo de letra do *graffiti*. Bastante arredondada, assemelha-se a balões.

Characters – Bonecos. Personagens desenhadas.

Crew – Grupo de *writers* que pintam em conjunto, semelhante a uma equipa. Cada *crew* tem a sua assinatura em forma de sigla.

Djing – Acto de produção do *disc jokey* (DJ), que cria ritmos musicais através da manipulação de discos.

Graff – Abreviatura de *graffiti*.

Graffiti – Assinatura do *writer* executada de forma mais elaborada que o *tag*. Realizado em contexto urbano, com *spray* e em qualquer superfície não autorizada.

Hall of Fame – *Graffiti* elaborado em paredes legais, facto que permite que estes sejam realizados em escala maior e com mais qualidade.

Lettering – Letras de *graffiti*.

Masterpiece – *Graffiti* encarado como uma obra de qualidade superior. Normalmente são letras ou *characters* pintados com mais de duas cores.

Old school – Geração mais antiga de *writers*.

Piece – Diminutivo de *Masterpiece*.

Rap – Sigla de *rhythm and poetry*. Expressão musical da Cultura *hip hop*, realizada por um MC (Mestre de Cerimónia) que é o cantor e o DJ (*disk jokey*) que cria o ritmo.

Silver – Letras de *graffiti* preenchidas com cor de prata.

Stencil – Técnica de criação de silhuetas, figuras ou letras, através do recorte de diversos materiais como radiografias ou cartão de espessura fina, de forma a criar um molde que posteriormente é encostado a uma superfície e é aplicado *spray* por cima. Esta técnica facilita a repetição da mesma forma e é de rápida realização.

Street art – Não sendo ainda um conceito completamente definido, diz respeito a intervenções feitas no contexto urbano, com diversas técnicas e estilos, desde performance, colagem, *posters*, *stickers*, escultura de baixo-relevo, pintura, mosaico, carvão, instalação, luzes, projeções, entre outras. Estas intervenções são na sua maioria veículos de comunicação com a sociedade. Pode ser legal ou ilegal, subsidiada ou não.

Tag – Assinatura do *writer* ou nome pelo qual o mesmo é conhecido dentro da sua comunidade.

Throw-up – Forma de *graffiti* não muito elaborada. Composto por um traço de contorno e habitualmente preenchido com preto ou branco.

Top-to-bottom – *Graffiti* realizado numa carruagem de comboio, desde o cimo até baixo.

Whole Cars – *Graffiti* que ocupa toda a superfície da carruagem de comboio, tanto em altura como em largura.

Writer – Aquele que pinta *graffiti*. Membro da comunidade do *graffiti*.

Introdução

O tema escolhido para esta dissertação prende-se com a exploração do conteúdo da arte urbana contemporânea e a sua relação com o mercado da arte no panorama nacional. O interesse por este tema surge devido à paixão que nutro pela arte urbana, ao fascínio que esta me provoca e também dado o meu percurso académico que combina história da arte com gestão cultural, o que fez com que criasse uma visão também direccionada para o mercado.

Enquanto residente numa zona que pertence ao subúrbio da cidade de Lisboa, cresci e ver *tags* e *graffiti* nas paredes. Conheci alguns *writers* que contribuíram bastante para a educação do meu olhar sobre esse tipo de intervenções. Com o passar dos anos, ganhei um olhar ainda mais atento em relação às criações elaboradas nas ruas. Assim surge o interesse pela arte urbana. Algumas das minhas motivações para desenvolver este tema associado à arte urbana, passam por esta ser um meio de comunicação com a sociedade, que provoca sensações e emoções a quem por ela passa. A arte urbana é um símbolo representativo da liberdade de expressão e da democratização da arte, uma vez que está nas ruas acessível ao olhar de todos, sem que estes tenham que se deslocar a espaços institucionais como museus ou galerias.

A falta de esclarecimento sobre o que é considerado arte urbana faz com que muitas vezes seja à partida rotulada como vandalismo, sem que se tenha em consideração o conteúdo artístico que possa ou não existir numa intervenção. O facto de ser realizada na rua faz com que seja mais vulnerável à crítica e especulação pública, principalmente o *tag* e o *graffiti*. Todos estes factores proporcionaram-me largas conversas e fizeram com que me interessasse cada vez mais por explorar o mundo complexo e codificado da arte urbana.

Esta temática revela-se igualmente importante pelo facto de ser um assunto ainda não muito explorado. Existem alguns estudos sobre a relação da arte urbana com o marketing, alguns livros sobre arte urbana que exploram a forma como esta chega às galerias e outros que elaboram levantamentos sobre as exposições já realizadas, tanto no contexto nacional como internacional. Dada a actualidade do tema em causa, a informação mais actualizada chega-nos através dos *media*, de artigos de jornais e publicações *online*.

Nesta investigação são levantadas as seguintes problemáticas: de que forma a arte urbana contemporânea se relaciona com o mercado da arte? Qual o papel que o agenciamento desempenha?

As questões que levaram à escolha destas problemáticas prenderam-se principalmente com o esclarecimento do que deve ser considerado arte urbana; de que forma a arte urbana se torna comercializável e de que forma os artistas encaram essa comercialização; se já existe mercado em Portugal para a arte urbana; se a existência de um agente pode provocar um aumento na procura de arte urbana no mercado.

As referidas problemáticas têm como objectivo explorar três vertentes: primeiro, a temática da arte urbana e os seus intervenientes; segundo, o mercado da arte contemporânea em Portugal, com enfoque na arte urbana; e, terceiro, se existe ou não uma área de negócio por explorar, alguém que crie um maior dinamismo entre os artistas urbanos e o mercado da arte.

Esta dissertação divide-se em duas partes: a primeira procura desenvolver a contextualização histórica da arte urbana, através do levantamento das principais abordagens desenvolvidas até então, principalmente em livros, artigos e investigações académicas. Ainda nesta parte, é elaborada uma caracterização do mercado da arte contemporânea e o levantamento de alguns intermediários entre o mercado e a arte urbana. Assim, tem como objectivos:

- Compreender o processo evolutivo da arte urbana, desde que surge o *tag* até à *street art*:
 - Apresentar o contributo de alguns dos principais intervenientes da história da arte urbana;
 - O objectivo das intervenções e as motivações dos executantes;
 - A evolução da técnica e estilística das intervenções;
 - A influência da cultura *hip hop*;
 - De que forma chega às galerias;
 - A transição do *graffiti* para a Europa;
 - A história da arte urbana em Portugal:
 - Onde surgiu;
 - Que exposições foram realizadas;
 - Projectos desenvolvidos.
- Caracterização do mercado da arte contemporânea:
 - Contextualização da arte contemporânea;
 - Definir a estruturação do mercado da arte;

- Expor alguns dos principais intermediários entre a arte urbana e o mercado da arte em Portugal.
 - Algumas das principais galerias que realizam exposições de arte urbana;
 - Que modelos de negócio de agenciamento existem actualmente no mercado.

A segunda parte começa por abordar a metodologia aplicada nesta investigação. Neste caso foi aplicado o estudo qualitativo através de entrevistas semi-estruturadas, observação e documentação. Posteriormente é desenvolvido o trabalho de pesquisa, através da análise dos dados recolhidos e o respectivo resultado e conclusão dos mesmos. Os objectivos da metodologia e da análise de dados são:

- Esclarecimento da metodologia a ser aplicada:
 - Escolha do estudo qualitativo, elaborado através de documentação, observação e entrevistas semi-estruturadas. As entrevistas foram realizadas com o intuito de criar uma teorização sobre o tema, proveniente de dentro da comunidade da arte urbana e de agentes culturais que possuem conhecimento de causa para o exterior, ou seja, para a restante sociedade;
 - Os guiões das entrevistas não seguiram um modelo rígido, ao invés, pretendeu-se que fossem o mais flexíveis possível para facilitar ao máximo a abertura ao diálogo.
- A análise dos dados recolhidos nas entrevistas, na documentação e através da observação, pretende esclarecer os seguintes pontos:
 - Os artistas e as suas motivações: esta dimensão procura compreender de que forma os artistas se iniciaram na arte urbana e o que os leva a intervir nas ruas, de forma legal ou ilegal. Principalmente, ambiciona perceber o papel do artista.
 - A arte urbana e as suas transformações: o que se entende por arte urbana e de que forma são encaradas as transformações que esta tem sofrido, no que diz respeito a técnicas e estilos. Perceber se a arte urbana perde ou não a sua essência quando transposta para espaços expositivos.
 - A arte urbana e o mercado da arte: O estado da arte urbana no mercado da arte em Portugal, tendo em conta quais as galerias que realizam exposições e quem compra.

Arte urbana no século XXI – A relação com o mercado da arte

- Cidade e sociedade: de que forma é que actualmente a arte urbana se insere na cidade e como é vista pela sociedade. Dado estado actual da arte urbana em Portugal, pretende criar-se um contraste entre a cidade de Lisboa e do Porto.
- A importância do agente e do agenciamento: que modelos de negócio de agenciamento de artistas urbanos existem no panorama nacional. Esta dimensão procura compreender qual o papel do agente e a sua importância, tanto para o artista como para o mercado da arte.

Este estudo foi também elaborado com o intuito de servir de base a um projecto futuro, o desenvolvimento de um plano de negócio relacionado com a gestão de carreira de artistas urbanos.

Estado da Arte – do *graffiti* ao *post-graffiti*

Muitos têm sido aqueles que cada vez mais se interessam pela arte urbana, estudando-a e desmistificando-a, contribuindo assim para alterar a percepção que a sociedade tem acerca da mesma. Aprofundar o conhecimento relativamente a esta expressão artística, ajuda a compreender quais são as motivações, os objectivos e o seu propósito, de ser e existir. A maioria das pessoas ainda encara a arte urbana como vandalismo ou como poluição visual, constituindo assim um crime aos olhos de grande parte da sociedade. No entanto, a essência da arte urbana reside exactamente na fronteira entre a ilegalidade e o vandalismo. Entre o que já está consagrado como Arte e o que desafia as definições. São essas características que lhe conferem o misticismo das criações. Muitas vezes não se sabe quem as fez ou porque é que foram feitas, mas garantidamente que por detrás de cada obra de arte urbana, tendo sido esta elaborada num espaço autorizado ou não, existe uma mensagem, uma história, uma expressão artística, uma actividade de criação que foge ao despotismo dos mercados da arte tradicional.

A etimologia da palavra

O *graffiti* é o início de toda esta esfera que hoje denominamos de arte urbana. Interessa antes de mais esclarecer a etimologia da palavra *graffiti*. De acordo com o antropólogo português Ricardo Campos (2010: 79): *O termo deriva do italiano graffiare, que significa algo como riscar. Graffiti, vocábulo entretanto banalizado, corresponde ao plural de graffito e designa “marca ou inscrição feita em paredes desde o império romano”.*

A palavra *graffiti* utiliza-se tanto para o singular como para o plural.

Definição de *graffiti*

“I was, after the fashion of humanity, in love with my name, and, as young educated people commonly do, I wrote it everywhere.”

Goethe, *Poetry and Truth* (1811)¹

Muitas são as definições conhecidas até hoje de diversos autores que se dedicaram à temática. Diego de Jesús (1997: s.p.) define o *graffiti* como uma forma de expressão que se exerce no meio urbano com o qual mantém uma relação de diálogo e reivindicação. Para o

¹ In “Bomb It” (Reiss, 2007).

autor, a mensagem que o *graffiti* pretende passar serve como medicamento visual para a sociedade, surpreendendo e dialogando com o espectador em espaços não autorizados.

Por outro lado, Ricardo Campos (2010: 76-88) elabora uma definição de *graffiti* baseando-se em 6 pontos-chave: (I) a utilização do espaço público; (II) o muro; (III) a transgressão; (IV) o anonimato; (V) o público e (VI) a palavra/imagem. Assim, afirma que os *writers* vêem nos muros um instrumento de comunicação, uma vez que este se encontra ao dispor de todos os que pelas ruas passam. Campos considera que o *graffiti* vai muito além da pintura, sendo de considerar que outras características como o espaço, o suporte e a mensagem, que actuam como forma de comunicação mas também de afirmação de transgressão das normas, são escolhidas propositadamente para a marcação da existência do *writer*. Refere ainda que o *graffiti* não pertence apenas às paredes, mas a todos os suportes desde que estejam presentes no espaço público e acessível a todos. Ricardo Campos fundamenta a sua definição de *graffiti* apoiando-se em autores como Joan Garí (1995).

Cedar Lewisohn (2007: 15) de uma forma bastante sóbria e concisa define *graffiti* como qualquer forma de aplicação não autorizada de materiais numa superfície. Para além da referida definição, Lewisohn diferencia o termo *graffiti* de *graffiti writing*, sendo que este último se refere ao *graffiti* associado à cultura *hip hop*². Em contraste, Martha Cooper e Henry Chalfant (1998: 38) definem *graffiti* como uma performance pública, uma vez que se trata de uma intervenção, seja numa parede, numa carruagem ou em qualquer outro suporte existente no contexto urbano, que é vista e apreciada por todas as pessoas que por ela passam, criando assim uma dinâmica com a sociedade.

Assim, conclui-se que a maioria dos autores define *graffiti* como uma expressão não autorizada que é elaborada através de materiais como latas de *spray*, em meio urbano. A sua finalidade baseia-se na afirmação da existência do *writer* enquanto membro activo da sociedade, ainda que este opte pelo anonimato. Estas intervenções constituem uma forma de comunicação com o público, criando o que Martha Cooper e Henry Chalfant (1998) designam de performance pública.

² O termo *graffiti writing* é explorado por Cedar Lewisohn (2007: 15), no entanto autores como Ricardo Campos (2010: 91-4) utilizam o termo *graffiti hip hop* para se referirem ao *graffiti* associado à cultura *hip hop*.

As primeiras representações nas paredes

Muito antes de o *graffiti* existir como o conhecemos hoje, devemos recordar que na pré-história já se faziam representações de cenas do quotidiano nas paredes das cavernas. A arte rupestre é a prova de que o ser humano tem uma necessidade intrínseca de se expressar, uma necessidade transversal ao longo da história que apenas varia nos suportes utilizados. Como refere Laemmermann (2012: 12), “*As primeiras formas do graffiti datam de 30,000 a.C. em forma de pinturas de cavernas pré-históricas e pictogramas utilizando ferramentas como ossos de animais e pigmentos.*”³.

A arte rupestre surge como o exemplo mais antigo de representações feitas nas paredes, sendo que “*este tipo de expressão gráfica surge com o aparecimento da espécie Homo sapiens*” (Valdivieso, 2006: 25). Importa também referir a forma como os egípcios representavam toda a sua história nas paredes dos palácios, templos e mastabas. Através da escrita hieroglífica, uma escrita figurativa, cravavam e pintavam nas paredes a vida de todos os seus faraós e das restantes figuras de destaque da sua história.

Há ainda o exemplo dos romanos, mais precisamente de Pompeia, cidade mítica de inscrições nas paredes, tal como refere Lewisohn (2007: 26), “*...mais de 11,000 exemplos de textos de graffiti não sancionados que foram até agora documentados em Pompeia.*”. Os romanos escreviam recorrentemente com carvão nas paredes como forma de se manifestarem politicamente, de expressarem a sua opinião sobre os acontecimentos e de tornar as leis públicas (Valdivieso, 2006: 26; Lewisohn, 2007: 26).

De Filadélfia a Nova Iorque

Alguns autores preferem abordar a questão do aparecimento do *graffiti* apenas a partir do momento em que este se associou à cultura *hip hop*, em Nova Iorque, no século XX, entre o fim dos anos 60 e início dos anos 70 (Ricardo Campos, 2010: 93; Castleman, 1982: 54; Jesús de Diego, 1997: s.p.). No entanto, o *graffiti* enquanto acto de escrever o nome ou alcunha numa parede ou em qualquer outra superfície com *spray*, surge anteriormente em Filadélfia, como Anna Waclawek (2011: 12) refere, “*...o exercício de indivíduos escreverem os seus nomes ou pseudónimos nas paredes da cidade com spray, desenvolveu-se primeiro em Filadélfia durante a década de 1960. Writers* lendários como CORNBREAD (Figura 1) e

³ Fez-se a tradução de “...more than 11,000 examples of unsanctioned graffiti texts that have so far been documented in Pompeii.”

COOL EARL estabeleceram a tradição da escrita de assinatura *graffiti*, ou *tagging*, em movimento e inesperadamente introduziram uma tendência que viria a tornar-se no estilo de vida de milhões de jovens em todo mundo”⁴.



Figura 1 Tag de CORNBREAD, Filadélfia

No documentário “*Bomb It*” (2007), realizado por Jon Reiss, o próprio CORNBREAD afirma a sua posição enquanto primeiro *writer* do mundo: “eu fui o primeiro artista de graffiti do mundo (...) todos falavam sobre o meu nome em toda a prisão. Então concluí, se eles falam sobre meu nome por toda a prisão, eles irão falar sobre o meu nome em todas as ruas. (1967) E, foi exactamente o que aconteceu. Quanto mais falavam, mais eu escrevia. Quanto mais falavam, mais eu escrevia.”⁵

Os *tags* que surgiram nas ruas de Filadélfia, relacionavam-se diretamente com as disputas territoriais de actuação dos diversos gangues existentes (Ferro, 2011: 57;Valdivieso, 2006: 27). No entanto, existiam dois grupos distintos de *writers*, os que faziam *graffiti* aliados aos membros do seu grupo e os que actuavam sozinhos com o único objectivo de se afirmarem enquanto indivíduo pertencente à sociedade (Ferro, 2011: 57).

⁴ Fez-se a tradução de “...the practice of individuals writing their names or pseudonyms on city walls with spray-paint first developed in Philadelphia during the 1960’s. Legendary writers such as Cornbread and Cool Earl set the tradition of signature graffiti writing, or tagging, in motion and unexpectedly introduced a trend that would become a lifestyle for millions of young people around the world”.

⁵ Fez-se a tradução de “...I was the world’s first graffiti artist (...) everybody talked about my name all over the jail. So I figured, they talked about my name all over the jail, they will talk about my name all over the street. (1967) And that’s exactly what happened. The more they talked, the more I wrote. The more they talked, the more I wrote.”

Contudo, o *graffiti* chega a Nova Iorque no início dos anos 70, onde é alvo de uma forte projeção por intermediário dos *media* (Ferro, 2011: 57;Valdiviesso, 2006: 28). O jornal New York Times, na edição de 21 de Julho de 1971, publica aquele que viria a ser o primeiro artigo que deu a conhecer o *graffiti* à sociedade (Figura 2). O *writer* entrevistado foi TAKI 183 cujo verdadeiro nome era Demetrius, segundo o referido artigo⁶. Com apenas 17 anos, filho de pais imigrantes de origem grega, escreveu o nome TAKI 183 por toda a cidade, sendo que o facto de trabalhar como estafeta fazia com viajasse por toda a cidade de metro (Cooper & Chalfant, 1998: 14). O nº 183 era o número da rua onde residia. Assim, começou por escrever nas estações de metro de Manhattan, em paredes e monumentos públicos (Castleman, 1982: 53). Contrariamente ao que se julga, TAKI 183 não foi o primeiro *writer* de Nova Iorque. Por volta de 1969 *writers* como TRACY 168, JOE 182, LSD OM e JULIO 204, já haviam começado a escrever os seus nomes pela cidade (Ferro, 2011: 57;Valdiviesso, 2006: 27).

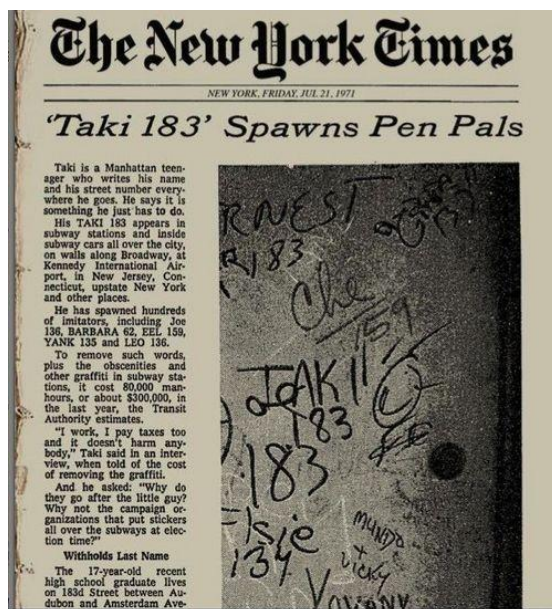


Figura 2 Artigo sobre TAKI 183, New York Times de 21 de Julho de 1971

Em Nova Iorque o *graffiti* foi impulsionado devido à emergência da cultura *hip hop*, que agrega a expressão visual, a expressão musical e a expressão corporal, tendo sempre como fundo de inspiração o ambiente urbano. Respectivamente, o *graffiti*, o *rhythm and poetry (rap)*, o *djing (disk jokey)* e o *breakdance*.

⁶ Artigo disponível para *download* em: <http://taki183.net/#biography>, acedido em Setembro de 2013.

A cultura *hip hop*

Em Nova Iorque, entre o fim dos anos 60 e início dos anos 70, vivia-se uma época conturbada social e economicamente, a população rural estava em massa a migrar para as cidades, à procura de trabalhos que lhes garantissem melhores rendimentos e melhores condições de vida. Essas migrações provocaram choques culturais violentos, uma vez que para além da enorme afluência da população rural, Nova Iorque abrigou, desde o momento anterior à II Guerra Mundial, imigrantes africanos e afro-americanos. Estas populações migratórias fixaram-se em zonas antigas da cidade, o que originou os guetos, devido à discriminação e pobreza. Desses nichos surge a cultura *hip hop*, num momento de desintegração da cultura *soul* da população negra (Jesús de Diego, 1997: s.p.).

A mistura de pessoas provenientes de diferentes culturas, nomeadamente população negra com a de origem hispânica convergiu no nascimento da cultura *hip hop*. Não só dos valores culturais característicos das diferentes sociedades das quais estes imigrantes são oriundos mas também a necessidade de mostrar à sociedade de Nova Iorque que eles existiam. A verdade é que estas comunidades residiam em zonas urbanisticamente mal tratadas e antigas, com fraco apoio social, eram pobres e de diversas etnias, o que provocou em Nova Iorque alguma estigmatização por parte da população residente.

Relativamente à cultura *hip hop*, Ricardo Campos (2010: 92) afirma, “O hip hop é, basicamente, um universo lúdico-simbólico, que se traduz da adopção de um particular modo de expressão colectiva (rap, graffiti, breakdance). Estas exhibições eram instrumentos que serviam a causa de uma juventude estigmatizada, convergindo em torno de determinados elementos que invocavam etnicidade, racialização da experiência e a injustiça social”

A cultura *hip hop* surge como um movimento contra a violência, a droga e o racismo, cujos valores se baseiam na paz, na união e no amor entre as minorias étnicas, promovendo a criatividade (Valdivieso, 2006: 28). Afrika Bambaata é considerado o grande impulsionador da cultura *hip hop*, no seio do South Bronx. Bambaata tornou-se uma figura icónica para a cultura *hip hop* ao fundar em 1974 a *Zulo Nation*, uma organização que tinha como objectivo desviar os jovens de uma vida de marginalidade, orientando-os para a prática de atividades como a música, a dança e o *graffiti* (Joan Garí, 1995: 32; Ricardo Campos, 2010: 91).

Perante as condições mencionadas, Anna Waclawek (2011: 56) aborda o *graffiti* sob diferentes perspectivas, “...socialmente, esta forma de arte tem sido associada à territorialidade dos gangues de *graffiti*, e gangues, por sua vez, é associada com o South Bronx e local de nascimento do hip-hop; Estilisticamente, o graffiti reúne uma energia visual e impulsividade similares às do hip hop e pode afirmar-se que os writers fazem combates com sprays: tem sido afirmado que os primeiros membros de ambas as culturas eram negros e hispânicos, contudo a cultura dos writers foi sempre diversa etnicamente”⁷

Tal não impede, porém, que em meados dos anos 70, o *graffiti* se tenha tornado na expressão gráfica da cultura *hip hop* (Valdivieso, 2006: 28). Converteu-se na sua expressão visual e canal de comunicação entre as minorias étnicas dos guetos e o resto da sociedade.

O graffiti

O *graffiti writing* (Lewisohn, 2007: 15) ou *graffiti hip hop* (Campos, 2010: 91), como também é conhecido, surge como uma forma de reacção dos jovens pertencentes às referidas minorias dos guetos, como uma forma de se expressarem e de afirmarem a sua existência perante a sociedade. Por se expressarem nas paredes da cidade de Nova Iorque, o processo de globalização foi bastante rápido, também por intermédio dos *media* que começaram a divulgar a existência do *graffiti*, tendo assim chegado facilmente a outras cidades norte-americanas.

Nesta dissertação optou-se pela designação *graffiti writing*, considerando a referida expressão a partir do momento em que o *graffiti* se associou à cultura *hip hop*. *Graffiti writing* é o termo primeiramente empregue por Cedar Lewisohn (2007: 15), que o define como sendo “...o movimento mais directamente associado à cultura hip hop (embora a preceda), cuja principal preocupação é o ‘tag’ ou assinatura do autor.”⁸. A definição apresentada por Anna Waclawek (2011: 12) em relação ao *graffiti writing* vai de encontro à de Lewisohn, mas acrescenta que “...é único em três aspectos principais: é um movimento artístico iniciado e

⁷ Tradução nossa de “socially, this art form has been linked with territorial gang graffiti, and gangs, in turn, are associated with the South Bronx and the birthplace of hip-hop; stylistically, graffiti visually renders a similar energy and impulsiveness as hip-hop and it can be argued that writers ‘battle’ with spray-paint; ethnically, it has been incorrectly stipulated that adherents of both cultures were primarily black and Hispanic, although the writing culture was always ethnically diverse.”

⁸ Tradução nossa de “...the movement most closely associated with hip hop culture (though it pre-dates it), whose central concern is the ‘tag’ or signature of the author.”

mantido principalmente pelos jovens, um vocabulário visual cujo tema é a assinatura, e uma tradição pictórica que se desenvolveu e continua a florescer ilegalmente”⁹.

Se para uns o *graffiti writing* é considerado como uma forma de arte, para outros é puro vandalismo, considerando os seus intervenientes como destruidores de património alheio. Relativamente a essa questão, Lewisohn (2007: 18-19) esclarece que tanto se pode encarar como arte, uma vez que os artistas ou *writers* que o praticam dedicam o seu tempo a aperfeiçoar a sua técnica e estilo, de forma a produzir trabalhos que tenham cada vez mais qualidade. O autor afirma que o facto de o *graffiti* não ter um motivo ou intenção, para além da sua existência, o transforma numa forma de arte solitária. O reverso da situação é que pode não ser encarado como arte, uma vez que existem *writers* que rejeitam o rótulo de artistas, sendo que não se consideram enquanto tal. Para Lewisohn (2007: *idem*) esses são os que intervêm nas ruas para destruir e que preferem que os encarem como vândalos.

Assim, podemos concluir que o *graffiti writing* relaciona-se directamente com o nome do *writer* (o nome pelo qual é conhecido entre os seus pares – alcunha ou *nickname*), é maioritariamente realizado por jovens e é ilegal, por ser elaborado em superfícies de espaços pertencentes a terceiros (Figura 3). Lewisohn (2007: 19) desenvolve de forma clara uma das questões mais pertinentes que se coloca quando falamos de *graffiti*, trata-se de uma linha ténue que separa a arte do vandalismo, que nem o propósito da criação consegue delimitar.

⁹ Fez-se a tradução de “...Is unique in three main regards: is na art movement begun and sustained primarily by youth, a visual vocabulary whose subject is the signature, and a pictorial tradition that developed and continues to flourish illegally.”



Figura 3 Graffiti de ECRAZ, Paris

Tag

O *tag* tem objectivos de marcação territorial, mas assume-se também como uma forma de tornar o *writer* respeitado e conhecido dentro da comunidade do *graffiti*. Trata-se da forma primária do *graffiti* e também a mais simplificada, feita com traços sóbrios e sem grandes preocupações no que diz respeito ao estilo (Figura 4). O *tag* é talvez a forma mais bruta do *graffiti*, a mais agressiva à vista dos transeuntes e também a menos apelativa a nível estético, e por isso mesmo é a forma que a sociedade mais encara como vandalismo. Assim, tal como Anna Waclawek (2011: 14) refere, o *tag* é “a primeira e mais simples forma de escrever graffiti de uma forma bastante elementar. Assim, o *writer* fá-lo de forma rápida, e estes são uma interpretação monocromática do seu nome.”¹⁰. Ricardo Campos (2010: 149) complementa esta definição, afirmando que “O *tag* é basicamente constituído por um agregado de letras que não têm, necessariamente, de ter um sentido claro, podem não equivaler a um signo linguístico”.

¹⁰ Fez-se a tradução de “The earliest, simplest, most elemental form of graffiti writing, the tag is a quickly executed, monochromatic rendering of a writer's graffiti name.”



Figura 4 Tag na Rua das Gaivotas, Lisboa

Tal como já foi mencionado, as origens do *tag* remontam possivelmente a Filadélfia, onde *writers* como CORNBREAD começaram por escrever a sua alcunha nas paredes da cidade, com letras percetíveis, tanto associados a gangues com o objectivo de marcarem o seu território, como individualmente, com o intuito de espalharem o nome que escolheram como *tag*. Os primeiros *tags* que surgiram em Nova Iorque feitos por TAKI 183 ou TRACY 168, entre outros *writers*, consistiam na junção do nome escolhido pelo *writer* e o número da rua onde moravam. Relativamente à sua execução, não existia grande preocupação no que diz respeito ao estilo ou técnica utilizada, a sua verdadeira intenção era colocar os seus nomes nas ruas como forma de afirmação da sua existência na sociedade (Waclawek, 2011: 14). Contudo, os *tags* foram sofrendo alterações na sua forma ao longo do tempo, tornando-se cada vez mais abstratos e bastante imperceptíveis (Garí, 1995: 32;Waclawek, 2011: 15). Os *writers* não fazem apenas *tags* do nome que escolheram, eles também escrevem o nome da *crew* a que pertencem (Ferrell, 1993: 70).

Um dos principais objectivos de um *writer* é a disseminação do seu *tag*, tem que estar por toda a parte, daí que seja desprovido de preocupações técnicas ou estilísticas, importa mais espalhá-lo por todos os cantos da cidade para que esteja à vista de todos. A quantidade desmesurada de *tags* proporciona ao *writer* reconhecimento na comunidade do *graffiti*, bem como os locais escolhidos para o efeito, quanto mais inacessíveis mais valor ganha.

A necessidade de recorrer ao *tag* parte sobretudo do facto dos *writers* por via de constrangimentos legais preservarem o seu anonimato. Ainda assim, o *tag* constitui um elemento essencial de identificação do *writer* na comunidade do *graffiti*, é o nome pelo qual é conhecido no meio e através do qual atinge a fama (Campos, 2010: 147-150).

Throw-up

O aumento exponencial de *writers* que faziam *tags* em Nova Iorque durante os anos 70, fez com que estes sentissem necessidade de os melhorar, para assim chamar mais a

atenção. A solução foi aumentar o tamanho das letras e acrescentar-lhes cor. Podemos então considerar que o *throw-up* é uma versão amplificada do *tag*, sendo que a sua execução é por consequência mais demorada, mas tal como o *tag* não requer uma preocupação exagerada em relação ao estilo e à qualidade, o objectivo é executar grandes quantidades (Waclawek, 2011: 16).

O *throw-up* é um intermédio entre o *tag* e a *piece*. As letras são preenchidas com uma ou duas cores ou podem ser simples e ter apenas uma linha de contorno (Figura 5). Ainda que o seu objectivo não esteja totalmente ligado à excelência do estilo, os *throw-ups* que possuam uma qualidade estilista elevada conferem aos *writers* estatuto e visibilidade dentro da comunidade (Ferrell, 1993: 83-5).



Figura 5 *Throw-up* de CHAS

Segundo Castleman (1982: 61), o *writer* IN, durante o verão de 1975, que tinha por hábito escrever o seu nome no interior dos comboios começou a escrever também na parte de fora, executava as letras com estilo *bubble* (Figura 6). Fez milhares de *throw-ups* nas carruagens, até *whole cars*, ou seja, pintou carruagens inteiras. Os outros *writers* repararam no trabalho de IN e alguns alteraram os seus nomes reduzindo o número de letras, para que a execução fosse mais rápida e menos dispendiosa. No entanto, outros *writers* que já faziam *whole cars* (Figura 7) rejeitaram o *throw-up* referindo que a sua propagação representaria “...a morte do graffiti”¹¹ (Castleman, 1982: 63-64).

¹¹ Fez-se a tradução de “...the death of graffiti”.



Figura 6 Graffiti com letras do estilo *bubble* de ANARKIA, Rio de Janeiro



Figura 7 *Whole car* de DONDI, Nova Iorque

Piece

Contrapondo boa parte do que já se conhecia em relação aos *tags* e *throw-ups*, surgem as *masterpieces*, mais conhecidas pelo diminutivo *pieces*. Segundo Anna Wacławek (2011: 18), estas surgem num período (1975-77) em que os *throw-ups* ainda estavam no seu auge devido à disputa que criava entre os *writers*, para provar quem conseguia fazer mais. Entre 1978 e 1981, surgiram as primeiras *pieces* em Nova Iorque, pelas mãos de alguns *writers* como CASE2 (Figura 8) ou CRASH.



Figura 8 *Piece* de CASE II, Nova Iorque

As *pieces* são muito mais elaboradas a nível técnico e estilístico, podem conter mensagens ou incluir personagens, sempre assinadas pelo *writer*. Relativamente às suas dimensões, conseguem ser ainda maiores que os *throw-ups* e por consequência mais morosas de elaborar e mais dispendiosas, uma vez que são necessárias mais latas de *spray*. Tanto são elaboradas em paredes como em carruagens, em forma de *top-to-bottom* (Figura 9) ou *whole car*, ou os dois (Cooper & Chalfant, 1998: 17; Wacławek, 2011:18). Antes de as colocarem nas ruas, os *writers* desenham-nas nos seus *blackbooks*, praticando a sua forma final e testando a iconografia que mais se aplica (Wacławek, 2011: 19).



Figura 9 *Top-to-bottom* de WOODY, Bruxelas

As *pieces* tornaram-se a forma mais reconhecida do *graffiti*, pelo seu sentido técnico e estético, muito mais apelativo e atraente para os transeuntes, bem como para o mundo da arte.

O *graffiti* nas carruagens

A ideia de que os *tags*, *throw-ups* ou *pieces* nas paredes alcançavam um grande número de pessoas já tinha sido compreendida. No entanto o *graffiti* feito em carruagens veio atribuir um novo conceito de movimento às criações (Figura 10). O metro em Nova Iorque ia a todos os pontos da cidade e arredores, por isso as criações dos *writers* chegavam a muito mais pessoas, sempre com um efeito de dinamismo (Cooper & Chalfant, 1998: 21; Jesús, 1997: s.p.). As carruagens passaram a ser encaradas pelos *writers* como um meio de comunicação, que fazia com que as suas mensagens circulassem por toda a cidade (Cooper & Chalfant, 1998: 21).



Figura 10 *Graffiti* em movimento, Bronx

Diego de Jesús (1997: s.p.) levanta uma questão bastante relevante, a ilegalidade das obras criadas nas carruagens. Para os *writers* é mais perigoso pintar *graffiti* em carruagens do que nas paredes, uma vez que estão expostos a sistemas de vigilância, como câmaras.

Os *writers* escolhiam minuciosamente as carruagens que pretendem pintar, consoante o trajeto que estas fazem, para que as suas obras cheguem onde querem (Jesús, 1997: s.p.).

A chegada à Europa

O *graffiti writing* passou a ser uma prática emergente nos Estados Unidos, com maior incidência em Nova Iorque, durante os anos 70. A sua chegada à Europa acontece por intermédio de turistas que viajaram até aos Estados Unidos e tiveram contacto com a realidade do *hip hop* e do *graffiti* (Jesús, 1997: s.p.; Chalfant & Prigoff, 1998: 7). Segundo Lewisohn (2007: 35), por volta de 1982 alguns *writers* deslocaram-se à Europa, possivelmente com o intuito de continuarem a prática do *graffiti* fora dos Estados Unidos. Os *media* foram também responsáveis pela disseminação do *graffiti* na Europa, através de revistas, vídeos/música e filmes. O *hip hop* foi um dos grandes impulsionadores pela internacionalização do *graffiti* (Garí, 1995: 32).

Chalfant e Prigoff (1998: 7) referem que Claudio Bruni, um negociante de arte que tinha uma galeria em Roma, foi uma das primeiras pessoas a ter conhecimento do *graffiti* em Nova Iorque através de fotografias. O trabalho de LEE Quinones e FREDDY em Brooklyn, membros da *crew* FABULOUS FIVE, chamou a atenção de Bruni que os convidou em 1979 para exporem os seus trabalhos na sua galeria, Medusa (Chalfant & Prigoff, 1998: 7; Laemmermann, 2012: 14).

A cultura e etnia de cada país fez com o que o *graffiti* se adaptasse às diferentes realidades, distanciando-se do que era feito nos Estados Unidos até então. Joan Garí (1995: 31) faz referência a dois modelos de *graffiti* distintos: o francês e o americano. O primeiro modelo tem como base o exemplo de Maio de 68¹² que se viveu em Paris, com características económico-político-sociais. Enquanto que o modelo americano se ligava mais à crítica dos meios de comunicação. No entanto Lígia Ferro (2011), baseia-se em Ricardo Campos que afirma que “não é possível compararmos os murais do pós-25 de Abril com o *graffiti* norte-americano, por exemplo” (Ferro, 2011: 56). Considerando que as paredes no período pós-revolução se tornaram num meio de comunicação e dadas as diferentes tradições de cada país torna-se “impossível defendermos a existência desse modelo” (Ferro, 2011: 56).

O *graffiti* na Europa foi mais facilmente aceite como forma de arte, uma vez que após a sua chegada as exposições em galerias repetiram-se com bastante frequência.

¹² Laemmermann (2012: 14) refere que em Maio de 1968 vivia-se em Paris um clima de revolução, com protestos de estudantes e greves. Recorriam a *slogans* com palavras de ordem, pintadas nas paredes e em *posters*.

O Post-graffiti

Após a chegada do *graffiti* à Europa, como já foi referido, a forma tradicional do *graffiti* foi sofrendo alterações consoante a realidade de cada país.

Segundo a pesquisa de Anna Waclawek (2011: 28-31), entre os anos de 1980 e 1990 o *graffiti* ganhou um novo termo, o *post-graffiti* ou também conhecido como *street art*. Este termo não traduz o desaparecimento da forma tradicional do *graffiti*, ou seja, da assinatura do *writer* feita em forma de *graffiti*, tanto *tag*, *throw-up* ou *piece*. Em vez disso, o *post-graffiti* surge como uma expressão de progressão e desenvolvimento das características tradicionais do *graffiti*, caracteriza-se pelas transformações estilísticas das letras de *graffiti*, dos materiais e das técnicas (Figura 11). Existe uma maior preocupação com a qualidade artística das intervenções: recorrem a figuras, símbolos e abstração. Surge a denominação de *street artist*, que distingue um artista do *post-graffiti* de um *writer*. Alguns *street artists* começaram por ser *writers*, mas ao longo do tempo foram transformando as suas intervenções libertando-se da exclusiva representação dos seus nomes. Outros nunca estiveram ligados ao *graffiti*, resolveram simplesmente começar a intervir nas ruas.



Figura 11 Graffiti de ODEITH com a técnica de anaformismo, elaborado numa esquina de 90°, Lisboa

O *post-graffiti* ou *street art* inclui intervenções como o *stencil*, a performance, colagem, *posters*, *stickers*, escultura de baixo-relevo, pintura, mosaico, carvão, instalação, luzes, projeções, etc. Por isso, já não fazia sentido serem chamados de *writers*, os intervenientes adquirem a denominação de *street artist* ou mesmo de artista.

No entanto, Lewisohn (2007: 18) refere que os artistas dos anos 80 associados à *street art* e ao *graffiti*, como Keith Haring ou Jean-Michel Basquiat nunca se consideraram “*graffiti artists*”, nem foram considerados pelos *writers* enquanto tal.

Torna-se quase impossível falar de *post-graffiti* sem falarmos de dois ícones que marcaram esta transição, Jean-Michel Basquiat e Keith Haring.

Em 1976 Jean-Michel Basquiat começou a escrever frases nas paredes de SoHo e TriBeCa, assinando-as com o pseudónimo de SAMO (Figura 12). Ao contrário do que os *writers* faziam, as suas letras eram legíveis e não se cingia apenas a escrever o seu nome, escrevia frases estruturadas, algumas de cariz político, na maioria das vezes com o intuito de chamar a atenção de pessoas influentes relacionadas com o mundo das artes. As suas intervenções são marcadas pela panóplia de elementos que utilizava, desde letras, números, símbolos, logotipos, etc. Nesta fase, tornou-se conhecido pelas palavras que utilizava, as coroas e as referências que fazia à cultura *pop*. Foi representado por diversas galerias, entre as quais a de Annina Nosei, Larry Gagosian e Mary Boone. A obra mais valorizada de Basquiat, remonta ao ano de 1981, sem título, foi comprada pela Sotheby's em 2007 por US\$14.6 milhões (Laemmermann, 2012: 201-5; Waclawek, 2011: 62; Lewisohn, 2007:93-4,96, 99).



Figura 12 Intervenção de SAMO aka Jean-Michel Basquiat

Contrariamente a Basquiat, Keith Haring tinha formação artística, tanto em artes comerciais como em Belas Artes. As intervenções de Keith Haring consistiam em desenhos feitos com giz nas estações de metro de Nova Iorque (Figura 13), prática que desenvolveu entre 1981 e 1985. Os seus desenhos representavam a silhueta de bonecos de pessoas, explosões, televisões, naves espaciais e cães, feitos de forma simplificada, com diversos traços em redor

que criavam a ilusão de movimento. As suas intervenções chamaram a atenção por serem visualmente atraentes e estrategicamente executadas em locais movimentados (Waclawek, 2011: 62-3; Laemmermann, 2012: 284-6).



Figura 13 Intervenção de Keith Haring no metro de Nova Iorque

O único ponto comum entre os *writers* e Basquiat e Haring, é o ilegal. Segundo Lewisohn (2007: 93-4,96, 99), Basquiat e Haring são conhecidos como os primeiros artistas cujo o trabalho começou por ser influenciado pela parte estética e metodológica do *graffiti*, tendo depois evoluído para estilos inovadores.

Galerias

A primeira exposição dedicada exclusivamente ao *graffiti* foi organizada por Claudio Bruni, na sua galeria em Roma. Tal como referido anteriormente, esta exposição realizou-se em 1970, com a participação de LEE Quinones e FREDDY dos FABULOUS 5 (Pereira, 2013: 11; Laemmermann, 2012: 14). Nos Estados Unidos, a primeira exposição foi realizada por membros da organização UGA¹³, em 1973 na Galeria Razor. Seguiram-se diversas exposições de extrema relevância para o *graffiti*, uma delas foi a “New York/New Wave”, organizada em 1981 pelo curador Diego Cortez, que veio a traduzir-se num marco crucial do reconhecimento do *graffiti* enquanto forma de arte. Posteriormente, a Galeria Sidney Janis, organizou a exposição “*Post-graffiti*”, cuja principal influência reflectiu-se na transição das

¹³ UGA, significa *United Graffiti Artists*. Trata-se de uma organização fundada em 1972 por Hugo Martinez, um sociólogo da faculdade de Manhattan, cujo objectivo era recrutar *writers* para desenvolverem trabalhos de *graffiti* em tela, com o intuito de serem expostos ou vendidos.

intervenções ilegais nas ruas para as criações legais elaboradas em tela (Waclawek, 2011: 58-60; Lewisohn, 2007: 42).

Segundo Anna Waclawek (2011: 60), a maior alteração que o *graffiti* sofreu quando passou da rua para as galerias ou espaços destinados à exposição de arte foi o desaparecimento do nome do *writer* como objecto central da sua obra. Para além disso, a autora refere ainda que o *graffiti* quando é elaborado em tela (Figura 14) com o fim de ser exposto num espaço fechado, perde a ilusão de movimento e a espontaneidade, como possui quando elaborado em carruagens.



Figura 14 Graffiti em tela, "*The ghost of LEE*", 1979, Colecção privada, Roma, Itália

Durante a década de 1980, as galerias procuraram ligar-se mais à realidade urbana de forma a contrariar as tendências do mercado da arte (Moore & Cruz, 2007: 34).

Street art: de Basquiat a Banksy

A *street art* surge, como já foi referido, com a chegada do *post-graffiti*. O facto de ser encarada por muitos como uma forma de arte, faz com que seja vista de forma diferente em relação ao *graffiti writing* tradicional, ainda que seja elaborada nas ruas e muitas vezes ilegal.

Existem diversas definições de *street art*, a maioria dos autores retrata-a como sendo uma expressão artística que funciona como processo de comunicação com o público em geral, ainda que continue quase sempre a ser elaborada em locais não autorizados. Ricardo Campos

(2010: 101) define *street art* como uma mistura de expressões visuais que se traduzem num processo de comunicação relacionada com a cultura de massas, uma vez que depende da globalização e dos avanços tecnológicos. Para Lammermann (2012: 31) o termo *street art* inclui a forma tradicional do *graffiti*, *stencil*, *stickers*, colagem, escultura, *posters* (Figura 15), instalação, projeção de vídeo, intervenção em objetos artísticos e arte de *guerrilla*.

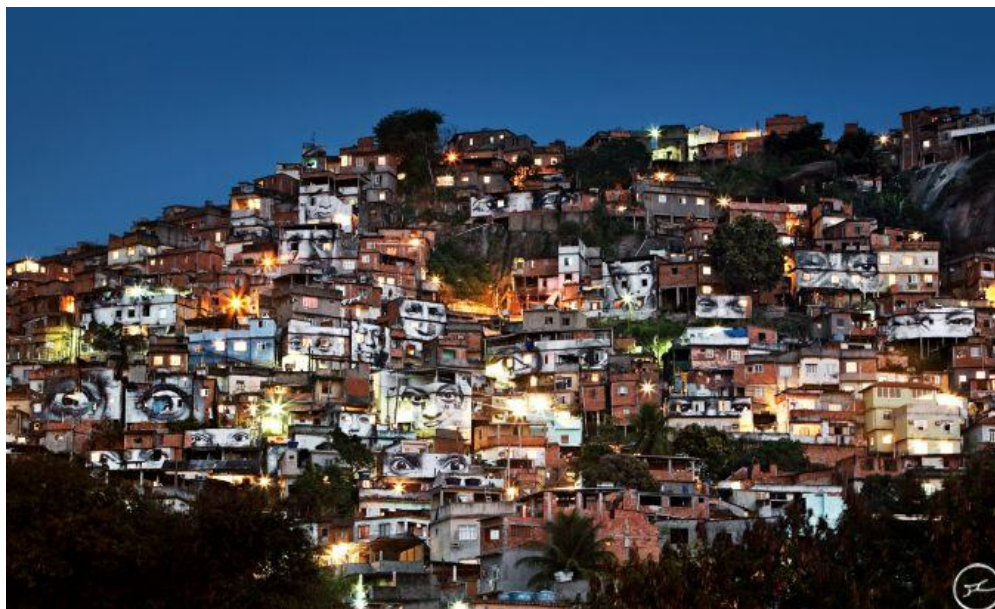


Figura 15 Intervenção de JR, "Women are heroes", 2008-2009, Brasil.

Não existe entre os diferentes autores um consenso no que diz respeito à relação entre *graffiti* e a *street art*. Por exemplo, Nicholas Riggall (2010: 253) refere que não existe necessariamente uma relação entre o *graffiti* e a *street art*, sem ignorar a relação histórica entre os dois. Considera que o *graffiti* foi o impulsionador do desenvolvimento da arte urbana, sendo que esta se transformou numa arte pós-museu e que inclui o *graffiti* artístico¹⁴. Enquanto que Riggall (2010: 253) considera que a *street art* apenas inclui *graffiti* artístico, Lammermann (2012: 31) considera que o termo *street art* inclui o *graffiti* tradicional, ainda que esse mesmo termo sirva também para distinguir as obras de arte contemporâneas do *graffiti* e vandalismo. Lewisohn (2007: 15) apresenta um ponto de vista distinto, referindo que a *street art* (ou arte urbana) é um sub-gênero do *graffiti writing*. Relativamente à diferença entre o *graffiti* e a *street art*, Anna Wacławek (2011: 123) refere que a mesma reside no facto de o *graffiti writing* ser uma forma de afirmação utilizada pelos *writers*, enquanto que a *street art* comunica através de uma variedade de ideias, ou seja, o *writer* deixa de ser o centro da intervenção.

¹⁴ No meu entender, creio que o autor quando se refere a *graffiti* artístico está a referir-se a uma forma de *graffiti* que se aproxima mais à arte urbana.

Em suma, a *street art* ou *post-graffiti* surge como uma forma bastante mais desenvolvida do *graffiti writing*, apropriando-se de diversos suportes para as suas intervenções. Pode ser encarada como um processo comunicacional, cujas mensagens traduzem críticas político-económico-sociais, que por estarem nas ruas chegam a um número inimaginável de pessoas, criando impacto na sociedade.

Ao falarmos sobre a emergência da *street art* torna-se quase impossível não falar em BANKSY, um *street artist* de Bristol, em Inglaterra. As suas intervenções são profundamente marcadas por mensagens contra as medidas do governo, contra a guerra e a favor da liberdade. As referidas frases são normalmente acompanhadas de figuras na sua maioria feitas em *stencil*, como os seus conhecidos ratos pretos, polícias, crianças, macacos e soldados (Figura 16). Procura que as suas intervenções tenham um fundamento sarcástico e que sejam perceptíveis e legíveis para que todos compreendam os problemas que retrata da sociedade contemporânea (Waclawek, 2011: 34). Mais do que um artista, BANKSY tornou-se uma marca, com uma identidade desde sempre incógnita por detrás de uma assinatura.



Figura 16 Intervenção de BANKSY, Londres

Arte Urbana em Portugal

Alguns anos antes do *graffiti* por intermédio do *hip hop* ter chegado a Portugal, já se viam nas paredes portuguesas murais políticos, resultado da revolução de 1974. Palavras de ordem como espelho de livre expressão de um povo que acabara de sair da alçada da ditadura de Salazar.

Embora o *hip hop* tenha chegado a Portugal no início dos anos 80, através da imprensa, da música, dos filmes e da dança provenientes dos Estados Unidos, o mesmo só alcançou uma maior projeção e reconhecimento público no final da referida década e principalmente no início dos anos 90, muito devido à indústria musical ligada ao *rap* nacional o que possivelmente impulsionou o surgimento do *graffiti* (Moore & Cruz, 2007: 56; Campos, 2010: 100).

Segundo Lúcia Ferro (2011: 81), a primeira intervenção de *graffiti* elaborada no Porto, mais precisamente na Maia, foi em 1989. No entanto, entre 1988 e 1989, foi em Carcavelos que se organizou o primeiro grupo que sob os ensinamentos de KAZAR (Figura 17), um *writer* francês, viria a formar a *crew* Criminal Assassins Crew. Era constituída por SAFARI, MISTIK E SPIN, entre outros *writers* (Moore & Cruz, 2007: 56-7). Entre 1993 e 1994, surge a *crew* PRM – Paint Rackin’ Mafia, constituída por WIZE, SAXE e KASE, sendo que mais tarde juntaram-se também YOUTH e MACE. Em Almada já existia, desde a chegada do *hip hop* a Portugal, ligações ao *graffiti*, ligações essas que vieram a intensificar-se com a influência da *crew* PRM. Esta *crew* foi em grande parte responsável pela propagação do *graffiti*, não só pela capital mas também pelo resto do país, o que proporcionou aos *writers* desenvolverem o seu estilo e novas técnicas (Moore & Cruz, 2007: 57,65). Nesse mesmo ano foi publicado o primeiro artigo com entrevistas aos *writers* da referida *crew* no “BLITZ”, o que possivelmente aumentou a disseminação do *graffiti* (Ferro, 2011: 81).



Figura 17 Graffiti da autoria de KAZAR, MISTIK e SPIN, datada de 1989, Carcavelos

A *crew* LEG surge no ano 2000, o seu símbolo eram umas pernas desenhadas. Bastante empenhados no desenvolvimento da técnica e do estilo, as suas intervenções tinham um cariz cada vez mais artístico. A *crew* era composta pelos *writers*: KLIT, HBSR81, HIUM e TIME, posteriormente juntaram-se também os *writers* MAR, RAM, BRAI, CHURE, HIMS e VHILS (Moore & Cruz, 2007: 64, 70-1).

Por influência dos vários membros da *crew* LEG, com o apoio de outros *writers*, começaram a ser organizadas as primeiras exposições de arte urbana em Portugal. Uma das primeiras exposições realizou-se em 2003 e contou com o apoio da Câmara Municipal do Seixal, intitulada “1/4 de Graf”¹⁵. Seguiu-se a segunda exposição de “1/4 de Graf”¹⁶, realizada em Dezembro de 2003. Em 2004 foi organizada, em Vila Franca de Xira, uma demonstração do trabalho de vários *writers*, cujo nome atribuído ao evento foi: “Arte Urbana”. A existência do coletivo VSP – *Visual Street Performance*, com ligações assumidas à *crew* LEG, impulsionou a realização de diversos eventos de exposição de arte urbana, tinha como principal objectivo promover o trabalho dos *writers*. Em 2005, o coletivo VSP fez uma selecção dos *writers* que melhor conseguiriam explorar a criação de trabalhos para serem expostos em galeria, com o objectivo de dar a conhecer ao público um ponto de vista diferente em relação ao *graffiti*, mais artístico e estético, procurando um ponto de equilíbrio entre o *graffiti bombing* e o *graffiti* artístico. A referida exposição¹⁷ realizou-se em Março de 2005, no espaço da Interpress, tendo sido considerada a primeira grande exposição de *graffiti* feita em Portugal, devido à afluência de público que se registou durante o mês em que esteve aberta (Moore & Cruz, 2007: 74,80).

Em 2008 surge em Lisboa a GAU - Galeria de Arte Urbana, criada pelo Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa, com o objectivo de impulsionar a criação de arte urbana em espaços autorizados e promover a democratização de conhecimento para o público em geral em relação a esta forma de arte, não só através dos painéis que a exibem, espalhados pela cidade, mas também através de publicações periódicas. A GAU procura assim alterar a visão comum existente em relação à arte urbana, para que não se confundam actos de vandalismo com intervenções artísticas. Conta com sete painéis na Calçada da Glória, onde os *writers* podem intervir após a apresentação de uma proposta, bem como outros muros, um dos quais no Largo da Oliveirinha e seis em Telheiras, onde basta

¹⁵ No espaço “Março Fora de Horas”.

¹⁶ Com o subtítulo “Conceito de Graffiti Art – LEG Crew and friends”.

¹⁷ Organizada pela VSP, contou com a presença de Martha Cooper, tendo este sido um dos pontos altos da exposição.

inscreverem-se para solicitar autorização para intervir nos respetivos muros. A GAU tem apoiado diversos projetos como, o projecto CRONO¹⁸, o livro de Ricardo Campos “Porque pintamos a cidade? Uma abordagem etnográfica ao graffiti urbano” (2009)¹⁹, o projecto “Lisbon Safari”²⁰, entre outros (Ferro, 2011: 217).

O mercado da arte contemporânea

Antes de explorar as características do mercado da arte, interessa-nos perceber em que contexto surge a arte contemporânea. Segundo a pesquisa de Raymond Moulin (2003), os historiadores e especialistas em arte contemporânea atribuem as suas origens aos anos 60, sendo que a expressão «contemporânea» apenas foi introduzida durante os anos 80 (Moulin, 2003: 30). É comumente aceite a teoria de que a arte contemporânea surgiu após a II Guerra Mundial, numa conjugação entre o expressionismo e o surrealismo.

O economista e sociólogo Alexandre Melo (1994), elabora uma abordagem à sistematização da arte contemporânea, reduzindo-a a três esferas: a económica, a simbólica e a política. Relativamente à dimensão económica da arte contemporânea, o autor refere que existem três processos: a produção artística; a distribuição, ou seja, os vendedores; e o consumo, onde se situa o comprador. Quanto à sua dimensão simbólica, aborda a relação entre os diferentes agentes do mercado (galeristas, colecionadores, instituições, etc.), ou seja, relaciona-se com a disseminação da arte contemporânea pelos diversos agentes intervenientes no mercado. Por fim, a dimensão política é demonstrativa de que as oscilações económicas mundiais influenciam directamente os investimentos na área cultural, concluindo que em períodos de ascensão económica a cultura tende a ser um bem e quando existe uma recessão deixa de o ser (Melo, 1994: 13-31).

O mercado atribui à arte um valor, podendo esta ser comprada como qualquer outro bem de consumo e por isso existe um estigma no que diz respeito à relação da arte com o mercado. A problemática assenta no facto de que ao ser atribuído um valor monetário a uma

¹⁸ “CRONO: um roteiro de arte urbana”, um projecto da responsabilidade da associação Azáfama Cidadina constituída pelos writers VHILS, Pedro Soares Neves e Angelo Milano. Este projecto previa a “recuperação” estética das fachadas de alguns prédios devolutos em algumas das principais avenidas de Lisboa.

¹⁹ Ricardo Campos, antropólogo, cujo referido livro se baseou na tese de Doutoramento deste investigador.

²⁰ Projecto pertencente ao Laboratório de Arte Urbana GRRAU (Grafismo, Reabilitação e Renovação pela Arte Urbana).

obra de arte, desvaloriza-se por consequência o valor estético. Daí que muitos artistas e *dealers*²¹ se insurgem contra a economia do mercado (Abbing, 2002: 48).

O mercado da arte segundo os modelos que hoje conhecemos iniciou-se no final do século XIX. Hoje em dia o mercado da arte apresenta por norma o seguinte modelo: financiador, comerciante e comprador, entre outros intervenientes que colaboram na disseminação do artista e da sua obra. O artista pode em alguns casos representar um factor de influência no mercado da arte, quando o seu nome se torna um *brand* e esse aspecto provoca um aumento de consumo das suas produções (Garcia, 2010: 8-9). Um bom exemplo é BANKSY, cujo nome se tornou um *brand* devido às suas intervenções nas paredes com críticas político-económico-sociais, é hoje em dia o *street artist* mais reconhecido no mercado da arte, bem como o mais valorizado economicamente²². No entanto, este é um cenário excepcional.

O artista conta com diversos financiadores para as suas produções: galeristas, agentes sem galeria, coleccionadores, bolsas de instituições, mecenas, etc. Os *dealers* tanto podem ser agentes com ou sem galeria aberta, o que os distingue é o facto de os galeristas terem contacto com os artistas, enquanto que os agentes sem galeria aberta, não representam artistas, nem se relacionam com os mesmos, apenas vendem obras que adquiriram previamente, tornando-se em meros agentes comerciais. Relativamente ao papel do comprador, Alexandre Melo (1994) refere que este possui três objectivos económicos: a longo prazo, sendo que aposta que o que está a comprar irá valorizar no futuro; a médio prazo, como um investimento que certamente dará retorno nos tempos seguintes; e a curto prazo, quando por exemplo o comprador investe em obras de um artista emergente sem qualquer certeza de que as mesmas irão valorizar.

Em Portugal o mercado da arte assiste no final dos anos 80 a uma recessão económica, o que provocou um abrandamento de actividade, bem como uma reestruturação na relação entre o artista e as galerias, que até então mantinham relações de exclusividade. O início dos anos 90 não destuou do panorama económico vivido na década anterior (Melo, 1999: 126-7). Durante este período existiu um surto de galerias que abriram portas, mas algumas fecharam passado pouco tempo devido à conjuntura económica que se vivia (Cameira, 2007: 6; Melo, 1999: 127).

²¹ Termo inglês que designa agentes comerciais de arte, por exemplo, galeristas ou agentes sem galerias que vendem obras adquiridas sem que tenham qualquer ligação aos artistas.

²² <http://web.artprice.com/artmarketinsight/912/Banksy%3A+market+still+buoyant?l=en>, acedido em Agosto/2013.

Vera Cortês

No final de 2003, surge no mercado da arte português um novo conceito de negócio, um modelo de galeria que não se limita a sê-lo, mas que também representa artistas, produzindo e promovendo exposições dos mesmos. Vera Cortês visava com este projecto investir em artistas emergentes, tendo-se revelado uma exímia consultora no que diz respeito às novas tendências das artes visuais (Cameira, 2007: 7, 9). Emanuel Cameira (2007: 10) aponta o projecto de Vera Cortês como a primeira agência de arte portuguesa.

A Agência de Arte Vera Cortês, promove e apresenta obras de arte visuais de artistas emergentes, tanto no panorama nacional como internacional. É hoje uma referência no mercado da arte pela sua selecção de artistas mas também pelo seu programa de promoção dos mesmo, dando-lhes flexibilidade e liberdade expositiva, sem que tenham que se vincular à galeria ou ao seu espaço²³. Esta agência produziu uma das primeira exposição de VHILS, designada de “Even if you win the rat race, you’re still a rat”, em 2008²⁴.

Underdogs

Em 2010 surge no panorama nacional um novo projecto ligado à arte urbana, “Underdogs”. Este projecto surge pela mão de VHILS com a colaboração da Agência de Arte Vera Cortês e tem como objectivo criar espaço no cenário já existente da arte contemporânea para artistas ligados à arte urbana, promovendo assim a cultura visual gráfica que até então se fechava sobre si mesma, existindo apenas no âmbito alternativo. O projecto “Underdogs” é uma plataforma internacional²⁵, sediada em Lisboa, que pretende incentivar através da exposição de artistas, nacionais e internacionais, cujo trabalho é pouco conhecido dentro da arte contemporânea, promovendo assim a reflexão sobre esta expressão artística através da relação entre artistas e agentes culturais (Moore, Underdogs, 2010: 4).

Segundo Miguel Moore (2010: 5), a primeira exposição organizada pelo projecto “Underdogs” realizou-se na Agência de Arte Vera Cortês entre 26 de Novembro de 2010 e 15 de Janeiro de 2011, cujo objectivo passava pela contextualização do trabalho dos artistas em exposição no panorama da arte urbana internacional. A curadoria da exposição ficou a cargo

²³ <https://www.facebook.com/veracortesartagency/info>, acedido em Agosto de 2013.

²⁴ <http://www.veracortes.com/index.php?menu=artists&artist=1§ion=biography>, acedido em Setembro de 2013.

²⁵ <http://www.under-dogs.net/>, acedido em Setembro de 2013.

de Vera Cortês e contou com trabalhos dos seguintes artistas: MAISMENOS, ADRES, KUSCA, MAR, OBEY, RAM, SMART BASTARD, SPHIZA, TOSCO e VHILS.

Em Dezembro de 2012, realizaram uma exposição de VHILS na Montana Shop & Gallery Lisboa. Em Maio de 2013 organizaram a exposição dos artistas AEC e WAONE que formam o colectivo INTERESNI KAZKI, da Ucrânia, que se realizou na Praça Olegário Mariano com uma parede intervencionada. Seguiu-se a exposição dos CYRCLE, em Julho de 2013 e de MAISMENOS em Setembro de 2013, ambas realizadas no armazém 56 da Rua Fernando em Lisboa.

Plugged-in – Book a Street Artist

Surge em Novembro de 2011²⁶ no mercado português, um modelo de negócio de agenciamento de artistas de rua, desenvolvido por Charlotte Specht e Mario Rueda. Este projecto apoiado pela Startup Lisboa, consiste numa plataforma *online*²⁷ de agenciamento de artistas, fazendo a ponte entre o artista de rua e quem os queira contratar para determinados eventos.

A Plugged-in – Book a Street Artist tem como objectivo o reposicionamento e revalorização da arte de rua, valorizando o trabalho dos artistas e projectando-os no mercado²⁸. Actuam no mercado europeu, mais precisamente em 4 países, com cerca de 100 artistas em carteira²⁹. Entre os artistas que têm disponíveis, existe uma secção de *Graffiti*, com 17 artistas.

²⁶ <https://www.facebook.com/bookastreetartist/info>, acedido em Setembro de 2013.

²⁷ <http://bookastreetartist.com/contact>, acedido em Setembro de 2013.

²⁸ <http://bookastreetartist.com>, acedido em Setembro de 2013.

²⁹ <http://blog.bookastreetartist.com/aboutus/>, acedido em Setembro de 2013.

Metodologia

A temática da arte urbana em todas as suas vertentes está ainda pouco explorada, mas principalmente no que diz respeito à sua presença no mercado da arte. Com esta dissertação procuramos esclarecer de que forma é que actualmente a arte urbana se relaciona com o mercado da arte e compreender qual o papel que o agenciamento desempenha, a sua existência e necessidade para as partes activas nesta variante artística.

O objecto de estudo deste trabalho são os intervenientes da arte urbana em Portugal, nomeadamente artistas e agentes culturais, com o intuito de analisar dois polos, o de quem cria e o de quem vende ou promove, pertencentes ao mesmo núcleo, o mercado da arte. Pretende-se assim, desmistificar a relação entre artistas, agentes e mercado.

Através da análise do objecto de estudo, importa compreender em que partes as opiniões coincidem ou repelem, no que diz respeito à criação artística; à existência de um mercado da arte para a arte urbana; ao perfil de quem produz a oferta e de quem promove a procura; aos restantes intervenientes do mercado, como por exemplo, o comprador; a necessidade e qual o impacto de um intermediário entre artista e mercado, ou seja, de um agente.

Quanto à análise, optou-se por elaborar um estudo qualitativo, para que a mesma fosse mais aprofundada, uma vez que se trata de uma temática relativamente recente e com pouca informação documentada, sem a existência de estudos ou a possibilidade de construção de amostras quantitativas. Contextualizando de forma abrangente os fenómenos, esta abordagem qualitativa permitiu uma melhor exploração da problemática. Recorreu-se a entrevistas presenciais semi-estruturadas, com um diálogo aberto que é facilitado pelo facto de não ser necessária a existência de um guião rigoroso, mas sim adaptável. Apenas uma das entrevistas, a de VHILS, foi realizada por escrito, dada a falta de tempo do entrevistado para a realizar pessoalmente. Foi elaborado um guião dirigido para artistas (**Anexo 1**) e outro para agentes (**Anexo 2**), cada um com cinco grupos de perguntas.

Inicialmente foi elaborada uma base de dados com diversos artistas, tanto de *graffiti* como de *street art*, procurando assim uma amostra diferenciada, variando até no nível de reconhecimento público. O mesmo foi feito para os agentes culturais, com o intuito de estabelecer contacto com intervenientes relacionados com as artes e o negócio. No entanto, muitos foram os que não responderam. Felizmente conseguiram-se outros contactos através

de alguns entrevistados. Contabilizou-se assim um total de onze entrevistas, realizadas entre 3 de Junho e 2 de Outubro.

Os guiões de entrevista elaborados contém em si cinco dimensões, são elas: os artistas e as suas motivações; as transformações da arte urbana; a arte urbana e o mercado da arte; a cidade e a sociedade; e por fim, a importância do agente e agenciamento.

A primeira dimensão considera os artistas e as suas motivações, explorando o que os motivou a intervir nas ruas, através da abordagem ao seu percurso activo na arte urbana. Visa ainda compreender o motivo pelo qual começam a expor em galerias e a razão de existir um número superior de rapazes em relação ao de raparigas, na produção de arte urbana.

Na segunda dimensão pretende-se compreender de que forma as transformações e evoluções técnicas da arte urbana a tornaram num objecto artístico mais próximo do *mainstream* e por consequência mais vendível. Interessa perceber com que objectivo se cria uma intervenção nas ruas e como distingui-las da arte pública.

A terceira dimensão trata da relação da arte urbana com o mercado da arte, nomeadamente quanto à sua existência e receptividade, mas também, de que forma a arte urbana se tornou num objecto artístico comercializável. Nesta dimensão, utiliza-se para a além da técnica de entrevista, as técnicas de observação e documental.

Relativamente à quarta dimensão, a mesma aborda de que forma a arte urbana é vista no contexto da cidade e sociedade que nela reside, mais precisamente, que valor acrescenta e que impacto provoca no contexto urbano. A maioria dos intervenientes deste estudo trabalha muito próxima da população. Tanto os artistas como os organizadores de festivais de arte urbana estão ao alcance de qualquer pessoa que passe, sujeitos directamente à sua apreciação em relação ao que vêem, por isso, representam uma óptima fonte de informação no que diz respeito ao grau de aceitação da sociedade, bem como à necessidade de mais formação por parte da mesma em relação à arte urbana. Esta dimensão trata ainda de um assunto bastante em voga, as principais diferenças entre Lisboa e Porto, no que diz respeito à arte urbana e a toda a sua existência na cidade.

Por fim, a quinta dimensão aborda a importância do agente e do agenciamento, mais precisamente, que impacto é que a existência de um agente pode provocar na oferta e procura de arte urbana e ainda, se é importante, tanto para a arte urbana como para o mercado, existir um agente que faça a ponte entre ambos.

Algumas das limitações encontradas neste estudo são, por exemplo, o facto de as entrevistas serem feitas presencialmente, uma vez que o encontro depende da disponibilidade horária dos entrevistados. As entrevistas não têm um tempo de duração estabelecido, podem durar mais ou menos, consoante a abertura e profundidade da conversa. Outra das limitações é o tempo de espera em relação às respostas para confirmação de que aceitam participar no estudo e realizar a entrevista. As entrevistas presenciais obrigam a que a conversa seja gravada, sendo que posteriormente todas as entrevistas têm que ser transcritas integralmente, o que se torna também um trabalho moroso. Toda a análise de conteúdo para as entrevistas foi desenvolvida detalhadamente, comparando as diversas respostas de todos os entrevistados a cada pergunta.

Análise de Dados

As entrevistas apresentadas neste estudo foram realizadas com artistas urbanos e agentes culturais, sendo que o conteúdo das mesmas foi dividido em cinco dimensões, onde procurei comparar as opiniões dos intervenientes. Entre os artistas entrevistados encontram-se: THIRD, SLAP, YOUTH, RAFI, TAMARA e VHILS. Relativamente aos agentes culturais, foram entrevistados: Diana Sousa e Rui Freitas, Lara Seixo Rodrigues, Michael DaCosta Babb, Pauline Foessel e Sílvia Câmara.

As cinco dimensões em estudo serão esclarecidas através da conclusão das opiniões dos entrevistados e algumas citações dos mesmos.

Os artistas e as suas motivações

Introduziu-se esta dimensão questionando os artistas entrevistados sobre de que forma o *graffiti* e a *street art* passaram a fazer parte das suas vidas. A maioria confessa ter sido através dos primeiros contactos com a cultura *hip hop*, nomeadamente através de revistas e videoclipes provenientes dos Estados Unidos. Há ainda os que foram influenciados pelo *breakdance* e pelo *skate*. Relativamente aos artistas mais recentes, estes inspiraram-se na existência de *graffiti* pela cidade e em outros *writers*, com quem aprenderam e desenvolveram as técnicas.

O *graffiti* começou a fazer parte da minha vida talvez na altura em que apareceram aqueles filmes de *breakdance*, no final dos anos 80 quando começaram a aparecer revistas como a “Source” (...) tinha uma página de *graffiti* e basicamente os telediscos de *hip hop* americano.

Youth

O desenho sempre foi uma forma natural em mim de expressão e o *graffiti* surgiu através de um pintor que pertence à vanguarda do *graffiti* em Portugal que é o YOUTH. Ele é de Lisboa e eu tive a sorte de “esbarrar” com a velha escola, e na verdade tudo o que eu sei e o primeiro contacto, as técnicas, o que eu desenvolvi aprendi com ele. Era normal eles irem pintar e eu ia com eles, e depois, claro, como eu desenho e estava ali, comecei a dizer naturalmente ‘olha explica-me como é que se pinta’ e comecei a ajudar e depois comecei eu a passar os meus desenhos para a parede. Isso foi por volta de 2007.

Rafi

Importa perceber o que leva estes artistas a intervir na rua de forma ilegal, ou seja, em suportes não autorizados como: paredes, comboios, etc. Alguns artistas afirmam que a ilegalidade é ditada pela sociedade e pelo Estado, por isso o que mais os motiva é o poder da liberdade de expressão, sendo que os restantes motivos variam de pessoa para pessoa, desde a adrenalina que provém desse acto, da democratização da arte, até ao reconhecimento que adquirem por parte dos outros membros pertencentes à comunidade da arte urbana.

Arte urbana no século XXI – A relação com o mercado da arte

A ilegalidade é imposta pelo Estado. Eu posso estar a fazer o mesmo *graffiti* numa tela e o mesmo *graffiti* numa parede, automaticamente passa a ser ilegal porque é uma propriedade que não é minha, portanto estou a transgredir um espaço que não é meu. (...) eu não considero ser ilegal, eu considero ser um vício e que tenho que o praticar na rua, como a rua é uma tela do *graffiti*. Evidentemente que tento escolher os melhores sítios, fábricas abandonadas, mas há um momento ou outro que tu estás com uma pessoa ou uma situação em que te leva a fazer um *throw-up* ou um *silver* na parede, mas depois é a vertente, há pessoas que só fazem isso, há pessoas que só fazem comboios... Eu atualmente, ou praticamente, só faço arte legal, é a que dá vontade de fazer, porque eu prefiro perder um dia, dois, três, uma semana num *hall of fame*, do que estar a fazer uma peça rápida, o chamado “mijo do cão”: ‘passei aqui, eu estou aqui, eu existo’.

Youth

(...) as motivações que levam as pessoas a pintar na rua são imensas. Cada pessoa tem uma motivação diferente. No meu caso o que me leva a pintar na rua... eu sou muito esteta, eu gosto do belo, eu exploro a beleza e eu gosto de coisas bonitas (...) não é aleatório, os sítios onde eu pinto não é com aquela ideia de destruição, é veres um sítio e achares que o desenho se encaixa ali. É também porque eu acho que é uma forma de manter a minha liberdade individual que na sociedade contemporânea as liberdades do indivíduo estão muito condicionadas. Cada vez mais tens leis para tudo e é pela parte que é democrática, é uma forma de tu expores a arte para toda gente. Sabes que os museus, as galerias, há sempre um *lobby* por trás disso, são contentores de arte que não chegam de todo a todas as pessoas e a rua é para toda gente. Portanto, é numa forma de democratizar essa expressão artística, é também no sentido de preservar a minha liberdade como indivíduo.

Rafi

Os artistas revelam que o seu percurso é marcado pela realidade em que vivem e pelo quotidiano, desenvolvem técnicas e aperfeiçoam o que já faziam. Entende-se assim, que a sua evolução é acompanhada pelo desenvolvimento dos seus gostos artísticos e pela experimentação de diferentes técnicas:

(...) eu até nem comecei pelo *tag*, comecei pela “bonecada” que é aquilo que atualmente faço melhor, que é imagens de bonecos, tento fazer imagens reais, não sou muito *lettering*, sou muito mais de *character* (...) claro que depois *taguei* muito, porque uma pessoa ia para o Bairro Alto, estava lá com os amigos a andar de *skate*, com uma caneta, um “taga” outro “taga”, havia lá pessoal que “tagava” que nem sabia porque é que estava a “tagar”, porque toda gente “tagava”.

Youth

(...) comecei pelo *graffiti* clássico na sua vertente mais ilegal – *bombing* na rua e, sobretudo, comboios; fiz parte e ainda faço de várias *crews* de *graffiti*; por volta de 2003 comecei a trabalhar com outras técnicas e ferramentas para intervir na rua e iniciei-me no *stencil*, que me permitiu desenvolver trabalhos muito diferentes do que fazia até então; nos anos seguintes fui experimentando com muitos suportes e ferramentas e fui registando os resultados, com base sobretudo em ferramentas destrutivas que usava no *graffiti* (ácido decapante para escrever em superfícies de vidro, alcatrão para juntar à tinta de modo a torná-la irremovível, acetona para queimar superfícies, etc.) com a ideia de desenvolver trabalho criativo que seguisse uma linha destrutiva (...)

Vhils

Na arte urbana os artistas são influenciados por tudo o que os rodeia, principalmente por outros artistas de arte urbana, ainda que não se restrinjam a estes ou a esta expressão artística em específico.

Arte urbana no século XXI – A relação com o mercado da arte

Desde vários artistas relacionados com o *graffiti*. Eu vou buscar influências em tudo, desde Design gráfico, desde a ilustração, desde obras de pintura, de artistas como Picasso. (...) Não me restrinjo a um grupo em si; tento retirar um bocado de tudo para poder construir algo. Porque sinto que se me restringir a um artista pode haver um ponto em que o meu trabalho deixa de ser meu e passa a ser uma continuação de um estudo de outro artista. Acho que é importante é tu veres tudo.

Third

Tantas. Primeiro comecei a ligar-me muito à cena dos animais com a arte japonesa. Sempre vi muita coisa na Internet, sempre pesquisei muita coisa, sempre adorei desenhar, então acho que acabei por misturar tudo um pouco daquilo que via. Eu sempre adorei o Basquiat pela liberdade que ele tem, eu sempre fui controlada demais quando fazia os meus trabalhos e o Basquiat é aquela liberdade toda e depois comecei a tentar libertar-me um pouco dessa... acho que ele foi fixe nesse aspecto, mostrou-me assim um artista mais livre. Adoro a SWOON, é a cena do traço, também trabalha em papel e as construções, porque aquilo é um caos, mas é um caos delicado e eu adoro isso. O Mark Jenkins só pela cena de ser as instalações super diferentes. Claro que o BANKSY foi muito importante.

Tamara

Ainda que a tendência caminhe actualmente para uma inversão, continua a ser notório que o número de raparigas que produzem arte urbana é inferior ao de rapazes. A opinião é consensual, o motivo mais apontado é o facto de existir a mentalidade de que a arte urbana, mais especificamente no caso do *graffiti*, é um mundo de homens, o que pode provocar nas raparigas um recuo.

Eu acho que o *graffiti* sempre foi considerado um mundo de homens, porque é algo que está associado a correr, à ilegalidade, a correr a fugir da polícia, saltar muros, sei lá... várias coisas, é uma coisa que é agressiva às vezes, tens que estar pendurada em sítios a pintar (...) Acho que as miúdas estão a começar a... cada vez mais a ter essa cena e a querer experimentar.

Tamara

Primeiro, eu acho que as mulheres têm medo de se inserir no meio porque acham que é um mundo de homens, é um mundo machista e *a priori* são elas que se separam e se metem aparte porque realmente é um mundo de homens e de machistas, é, mas isto é como tudo, nós temos que nos afirmar não vamos ficar à espera que as pessoas nos digam que nós somos bons ou que somos maus ou que somos os patinhos feios.

Youth

Todos estes artistas vêm nas ruas a tela perfeita para as suas intervenções. No entanto, cada vez mais surgem artistas urbanos a expor em galerias. Entre a opinião de artistas e agentes culturais, a conclusão é a mesma, ainda que dependa de artista para artista, maioritariamente trata-se de uma questão de necessidade monetária, para assim poderem viver do seu trabalho, daquilo que gostam de fazer, ainda que esta constatação esteja mais presente na opinião dos agentes. Pode ainda passar por uma questão de afirmação e promoção do seu trabalho.

Creio que, essencialmente, duas motivações: um modo de desenvolver trabalho que lhes garanta um sustento, uma vez que a intervenção na rua é livre e gratuita; e o alargamento do âmbito da sua comunicação, ou seja, acesso a outro tipo de público e uma valorização mais directa e institucional da sua obra.

Vhils

O artista pinta na rua por pura paixão, ponto. É a paixão de pintar parede, pintar grande escala principalmente, é isso que os seduz e a obra poder ser vista por muita gente. Passar pela galeria, mercado, subsistência. Todos os artistas que pintam por paixão gostam e gostariam de viver só a fazer aquilo, só.

Lara Seixo Rodrigues

Conclui-se que inicialmente os artistas urbanos portugueses inspiraram-se na cultura *hip hop* que lhes chegava através de revistas oriundas dos Estados Unidos. Hoje em dia são inspirados e influenciados por outros artistas e também pelo contexto urbano em que vivem. Intervêm nas ruas essencialmente por uma questão de liberdade de expressão e quanto mais o fazem mais desenvolvem técnicas e aperfeiçoam outras. Quando transpõem o seu trabalho para galerias fazem-no essencialmente por uma questão de necessidade monetária. Relativamente à existência de um menor número de raparigas a realizar arte urbana, prende-se possivelmente com o facto de ser considerado maioritariamente um mundo de homens.

A arte urbana e as suas transformações

Ultrapassadas as motivações dos artistas, interessa perceber o que é, afinal, considerado arte urbana. A opinião de todos os entrevistados é unânime, consideram que se trata de qualquer intervenção realizada no espaço público, ou seja, em contexto urbano. Para uns varia apenas relativamente à intenção com que é feita, outros consideram que arte urbana e *graffiti* são duas coisas distintas:

A arte urbana é uma mistura de várias vertentes, vários estilos, várias técnicas, vários propósitos, vários objectivos, várias tendências. (...) eu acho que *street art* é *street art* e *graffiti* é *graffiti*. Porque eu acho que a *street art* é um nome que se deu para englobar muita coisa num só, e *graffiti* é *graffiti* (...) quem deu o nome de arte urbana meteu *graffiti* lá dentro, porque não é só *graffiti*, é *stencil*, é o marcador, é *stickers*, é as máscaras... é tudo, percebes? *Graffiti* está dentro da arte urbana, a meu ver, mas *graffiti* é uma coisa e arte urbana é outra.

Youth

For me that's any kind of creative expression that is out there in the public realm, commissioned or not commissioned it doesn't matter.

Michael DaCosta Babb

Ao considerarmos que arte urbana é qualquer intervenção realizada no contexto urbano, surge perentoriamente a seguinte questão: que limites separam a arte urbana da arte pública? Tanto artistas como agentes consideram que a arte urbana e a arte pública têm pontos em comum, como o facto de serem realizadas na rua, as duas podem ser remuneradas e autorizadas, a grande diferença reside no facto de a arte pública ser sempre remunerada, enquanto que a arte urbana o é apenas excepcionalmente.

Arte urbana no século XXI – A relação com o mercado da arte

Acho que não existem limites. Arte pública e arte urbana batem as duas na mesma coisa. (...) A arte urbana acaba depois por ser arte pública. O exemplo disso é a peça do HAZUL, uma coisa que era arte urbana passou a ser arte pública. A Câmara foi lá, apagou tudo à volta e deixou a pintura dele.

Third

I think it's probably to do with the non commissioning and commissioning. Public art normally is commissioned and urban art/street art can be commissioned but can also be non commissioned.

Michael DaCosta Babb

A transposição da arte urbana para a galeria provoca consequentemente algumas transformações na mesma, quanto mais não seja no que diz respeito ao suporte. Questionados artistas e agentes quanto à perda da essência da arte urbana quando exposta em espaços expositivos, a maioria considera que se perde a essência, uma vez que as intervenções não são realizadas no contexto urbano, também porque varia nos suportes utilizados e na escala. No entanto é possível encontrar nas respostas dos entrevistados opiniões bastante distintas. Por exemplo, SLAP refere o seguinte:

Sim, porque tu tens que te lembrar que o *graffiti* vem da palavra *grafite* que é o acto de escrever na parede, tudo o que não seja nas paredes, tudo o que seja tipo em telas, em quadros, em placares, em não sei quê, não é *graffiti*, é uma representação de *graffiti*. É a mesma coisa que eu tirar uma foto de um *graff*, pôr numa moldura e pôr numa galeria à venda. É fotografia, não é *graffiti*. Para ser *graffiti* tinha que ser pintado nas paredes e então tu não consegues comercializar isso. Eu posso vender-te o serviço, mas não te posso vender a obra. Esse é o verdadeiro valor da *Street art*. É *priceles*.

Slap

Para Michael DaCosta Babb, a arte urbana não perde a sua essência, apenas se torna diferente e depende do motivo de inspiração do artista:

No, I don't think so. You know, you have people like Basquiat in the past, kind of a big graffiti influenced on their work. No I don't think so these days, I think it's different, I don't think that loses anything, it's just different. (...) Yes, I think, again, it depends on the artist, depends on where they're coming from. But from my perspective the physical, the political space of a gallery, that's not a problem. But if the inspiration of the artist comes from the street and they feel more comfortable in the public realm, then that's a different thing. But if the artist is able to move between the street and the very heavily charged political spaces as the gallery space, I think... I find the contrast interesting; I think it's quiet stimulating playing the codes.

Michael DaCosta Babb

Cada vez mais se vêem nas ruas intervenções de arte urbana dos mais variados tipos, variando no suporte, nos materiais e nas técnicas, como se de um espelho da evolução se tratasse. Todos os entrevistados concordam que as transformações que temos vindo a assistir no panorama da arte urbana revelam ser uma evolução positiva. Pode eventualmente tratar-se de uma recriação da arte urbana, que procura assim explorar novas formas de intervenção, misturando diversos universos que se relacionam com a criatividade.

Eu acho que o *graffiti* tem uma componente muito importante que é a cena do *step ahead* e muito disso às vezes é tu encontras problemas, identificares problemas e solucioná-los. Quando vês uma fenda no chão, se tapares com uma coisa qualquer colorida chamas a atenção das outras pessoas para a fenda e para a cena que tu fizeste para solucionar o problema, se aquilo se tornar padrão, se todas as fendas que

Arte urbana no século XXI – A relação com o mercado da arte

existirem tu preencheres com a tua cor ao fim de um ano, ou dois anos, ou três anos de andares a brincar a tapar buracos com magenta, toda gente vai falar da miúda que tapa buracos com magenta (...)

Slap

Yes, that for me is what I said before, the exiting part, where you get different disciplines mixing. See, you get video mapping going on, those kind of interventions in the public realm, you get 3D work like TRUTH TAG, these guys in Poland and then you're talking about blurring the boundaries between the different creative disciplines, so that's where the exiting, new work is going to emerge from...

Michael DaCosta Babb

As referidas variantes que se têm vindo a desenvolver na arte urbana, passam também pela relação que se criou com o Design, nomeadamente a nível do estilo e das técnicas que hoje em dia se aplicam nas intervenções, sendo que tanto a arte urbana como o Design relacionam-se sobretudo com a criatividade.

(...) de uma forma geral todas estas formas de expressão gráfica e visual têm uma relação de influência recíproca com as disciplinas técnicas gráficas – do Design gráfico à tipografia, caligrafia, ilustração, etc. Sendo formas de comunicação visual partilham muitas características.

Vhils

So, for me there's no boundaries, it's all about creativity, it's all about interventions in public realm. It could be any creative business, it could be an architect, could be a designer, could be an artist, it could be someone doing video, someone doing audiovisual, someone doing digital, it doesn't matter, it's an intervention of the public realm and I like the idea of encouraging connection between the disciplines.

Michael DaCosta Babb

Gente que vem da ilustração, gente que vem das Belas-Artes e gente que vem do Design, há cada vez mais pessoas que integram a arte urbana e portanto, deixou de ser aquele núcleo iminentemente autodidata das pessoas que aprendiam na rua e aprendiam com o *old school*, com os mestres da *old school* e que precisavam de 10 ou 15 anos de rua para aprenderem a fazer qualquer coisa que eles considerassem minimamente de qualidade. Isso deixou de ser o percurso comum, habitual, ainda que se mantenha de algum modo, para surgirem cada vez mais artistas que têm formação superior, que estão cada vez mais interessados também porque encaram como oportunidades até muitas vezes comerciais e financeiras, estão cada vez mais interessados em trabalhar em arte urbana. (...) isto faz com que os discursos se modifiquem, com que as técnicas se modifiquem, com que as atitudes se modifiquem, portanto há assim quase como uma pequena revolução dentro da própria comunidade e muita gente vem do Design gráfico. Por outro lado as marcas cada vez mais procuram a arte urbana como fonte de inspiração e no trabalho da criação dos seus objectos comerciais.

Sílvia Câmara

O surgimento de novas variantes na arte urbana, ou seja, de intervenções com estilos, técnicas e objectivos diferentes dos que se tinham visto até então com o *tag* e o *graffiti*, provocaram uma maior facilidade de aceitação deste tipo de intervenções por parte da sociedade, aumentando o interesse da população, talvez por se identificarem com certas intervenções.

Acho que sofreu transformações a nível, basicamente, de aceitação. Primeiro *graffiti*, depois paredes ilegais daí artistas começam a pintar na rua, a proliferação de festivais que aconteceram no início do século XXI, festivais de tudo e mais alguma coisa, em que houve possibilidade de muita gente talentosa mostrar o trabalho. Há demasiada produção a nível da arte, todas as artes produzem demasiado, portanto, nem toda gente consegue ir para uma galeria. Se eu não consigo chegar a uma galeria eu tenho que mostrar o meu trabalho de outra maneira, portanto vou começar a pintar paredes. É uma coisa que nós fazemos desde sempre, pintar paredes, faz-se desde sempre. É uma inversão, antes as galerias iam buscar às faculdades diretamente para as galerias e se calhar nas galerias começavas a fazer coisas de

Arte urbana no século XXI – A relação com o mercado da arte

muito maior escala, estátuas e assim, passavas a ser tão bom que expunhas estátuas e agora é um bocado ao contrário, mostras o teu trabalho na rua e se for válido passas para a galeria, é um bocado ao contrário. Se bem que eu acho que isto vai começar a funcionar ao contrário. Tu desafia muita gente a trabalhar na rua e eles gostam porque trabalham numa escala completamente diferente e obviamente, depois é o mercado da arte a funcionar, ‘gosto, este artista de certeza que vai vender, bora lá!’ e obviamente, o BANKSY veio abrir muitos caminhos, da mesma maneira que o VHILS em Portugal tem aberto muitos caminhos. Há muito mais pessoas atentas ao universo da arte urbana, tu agora vês notícias todas as semanas nos jornais sobre arte urbana, há um ano atrás tu não vias isso acontecer, há dois muito menos. Portanto, tem sido uma aceitação e está muito na moda.

Lara Seixo Rodrigues

Interessa compreender se nestas intervenções cada vez mais aceites pela sociedade, existe um propósito, uma mensagem que faz com que as pessoas se identifiquem com o que vêem, ainda que algumas não sejam decifráveis à primeira vista, assim:

(...) os meus trabalhos têm sempre um conceito por trás podem não ser completamente perceptíveis. Eu até defendo aquele tipo de arte que não aponta o dedo, que deixa que a cabeça possa chegar lá ou não. Independentemente deixa sempre qualquer coisa ao leitor para interpretar.

Tamara

Depende da intenção do autor, não se pode generalizar apesar de que o acto de intervir na rua de forma ilegal seja, em si mesmo, um acto reivindicativo.

Vhils

No que às indústrias criativas diz respeito, importa perceber de que forma é vista a arte urbana, sendo que entre os agentes entrevistados as opiniões dividem-se. Para Lara Seixo Rodrigues, as indústrias criativas em Portugal ainda não se aperceberam do potencial da arte urbana:

Em Portugal é muito giro mas... ainda não se percebeu o potencial, em Portugal ainda não. (...) As indústrias criativas são geridas neste momento ainda por uma faixa etária nos quarenta, trinta e cinco, quarenta. São pessoas que não têm qualquer formação ao nível da arte urbana.

Lara Seixo Rodrigues

Para Sílvia Câmara, coordenadora da Galeria de Arte Urbana, as indústrias criativas começam neste momento a criar algum reconhecimento em relação à arte urbana:

Eu acho que a arte urbana já entrou para as grandes indústrias culturais, nomeadamente ao nível dos grandes museus, das grandes plataformas de criação de discurso plástico e até de pensamento plástico, casos notáveis como a Tate Modern, que organizou, se calhar, a grande exposição de arte urbana até hoje. (...) Nesse sentido a arte urbana começa a entrar para esse universo das indústrias criativas, em Lisboa era importante salientar a exposição d’ OS GÉMEOS realizada no Centro Cultural de Belém (...) Noto que ao nível das galerias, a coisa está a acontecer agora, está a começar a acontecer agora e eu acho que ainda não se despertou muito da parte dos galeristas para aquilo que é a arte urbana, mas já começam a aparecer algumas exposições, nomeadamente a Agência Vera Cortês tem uma ligação muito próxima com o Alexandre Farto (VHILS), já organizou uma individual do Alexandre, já organizou uma grande exposição colectiva também com artistas de *street art*. Portanto, acho que isso está a começar a acontecer. (...) mas acho que ainda falta percorrer muito para se chegar a um pensamento crítico. Também ainda não há curadoria feita a este nível.

Sílvia Câmara

No entanto, no que diz respeito ao panorama internacional das indústrias criativas, Pauline Foessel considera que há cada vez mais reconhecimento, uma vez que as galerias

começam progressivamente a reconhecer o valor da arte urbana. Por sua vez, Michael DaCosta Babb, mais ligado às estratégias de marketing, considera que é perfeitamente possível que a arte urbana se inclua nas indústrias criativas, tendo em conta a relação estreita que tem vindo a surgir entre a arte urbana e a publicidade, por exemplo, sendo que o único motivo de resistência desta ligação passa pela dificuldade da comunidade da arte urbana aceitar a comercialização dos trabalhos.

(...) I think it's probably the other way around, it's how can urban artists somehow include their activities within the creative industries. (...) I think it's definitely possible for street art to be included within the creative industry. You look at the work of the artists related to advertising, for example, there's a lot of street artists related to advertising and event production. For me it's quiet straight forward to include street art in the creative industries. The problem is sometimes, if there is resistance from the street art community and the idea of people selling out, which I think is incorrect, but sometimes the opinion of the community is that if you do commercial work then you're somehow affecting the integrity of the work. But I don't see it that way. I see it as always a balance between creativity and commerciality, always.

Michael DaCosta Babb

Considera-se arte urbana qualquer intervenção realizada no espaço público, que poderá conter em si um objectivo, uma mensagem não perceptível à primeira vista. Entre a arte urbana e a arte pública encontramos pontos em comum como o facto de ambas serem elaboradas na rua, de poderem ser remuneradas e autorizadas. A única grande diferença é que a arte pública é sempre remunerada, enquanto que a arte urbana excepcionalmente o é. Quando a arte urbana é transposta para galerias perde possivelmente a sua essência, uma vez que não é realizada no contexto urbano, porque varia no suporte e na escala. No que diz respeito às transformações que a arte urbana tem vindo a sofrer, libertando-se da sua forma inicial, ou seja, o *graffiti*, estas são o reflexo da sua recriação, através da ligação a outras expressões criativas, explorando novas formas de intervenção nas ruas e provocando uma evolução nas técnicas e estilos utilizados, o que facilita a aceitação deste tipo de intervenções da sociedade, dada a sua diversidade. No que diz respeito à relação da arte urbana com as indústrias criativas, provavelmente ainda não existe em Portugal uma percepção do real potencial da arte urbana, ainda que comecem a surgir alguns apontamentos que contrariem esta ideia. No contexto internacional conclui-se que há cada vez mais reconhecimento.

A arte urbana e o mercado da arte

Em Portugal a arte urbana tem surgido no mercado da arte principalmente através das galerias. Tal como foi referido anteriormente, a agência de Vera Cortês foi possivelmente a primeira a expor trabalhos de arte urbana, com obras do VHILS. Outro destaque bastante relevante para a entrada da arte urbana no mercado da arte em Portugal, foi o aparecimento do

projecto “Underdogs”. Presenciei a inauguração de duas das exposições que realizaram, nomeadamente a dos CYRCLE em Junho e do MAISMENOS em Setembro. Nas duas, observei a existência de bastante afluência de público, sendo que este era maioritariamente constituído, como esperado, por outros artistas urbanos, fotógrafos e agentes culturais.

Segundo a conversa que tive com a Pauline Foessel, *manager* do estúdio do VHILS, a quando da realização da entrevista para o estudo desenvolvido nesta dissertação, o modelo de negócio desenvolvido pelo projecto “Underdogs”, passa por ter três formas de exposição do artista e dois modelos de venda de trabalhos dos mesmos. As três formas de exposição são: o artista ou colectivo primeiro realiza uma intervenção na rua em paredes cedidas pela Câmara Municipal de Lisboa; Segue-se a exposição na Galeria Underdogs³⁰; e por fim, através de *prints* de alguns trabalhos dos artistas. Quanto aos dois modelos de negócio presentes neste projecto, os mesmos passam pela venda da maior parte das obras em exposição e pela venda de *prints* no site da Underdogs³¹. O modelo de negócio implementado pela Underdogs revela-se inovador no mercado Português, uma vez que até então não existia nenhum negócio semelhante exclusivamente direccionado para a arte urbana.

Existem em Portugal outras galerias a expor obras de arte urbana, como: a galeria da Agência de Arte Vera Cortês, a Montana Shop em Lisboa, a Dedicated Store (Lisboa e Porto) que ocasionalmente organizam exposições e a Galeria António Prates realizou uma exposição de arte urbana em 2012.

Internacionalmente a realidade é bem diferente no que à relação entre a arte urbana e o mercado da arte diz respeito. Mais desenvolvida, diria. Segundo um artigo da “Artprice”³², foi em 2006 que se deu a primeira grande valorização de trabalhos de BANKSY. As suas obras eram até então vendidas por menos de \$10,000, tendo este valor inflacionado para cerca de \$100,000. Em 2008, foram realizados dois leilões de obras do BANKSY, sendo que em cada um foi ultrapassado o valor de 1 milhão de dólares. Posteriormente a 2008, os valores das obras de BANKSY tenderam a acalmar. O *merchandising* é outra grande fonte de rendimento para o artista, no entanto o mesmo só se verifica quando vendido através da única marca

³⁰ O projecto “Underdogs” começou por não ter um local fixo de exposição, no entanto actualmente estão sediados num armazém (56) na Rua Fernando Palha, onde realizaram as duas últimas exposições, ainda que supostamente seja temporário.

³¹ <http://www.under-dogs.net/index.php?nav=shop>, acedido em Setembro de 2013.

³² <http://web.artprice.com/artmarketinsight/912/Banksy%3A+market+still+buoyant?l=en>, acedido em Setembro de 2013.

autorizada por BANKSY, a “Pest Control”. Tornou-se num dos artistas mais requisitados e conceituados do mercado da arte contemporânea mundial, o que contribuiu para a existência de um novo olhar em relação à arte urbana.

Existem muitos outros artistas que vendem as suas obras por valores consideráveis mas sem nunca atingir o record de BANKSY. Numa das viagens que estavam incluídas no programa deste mestrado, o destino foi Londres e de visita à galeria Lazarides, por saber que estava a decorrer a exposição “VHILS: Devoid”³³, constatei que a obra mais barata que constava da dita exposição rondava o valor de cerca de £8,000, sendo que grande parte das obras já se encontravam vendidas. O que prova o valor incontestável que artistas urbanos portugueses estão a ganhar no mercado da arte.

BANKSY e VHILS são apenas dois exemplos dos muitos artistas urbanos que hoje em dia já comercializam as suas obras.

Artistas e agentes culturais quando questionados sobre se a arte urbana deve ou não ser comercializável, a maioria responde que a mesma já o é por uma questão essencialmente de subsistência, mas também porque faz com que o artista seja mais reconhecido. Das entrevistas realizadas para este estudo, é de destacar o ponto de vista da RAFI, que refere que existe uma desvalorização do trabalho do artista mas que algumas marcas do mercado se apropriam do *lettering* do *graffiti* para campanhas publicitárias:

Eu acho que deve haver espaço para tudo, não é: deve ser comercializada, ela já é. O que eu não acho bem é, por exemplo, eu como pintora sou vista ou sou chamada de vândala e depois tu entras no BES e tens “Conta Jovem” com letras de *graffiti*, vais ao Continente “Regresso às Aulas” com letras de *graffiti*. Há toda uma economia que se apropria da linguagem gráfica do *graffiti* e que vende com isso, e depois um artista de *graffiti* é um vândalo, é um criminoso, é o diabo em forma de gente. Isso acho uma hipocrisia gigante, portanto, isso eu não concordo que se comercialize.

Rafi

Esta opinião é partilhada também por TAMARA, que explica que o artista não consegue ter controlo de tudo o que é comercializado com obras suas:

Depende do artista. Sabes qual é o problema da arte urbana e essa questão de ser comercializada? É que andam pessoas a ganhar dinheiro à conta dos outros e imagina que eu faço a minha vida a vender postais de coisas do BANKSY (...)

Tamara

No entanto VHILS tem considerações diferentes:

A arte urbana não nasceu com o propósito de ser comercializável, não é essa a sua natureza. O que há é artistas que ganham a sua vida através do trabalho que fazem para galerias etc. São fundamentalmente

³³ <http://www.lazinc.com/exhibitions/573,vhils-devoid>, acedido em Setembro de 2013.

dois meios que por vezes ganham sobreposição através do mesmo criador, mas na sua essência seguem funções e propósitos diferentes.

Vhils

Quando falamos em arte urbana pensamos instantaneamente em intervenções na rua, mas esta é uma tendência que tem vindo a transformar-se com a sua passagem para galerias. Como foi referido anteriormente, têm surgido em Portugal diversas exposições de arte urbana em galerias, ainda que esta não represente o *core* de arte apresentada na maior parte das galerias. Interessa então perceber se as galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal. Há um contraste interessante entre as respostas dos artistas e as dos agentes culturais. Todos os artistas entrevistados consideram que a galeria não ajuda a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo, consideram que pode apenas trazer ao artista algum reconhecimento social.

Eu acho que esse estigma foi libertado e acho que o que ajuda a libertar o estigma de que não é vandalismo é o trabalho dos artistas, porque as galerias de arte só surgem no *graff* depois de o trabalho estar feito. (...) Acho que o único papel da galeria é poder vir a trazer mais reconhecimento, as pessoas acham que é mais credível.

Third

Os agentes culturais, contrariamente aos artistas, consideram que as galerias ajudam na libertação desse estigma que envolve a arte urbana, mas têm em vista outros fins como a valorização monetária e desempenham um papel mais direccionado para a promoção dos artistas.

Sim, mas em Portugal isso não existe. (...) Ajuda imenso e, por exemplo, aquilo que nós tentámos fazermos com o festival é tentar mostrar às pessoas que a arte urbana não tem que ser um acto de vandalismo. Conte-te este caso do António Prates que ‘sim, sim vou trazê-los para a galeria, mostrar que isto não é nada de ilegal’... mas pô-los a pintar em cima de lonas. Obviamente, não só pelo facto de não sujar paredes como pelo facto de ‘eu enrolo lona e se um destes artistas daqui a uns anos for muito valioso, eu tenho aqui uma obra de arte’ e posso vender caro. Em Portugal, ainda não houve uma exposição propriamente dita em que te querem mostrar que isto é bom, que são bons artistas. Até agora eu acho que foi puro mercado.

Lara Seixo Rodrigues

Yes, they do, but the main thing that does is... kind of media or public relations, ok? The role of journalists and maybe the role of social networks as well... again leading to education as well. So they’re all intertwined. But the more positive media covers there is, the more acceptant they will be.

Michael DaCosta Babb

Podemos assim concluir que as galerias fazem com que os artistas urbanos comecem a ser reconhecidos mesmo enquanto artistas, procurando sempre o retorno, sem que isso tenha um forte impacto na associação que é feita pela maioria da sociedade, entre arte urbana e vandalismo.

No que toca ao mercado da arte em Portugal, terá o mesmo já aberto definitivamente as suas portas à arte urbana? As opiniões dividem-se entre os próprios artistas e também entre

os agentes. Os entrevistados que responderam que sim, apontam como principal argumento o facto de já existirem alguns artistas que conseguem subsistir através do lucro que conseguem com o seu trabalho. Os que são de opinião contrária consideram que a arte urbana está progressivamente a ganhar algum espaço no mercado da arte.

Já existe um mercado e em Portugal estamos agora a viver um momento em que o *graffiti* está na ordem do dia, é um assunto corrente e que até interessa politicamente para as eleições. Há um mercado sim, porque já existem pessoas que estão a viver disto.

Rafi

Em Portugal não, não abriu. Puxou um bocadinho a frecha, mas ainda não. Aliás, a única pessoa que tem contribuído muito para isso é o VHILS. (...) é o único exemplo que eles têm, porque o Alexandre realmente conseguiu passar das paredes para a galeria. Uma coisa também muito boa e muito má em Portugal é, como ele esteve muito tempo fora é porque é bom e como ele está muito lá fora é porque é bom. Portanto, tem toda a legitimidade para estar cá nas galerias boas em Portugal e de ser artista como são os outros todos (...)

Lara Seixo Rodrigues

Relativamente ao mercado da arte internacional, segundo a opinião de Michael DaCosta Babb e Pauline Foessel, os únicos entrevistados estrangeiros, consideram que a arte urbana já se incorporou definitivamente no mercado da arte:

Yeah, yeah definitely. I mean, the art market is slow, you know? They have problems with video art, still. Some of them still have problems with photography. It's a slow market but I think there's no way things will be... will regress. I don't think people will stop collecting BANKSY, for example (...)

Michael DaCosta Babb

I would say on my city, I know in Paris you have auctions with street art stuff, BANKSY and all... European world yes, but in Portugal I've no idea (...)

Pauline Foessel

Começa a existir em Portugal espaço no mercado da arte para a arte urbana, ainda que seja neste momento um processo em progressão, contrariamente ao panorama internacional onde a arte urbana já se afirmou. Importa perceber que tipo de artistas urbanos recebe o mercado da arte, se é uma excepção para artistas de renome ou se é também receptivo a artistas emergentes. A maioria das respostas dos entrevistados tende para a existência de uma abertura do mercado da arte em relação aos artistas emergentes, sendo que as razões apresentadas se baseiam no facto de os artistas emergentes serem mais versáteis e no interesse de uma valorização futura do artista.

(...) acho que estão mais abertos hoje em dia aos artistas que vão surgindo e estão mais atentos porque aperceberam-se que podem ganhar muito dinheiro em si com o *graffiti*.

Third

(...) até acho que mais a artistas emergentes do que aos artistas antigos, aos dinossauros, porque os dinossauros mantêm muito aquela cena do purismo do *graffiti* e não sei o quê... os artistas emergentes fazem tudo e mais alguma coisa.

Tamara

Arte urbana no século XXI – A relação com o mercado da arte

Obviamente que os artistas de renome têm um peso no mercado brutal, ainda que com esta crise financeira, o que se verifica é que os valores das obras decresceram drasticamente, hoje consegue comprar uma peça de um expoente da produção artística nacional por menos de metade do preço que conseguias há 5, 6 ou 7 anos. Isso de algum modo constitui por outro lado uma oportunidade para artistas que produzem em valores muito mais baixos e eu acho que o interesse dos galeristas também pode ter a ver com isso.

Sílvia Câmara

Os entrevistados que consideram que o mercado da arte está apenas receptivo a artistas urbanos de renome, afirmam-no porque consideram que existe pouca valorização do trabalho de artistas emergentes e porque consideram que a arte urbana ainda não se incluiu nos nichos do mercado.

O mercado não funciona com base em artistas desconhecidos que (ainda) não são vendíveis.

Vhils

(...) eu acho que se faz muito investimento nos que andam aí na berra... não há grande valorização para esses artistas emergentes.

Diana Sousa

Em Lisboa especificamente, há um mercado que nem sequer cá entra que é o da ilustração, não tens uma galeria específica de ilustração. Portanto, há muitos nichos e a arte urbana está fora.

Lara Seixo Rodrigues

A razão explicativa das opiniões da Diana Sousa e da Lara Seixo Rodrigues, passa pela fraca existência de galerias que se dedicam à arte urbana, o que contribui para uma inexistente procura de mercado no que diz respeito a artistas emergentes, como explica Pauline Foessel:

I think in Portugal you don't really have any galleries that are really focus on street art and everything, so I don't think there is really an eye on it yet (...)

Pauline Foessel

Entrada da arte urbana no mercado da arte pode ter gerado o aparecimento de um nicho de colecionadores, sendo que a maioria dos entrevistados considera essa existência. Dois dos seis artistas afirmam ser colecionadores, através da oferta e troca de trabalhos com outros artistas. Os restantes entrevistados consideram que não existe um nicho de colecionadores de arte urbana no mercado da arte em Portugal, existem apenas alguns compradores mais direcionados para artistas mais reconhecidos no mercado. Sendo que consideram que esta realidade já se encontra mais evoluída a nível internacional.

Acho que existe, mas encontra-se dividido essencialmente em dois grupos: um formado pelos grandes colecionadores que agora despertam para a crescente procura destas mercadorias e querem investir num produto que poderá tornar-se rentável (...) outro dos pequenos colecionadores e entusiastas talvez com menos poder de compra mas que têm um interesse genuíno em comprar peças de artistas que lhes dizem algo e que reflectem os seus gostos.

Vhils

Sim já, bastantes, porque o pessoal que é colecionador e compra arte tem sempre alguém que aconselha, mas isso é sempre uma aposta porque tu não sabes se o artista daqui a dez anos ainda está na

Arte urbana no século XXI – A relação com o mercado da arte

arte urbana ou se já está tipo Paula Rego, a pintar quadros a óleo. Também há esse processo evolutivo nos próprios artistas. Eu se fosse comprador de arte e fosse investir em arte, porque hoje em dia é mais seguro investir em arte do que em outra coisa qualquer, porque a arte valoriza e o resto desvaloriza. (...) Eu que também coleciono não compro, eu troco trabalhos, então vou colecionando assim também peças de artistas que de outra forma não ia conseguir trabalhos deles.

Slap

Só conheço uma pessoa que anda a comprar, é meu amigo. (...) Não conheço mais ninguém, de certeza que tens muita gente principalmente da carteira de clientes da Vera Cortês que compraram peças do Alexandre (VHILS), mas também que não é porque compras um artista que gostas de arte urbana, não acho que seja por aí. Acho que é um mercado mesmo todo por descobrir.

Lara Seixo Rodrigues

Considera-se assim a possível existência de um nicho de colecionadores de arte urbana. No entanto, quando questionados sobre se existe um perfil de comprador de arte urbana, a opinião geral é que não existe um perfil específico, pelo menos por enquanto. Varia tanto na faixa etária como na posição social e económica. No entanto as novas gerações são mais apontadas como possíveis compradores:

Eu acho que se calhar é gente mais nova, de uma faixa etária mais nova que de algum modo ganhou algum arcabouço financeiro e que começa a estar mais interessada. (...) é um fenómeno tão diminuto e tão residual que acho que é difícil traçares um perfil do comprador de arte urbana ainda.

Sílvia Câmara

Das diversas opiniões obtidas nas entrevistas em relação a esta pergunta, TAMARA considera que normalmente os compradores são pessoas bastante receptivas à novidade, enquanto YOUTH considera que só compra obras de arte urbana quem gosta mesmo. Pauline Foessel é a única a considerar a existência de um perfil de comprador de arte urbana, referindo que basta apenas colocar trabalhos em galeria para despertar o interesse das pessoas. Lara Seixo Rodrigues considera que não existe um perfil de comprador em Portugal:

Eu acho que deve haver. Em Portugal não há, mas pelo universo, lá fora houve muita gente que já comprava. Eu acho que para comprares peças de arte tens que gostar muito e compras muito pelo que tu gostas, este é o bolo grande, compra por investimento. A partir do momento em que lá fora há artistas que vendem peças a dez mil, vinte mil, quarenta mil euros... isto é um bom investimento e há muitos que compram por aí. Tens compradores de arte cuja maior parte é puro investimento. Depois tens os que gostam de um peça ou de outra peça. Eu acho que as pessoas da minha idade, lá fora cá não, cá eu conto pelos dedos de uma mão pessoas da minha idade que compram arte seja que arte for. Eu acredito que tem muito a ver com a nossa urbanidade.

Lara Seixo Rodrigues

Começam a surgir exposições de arte urbana em galerias portuguesas, no entanto estas não representam uma constante, sendo que actualmente a única que expõe exclusivamente arte urbana é a do projecto “Underdogs”. A arte urbana tornou-se comercializável principalmente por uma questão de subsistência dos próprios artistas, uma vez que a exposição em galerias faz com que o seu trabalho se torne mais reconhecido e consequentemente aumente o retorno financeiro que obtém com os mesmos. A entrada da arte

urbana no mercado da arte revela-se progressiva e receptiva a artistas emergentes, encarando-os como investimentos. Relativamente ao perfil do comprador de arte urbana o mesmo é bastante variado, sem que se consiga traçar um perfil concreto, é possivelmente mais orientado para artistas mais reconhecidos.

Cidade e sociedade

Na maioria das grandes cidades portuguesas a população vive lado a lado com a arte urbana, está por toda a parte. Obviamente que devemos considerar que cidades como Lisboa e Porto têm uma maior abundância de intervenções, mas deve também ter-se em consideração cidades como a Oeiras, Sintra, Cascais, Almada, Seixal, Setúbal, Amadora, Caldas da Rainha, a Covilhã, entre outras. Sendo um elemento tão presente no panorama urbano, interessa perceber que valor acrescenta à cidade. A opinião geral dos artistas é que dá cor à cidade e oferece aos transeuntes a possibilidade de ver arte sem terem que se deslocar a galerias ou museus. Para além disso, dignifica espaços da cidade que não têm qualquer utilidade, ao serem utilizados como suporte de obras de arte urbana.

Traz cor, eu acho que o facto de... por exemplo, um museu, uma galeria, as pessoas deslocam-se, criam hábitos de ir, às vezes até têm que pagar para entrar outras vezes não, mas, por exemplo, a rua não é elitista, pode apanhar qualquer pessoa e o facto de uma peça estar na rua abrange todo tipo de pessoas, essa é que é a parte interessante que é, desde a velhota ao senhor que trabalha na frutaria, de uma criança a um senhor de negócios. Uma parede na rua abrange toda gente, é isso que eu acho que é a maior força da rua, da arte na rua.

Tamara

(...) traz valor porque dignifica espaços, inclui cidadãos, dá um sentido de participação na cidade, eu estou a participar na vida da cidade e neste momento eu acho que a arte urbana dignifica espaços que estão sem significado, não têm nenhuma função, espaços abandonados, espaços esquecidos, espaços negligenciados pela cidade.

Rafi

Por outro lado, VHILS apresenta um ponto de vista mais abrangente:

(...) primeiro em termos de oferta cultural, uma vez que artistas que intervenham no espaço urbano de uma determinada cidade, sobretudo no caso dos consagrados que já têm seguidores, podem contribuir para aumentar a oferta cultural da mesma, atraindo mais visitantes. (...) Em segundo lugar, a participação no espaço urbano fomenta a liberdade de expressão numa cidade (...) Em terceiro lugar temos a dimensão económica, uma vez que com o aumento da oferta cultural e com a revitalização de áreas delapidadas ou deprimidas da cidade, podem-se estabelecer pontos de interesse onde anteriormente não os havia, criando oportunidades para atrair investimento – mais turismo, mais movida cultural, procura pelo espaço. (...) O quarto ponto diz respeito à capacidade que este tipo de intervenções tem para chamar a atenção para determinadas questões de urbanismo, especulação, gestão do espaço público, etc.

Vhils

Entre as obras de arte urbana que se encontram espalhadas pela cidade parece não haver um consenso no que diz respeito ao que deve ser preservado. Este ponto surge no

seguimento das medidas que estão a ser aplicadas presentemente no Porto, depois da Câmara Municipal ter iniciado, em Novembro de 2012, uma operação de limpeza de *graffiti* por toda a cidade. Segundo um artigo do jornal Público publicado *online*³⁴ no dia 21 de Março de 2013, Rui Rio refere que a Câmara Municipal do Porto tem disponibilidade para aumentar o orçamento de 150 mil euros que havia sido disponibilizado para a limpeza de *graffiti* na cidade, acção inserida no “Projecto Agir Naturalmente Pela Nossa Cidade”. A referida acção conta com a colaboração de funcionários do Município, cidadãos que estejam a beneficiar do Rendimento Social de Inserção e voluntários, nomeadamente estudantes da Universidade Lusófona. A Câmara Municipal do Porto iniciou desta forma uma campanha anti-*graffiti*, sem ter em conta o valor artístico das intervenções, tal como é referido no artigo³⁵ do Público *online*, em 24 de Maio de 2013, “As brigadas limpam a eito as paredes das zonas que seleccionam. Removem cartazes e pintam por cima, sem qualquer juízo crítico sobre o valor do que arrancam ou ocultam”³⁶. No seguimento desta operação, foram cobertas inúmeras intervenções de arte urbana. Uma obra de HAZUL foi a que mais polémica gerou, juntamente com outras intervenções foi pintada por cima sem qualquer noção do valor artístico que representam ou da representação que o artista possa ter no mercado da arte, por exemplo. Em contraste com o que está a acontecer na cidade do Porto, Lisboa apostou na valorização da arte urbana. Tal como consta no artigo³⁷ *online* do Público, de 17 de Outubro de 2008, Lisboa criou em 2008 a Galeria de Arte Urbana, já descrita anteriormente, como forma de valorização e criação de espaço para trabalhos legais na cidade. Ainda que tenha acontecido no decorrer de uma limpeza de paredes no Bairro Alto, procurou criar uma distinção entre obras de qualidade e, como refere o presidente da Câmara de Lisboa, António Costa, no referido artigo: “tags selvagens”. Esta intervenção inclui-se num projecto de reabilitação do Bairro Alto.

Já no panorama internacional a realidade é ainda mais diferente. Em Londres já existe noção do real valor da arte urbana, segundo um artigo³⁸ *online* do *website* “London Evening Standard”, uma das intervenções de BANKSY foi coberta por um suporte plástico como

³⁴ <http://www.publico.pt/local/noticia/nao-sera-por-falta-de-verba-que-camara-do-porto-deixa-de-limpar-graffiti-1588671>, acedido em Setembro de 2013.

³⁵ <http://www.publico.pt/local-porto/jornal/graffiters-do-porto-ameacam-responder-a-ofensiva-das-brigadas-da-camara-26580912>, acedido em Setembro de 2013.

³⁶ Escrito por Alexandra João Martins in <http://www.publico.pt/local-porto/jornal/graffiters-do-porto-ameacam-responder-a-ofensiva-das-brigadas-da-camara-26580912>.

³⁷ <http://www.publico.pt/cultura/noticia/lisboa-primeira-galeria-de-arte-urbana-pretende-ser-espaco-para-graffitis-1346496>, acedido em Setembro de 2013.

³⁸ <http://www.standard.co.uk/news/london/londons-latest-banksy-graffiti-artists-new-work-gets-protection-7763530.html>, acedido em Setembro de 2013.

forma de protecção da mesma. Neste caso há por parte da cidade uma compreensão nítida em relação ao valor que o artista representa para a cidade, tendo em conta a quantidade de turistas que atrai. Realidades demasiado diferentes, ainda.

Questionados os entrevistados sobre que principais diferenças apontam em relação ao estado da arte urbana no Porto e em Lisboa, a opinião maioritária é que Lisboa percebeu que ao criar espaços na cidade para os artistas intervirem diminui substancialmente outras intervenções dispersas pela cidade, uma vez que as direcciona para espaços próprios. Para além disso, optaram por dar utilidade às paredes de prédios devolutos, melhorando assim a estética da cidade. A arte urbana em Lisboa atrai cada vez mais turistas, prova disso são os inúmeros roteiros que têm vindo a ser criados, o que representa uma aposta ganha para a Câmara Municipal de Lisboa. Em relação ao Porto, a opinião dos entrevistados é consensual, as acções anti-*graffiti* que têm sido levadas a cabo pela Câmara Municipal consistem em pintar por cima das intervenções que são feitas, por exemplo, em prédios devolutos ou em más condições sem que tenham a menor intenção de os recuperar. Consideram que a relação entre a Câmara Municipal e a arte urbana está assim devido a certos aspectos como, a falta de diálogo entre a autarquia e os artistas; a cultura no Porto é vista como elitista; existe excesso de poder por parte da autarquia; falta de formação no que diz respeito à arte urbana; e a existência de uma repressão cultural.

(...) Lisboa arranjou uma forma de limpar a parede sem limpar e começou a perceber que isto atrai turismo, atrai publicidade, começam a surgir *tours* de arte urbana, os artistas começam a ser reconhecidos e a ter mais trabalho... O Porto ainda não percebeu isso.

Tamara

Tu vês aqui no Porto que é dramático o número de prédios desabitados e a cair de podre, eu acho que se eles estão assim e se a cidade não faz nada, aliás a cidade faz, agora a Câmara anda a pintar por cima (...) qual é a diferença entre teres tinta amarela ou teres várias tintas de cores? É que nem sequer foram restaurar o prédio, não foram dignificar. Isto é ‘quem manda aqui sou eu!’ e isso está a abrir uma guerra. Eu acho legítimo porque se não há diálogo, isto não é nenhuma ditadura, não é ‘eu quero, posso e mando!’, que atitude é essa? Portanto eu acho que a arte urbana dignifica espaços que não têm significado nenhum, enquanto estão ali podem muito bem ter uma peça, porque não? Então (...) é poder e estupidez, porque estão a gastar dinheiro nosso, dos contribuintes.

Rafi

É mesmo um tema tabu no Porto e lá está, é falta de formação de todas as pessoas, as acções que eles andam a levar de pintar os muros todos.

Lara Seixo Rodrigues

As únicas opiniões contrastantes de entre todos os outros entrevistados pertencem a Diana Sousa e Sílvia Câmara, que referem:

(...) não sei até que ponto é que isso é uma acção para depois tentar ordenar o território e legalizar as paredes para os artistas.

Diana Sousa

Eu acho que as cidades têm ciclos, muitas vezes ciclos de maior abertura e mais liberais, de maior aceitação daquilo que podem ser genericamente as expressões artísticas e outros contraciclos onde a cidade se fecha, o controlo é maior, como aconteceu, por exemplo, em Barcelona. Isso é muito característico, não quer dizer que não possa acontecer em Lisboa. Tem marcado muitas das grandes cidades que produziram arte urbana muito relevante durante alguns anos e depois em determinada altura fecham-se completamente e têm uma tolerância quase zero em relação à produção de arte urbana. Acho que o olhar da cidade pode evoluir dessa forma e se calhar o Porto está nesse contraciclo e nós (Lisboa) estamos no ciclo. (...) Não quero diabolizar a posição do Porto, assim como não quero santificar de Lisboa nesta circunstância...

Sílvia Câmara

Interessa começar por perceber que critérios podem definir que obras devem ou não ser preservadas. Quanto a esta questão, nenhum dos artistas entrevistados considera que devam existir critérios de preservação de obras de arte urbana. YOUTH refere apenas que determinados sítios intervencionados na cidade deveriam ser preservados, dependendo do que o artista representa para a sociedade. Para os artistas importa sim que a sociedade compreenda que as intervenções que são feitas em locais não autorizados também devem ser consideradas arte e que a cidade deve assimilar esta subcultura, cedendo espaços para as intervenções. No entanto há que ter em conta que não se deve destruir arte com arte. A destruição do *graffiti* é praticamente inevitável, deve ter-se em conta que a efemeridade é uma das suas principais características.

(...) eles só querem reconhecer como arte aquilo que é feito em espaços autorizados para a arte. Mas nós queremos dizer que toda a outra arte que é feita fora desses espaços também é arte.

Slap

A minha primeira opinião sobre isso é que não se deve destruir arte com arte, logo, monumentos, edifícios que aparentemente são ícones de um sítio, de uma cidade, de um país, fachadas, pedras, pintura em pedras de edifícios eu acho que é estupidez. Azulejos lindíssimos que caracterizam a cidade, também é burrice. (...) Há sítios que devem ser preservados (...) O *graffiti* é efémero. (...) Isso depois depende do que esse artista representa para a cidade.

Youth

Eu não me atrevo a definir que obras é que devem ser preservadas, porque quando tu tratas de uma coisa que é pública tu não podes pensar nos teus gostos pessoais (...) A ideia é a cidade assimilar esta subcultura, ou seja, dando espaços (...) é nesse sentido que a cidade tem que assimilar todos os que se expressão nela e o *graffiti* é sem dúvida uma expressão urbana da cidade (...)

Rafi

A partir do momento em que se tentar institucionalizar e controlar o que tem validade ou não, está-se a desvirtuar por completo o aspecto livre, anárquico, único e espontâneo daquilo que está na rua.

Whils

Hoje em dia existem nas cidades, maioritariamente em Lisboa, alguns espaços cedidos para as intervenções de arte urbana como as *hall of fame* e outras paredes. Os artistas encaram estes espaços cedidos como uma forma da cidade reconhecer o valor artístico da arte urbana. Proporciona ao artista mais tempo para elaborar peças de qualidade. Ainda que em nada venha alterar a criação ilegal.

Arte urbana no século XXI – A relação com o mercado da arte

Para mim isso é ótimo porque é sinal que nós estamos a vencer uma batalha e que uma coisa que era vista como um completo vandalismo e com intenção de destruir começa a ser visto como algo artístico e isso para nós é excelente.

Third

O artista urbano é que enquadra o seu... é que provoca as suas telas. Sítios que possam ser úteis para outro *writer* para mim podem não dizer nada, devido à minha maneira de pintar, aos meus objectivos (...)

Youth

A minha opinião em relação a isso é, se eles nos dão oportunidade de fazer uma peça grande numa parede de rua é fixe porque, por exemplo, o trabalho ilegal ou trabalho... o facto de ser pago, imagina, pagam-me os materiais, dão-me uma parede, brutal... eu posso desenvolver um trabalho com mais tempo, qualidade e posso, sei lá, fazer uma coisa incrível ou não, ou posso perder ali mais tempo e provar o que é que sou capaz de fazer. (...) O facto de haver paredes legais, eu acho que é uma oportunidade para poderes desenvolver o teu trabalho ao máximo, tens essa oportunidade de teres uma parede para trabalhar (...)

Tamara

O que havia até há pouco era uma série de artistas que andavam a pintar pela cidade mas que não tinham apoio institucional ou que não eram vistos como potenciais activos da cidade. Hoje já se começa a capitalizar esta energia e criatividade, colocando-os ao serviço da sua cidade. Estes espaços permitem não só a realização de peças desenvolvidas com mais tranquilidade e à partida mais directamente dirigidas à população, mas também acabam por fornecer um ponto de apoio aos artistas que querem ter espaços para desenvolver trabalho. Por outro lado, a existência de espaços legítimos de intervenção não vem afectar em nada a dimensão ilegal e espontânea das intervenções na cidade.

Whils

A sociedade representa um elemento activo na interação da arte urbana com a cidade. Ainda que haja bastante preconceito por parte da sociedade em relação a intervenções feitas em locais não autorizados, considerando-as na maior parte das vezes como vandalismo, há simultaneamente uma crescente aproximação à arte urbana. A constatação desta aproximação verifica-se por exemplo nas redes sociais, onde cada vez mais as pessoas partilham fotografias de intervenções que encontram na rua e com as quais se identificam, resultado da variedade de intervenções que têm vindo a surgir na arte urbana.

Questionados os entrevistados sobre se consideram que deveria existir mais investimento na educação/formação da sociedade em relação à arte urbana, a opinião é unânime, todos consideram perentório a existência de um maior investimento neste sentido, de forma a promover o conhecimento geral da sociedade em relação à arte urbana e a evitar limpezas extremistas como, por exemplo, a acção que está a decorrer no Porto.

Eu acho que era imperativo ter uma disciplina que devia ser “Educação Cívica”, que é tu conheceres os teus direitos, conheceres a base das leis, porque na verdade é útil manter as pessoas ignorantes e eu acho que tem que haver uma disciplina que ensine às pessoas os deveres como cidadão porque fazemos parte de um todo. (...) Tu vês “caloiros da Lusófona voluntários a apagar *graffiti*” e eu se os visse chegava perto deles e dizia, ‘vocês andam na faculdade para quê? Mandam-vos pintar *graffiti*, vocês andam a limpar *graffiti*’ mas nenhum olha para o prédio e pergunta assim: ‘mas este prédio está a cair de podre, pode ruir, é saúde pública porque acumula lixo, seringas dos drogados’, mas isso não é um crime, nenhum questiona isso. Obedecem como robôs. Deve começar-se logo na primária, uma disciplina “educação cívica” e ensinar as pessoas a pensar, a questionar.

Rafi

Começando pelas novas gerações, interessa saber qual deverá ser a melhor forma de lhes explicar o que é a arte urbana. Entre os artistas as opiniões dividem-se, SLAP considera que os jovens não necessitam que lhes seja explicado o que é arte urbana, uma vez que a Internet contém informação sobre tudo. Opinião partilhada por TAMARA em relação à Internet:

Leva-os a ver uma parede, ao muro das Amoreiras. Arte urbana para mim não é só *graffiti*, o meu tipo de arte preferido na rua nem sequer é o *graffiti*, são as instalações e as intervenções urbanas (...) É ir mostrando. Os putos hoje em dia também já têm Internet, já conhecem tudo melhor que nós.

Tamara

No entanto VHILS considera que não são necessárias explicações, devem apenas usufruir do que vêem:

Eu creio que grande parte do charme das intervenções selvagens reside no facto do que não precisam de explicação, não precisam de enquadramento, nem de especialistas – são válidas em si e por si. (...) A arte urbana não se explica, usufrui-se.

Vhils

Os agentes culturais, por sua vez, consideram que a principal forma de explicar a arte urbana é através de *workshops* explicativos, mostrando-lhes imagens e deixando-os experimentar algumas técnicas.

Workshops, história pura de como é que surgiu; (...) pô-los a trabalhar e dar-lhes sempre muito bons exemplos, de topo mesmo, porque isso vai despertar neles a vontade de querer lá chegar e não ficar com o exemplo do *tag* e do *graffiti* mau na rua.

Lara Seixo Rodrigues

To the new generations... I think it's about playing.(...) In my perspective it's about playing in the public realm.

Michael DaCosta Babb

I think we need more images and work than words, so if you give them images you show them that graffiti is one thing but you can also have artists, like, guys who are creating outside and... not only signature but... it's more showing them than talking to them (...) It's funny because we are working to do kids workshop in the gallery also, to show them... because in the end we talk a lot about street art and so on but I think it's interesting to show to young generation that art is even more open than what they can think.

Pauline Foessel

De forma teórica sim, mas de uma forma muito acessível e com um discurso próprio para as diferentes faixas etárias que estamos aqui a falar mas também de forma prática. Sempre que fazemos este tipo de formação, fazemos *workshops* com artistas e eles aprendem algumas técnicas ou trabalham e desenham um determinado tema, muitas vezes em escala muito maior que a sua folha de caderno na qual estão habituados a trabalhar.

Sílvia Câmara

No que diz respeito à relação entre a arte urbana e a sociedade, um dos factores relevantes é a compreensão do impacto provocado pelas intervenções. A maioria dos entrevistados refere que o impacto que a arte urbana provoca na sociedade tanto é positivo como negativo, ou seja, tanto gera ódio como amor. Existe ainda a componente da

democratização da arte, as pessoas não precisam de ir a espaços específicos para ver arte, ela está nas ruas e acessível a todos, o que representa também um dos motivos pelo qual é mais criticada. Destacam-se ainda outras respostas:

(...) dependendo do que o artista cria ali, pode criar alguma mensagem, pode criar o impacto até de mudar um bocado a mentalidade das pessoas.

Third

Eu acho que não é um impacto, o interessante da arte urbana é que à mesma peça as pessoas reagem de maneiras completamente diferentes. (...) a arte urbana tem uma componente de democratização da arte, que é, a arte urbana faz parte da arte contemporânea e é a democratização, eu não tenho que ir à galeria para ver arte, eu vejo na rua e é muito importante este aspecto, é a única arte que se expõe na rua.

Lara Seixo Rodrigues

For me, I consider it something related to well being, I think it... it's... it makes you feel better. It's something the cultural sector takes for granted but it has a positive effect in people's well being, on their health.

Michael DaCosta Babb

Tendo em conta o estado actual já descrito da arte urbana em Portugal, deve ter-se em conta qual o grau de aceitação do *graffiti* e da *street art* enquanto obra de arte. As opiniões de todos os entrevistados dividem-se bastante. No entanto dois dos agentes culturais entrevistados consideram que Portugal ainda não está preparado para olhar para o *graffiti* e a *street art* como obra de arte. No entanto TAMARA considera que:

Acho que as pessoas têm vindo a aceitar mais, começam a perceber que até é uma coisa difícil de se fazer e com esta cena da moda e da divulgação, começam a diferenciar os *tags* do *graffiti*.

Tamara

A opinião de Sílvia Câmara esclarece que factores podem contribuir para uma mais fácil aceitação da arte urbana:

Acho que as pessoas hoje têm mais consciência pelo menos em relação à cidade de Lisboa. (...) Sinto que a arte urbana chega muito mais facilmente a essas pessoas, não só por estar em espaço público mas também porque as toca, as comove e as atinge de uma forma mais imediata.

Sílvia Câmara

Por sua vez, Michael DaCosta Babb considera que BANKSY representa um marco importante nesta situação uma vez que possivelmente facilitou, a nível internacional, a aceitação da arte urbana como obra de arte, mas depende do contexto:

There's been a lot of coverage recently about BANKSY and the value of his works and so in the UK and maybe in the US, there's an easier acceptance or there's more of a heritage related to graffiti and street art. And so there's a market, so it's accepted (...)

Michael DaCosta Babb

Lara Seixo Rodrigues, tem uma opinião bem diferente em relação ao *graffiti*:

O *graffiti* para mim não tem, não é obra de arte, nunca poderá ser... é assim, nunca poderá ser... não, obra de arte não é, para mim não é, para mim são actos de umbigo e acredito mesmo nisto. (...) Eu acho que a arte urbana deve ser a única arte plástica em que se pretende uma comunicação com a pessoa que

vai na rua. (...) É uma arte tão válida como outra qualquer, agora, é mostrada na rua, é só o suporte, o modo como mostram é que é diferente, e lá fora tu tens muitos artistas a mostrarem-se na rua, muitos artistas que conseguiram pelo talento que mostraram nas paredes, ir para a galeria.

Lara Seixo Rodrigues

Assim, podemos concluir desta dimensão de estudo que na opinião dos entrevistados a arte urbana traz valor à cidade, através da cor e utilidade que oferece em espaços abandonados, mas também pela componente da democratização da arte, uma vez que as pessoas não têm que se deslocar a espaços específicos para ver arte, ela está ao alcance de todos os que andam na rua. Relativamente à diferença entre Lisboa e Porto, no que toca à forma como os municípios lidam com a arte urbana, a Câmara Municipal de Lisboa compreendeu o valor da arte urbana e o turismo que esta pode trazer à cidade, ainda que mantenha algumas campanhas de limpeza de *graffiti*. Enquanto a Câmara Municipal do Porto actua através de uma limpeza indiscriminada de todas as intervenções, sendo que estas acções podem representar apenas uma tentativa de reorganização urbanística por parte da cidade. A arte urbana possui intrinsecamente a efemeridade como uma das suas principais características, no entanto, ainda que seja normal o desaparecimento das intervenções, é importante autorizar espaços para as mesmas, uma vez que permite que sejam feitas com mais tempo e, por consequência, mais qualidade, o que traz valor artístico aos espaços intervencionados. A sociedade pode ainda não estar preparada para reconhecer certas intervenções como obra de arte, no entanto denota-se uma aceitação crescente neste sentido.

A importância do agente e do agenciamento

Na realidade da arte urbana em Portugal, o agente ou agenciamento é praticamente inexistente. O papel do agente é maioritariamente levado a cabo pelo galerista, que é quem providencia o trabalho do artista sem qualquer outro intermediário, salvo raras excepções. No que diz respeito ao agenciamento enquanto modelo de negócio, o único que se assume enquanto tal, no mercado português é a Plugged-in – Book a Street Artist, como foi referido anteriormente. No entanto a referida empresa funciona como uma plataforma *online* de solicitação de prestação de serviços dos artistas de rua, sem que haja qualquer outra ligação ao artista por parte da empresa, no sentido de gestão de carreira do próprio artista.

Traçado de forma geral o estado do agenciamento de artistas urbanos em Portugal, deve considerar-se qual a opinião dos entrevistados em relação à importância da existência de um agente que faça a ligação entre o artista e o mercado da arte e vice-versa. A maioria dos artistas entrevistados considera que não é necessária a existência do agente uma vez que o

próprio artista consegue tratar de todo o processo de comercialização do seu trabalho. No entanto, não há por parte dos artistas uma desvalorização completa em relação à função que o agente pode desempenhar:

O agente é bom é quando tu queres alcançar um nível e vais precisar da ajuda de alguém porque se queres ter o tempo todo para te dedicares à pintura tens que ter alguém que se vá deslocar aos sítios e falar com clientes, tens que ter alguém que vá ao *email* e faça uma *mailing list* e envie o teu trabalho para muitas pessoas.

Third

(...) o que fazia falta era alguém que nos apoiasse a realizar projectos que nós temos e que não conseguimos pô-los em prática porque somos artistas não somos agentes (...)

Slap

(...) um agente é interessante, poupa-nos tempo, é um tipo que está constantemente a tentar arranjar trabalho, é fixe (...)

Youth

Se chegares a um ponto que te dá jeito porque tens um monte de encomendas e de pessoas a convidar-te... se te der jeito teres um agente para tratar disso sim, mas isso é uma opção individual, acho que o agente não vai acrescentar nada.

Rafi

Acho que dependerá do indivíduo. Há artistas nesta área que são totalmente independentes e saem fora do circuito e não vêem a necessidade de ter um agente. (...) No mercado da arte é obviamente útil trabalhar com agentes na medida em que liberta o artista desses encargos e permitem que este se concentre na produção e criação. Mas há muitos artistas neste meio que são independentes, que gerem eles próprios o seu trabalho.

Vhils

No que diz respeito à opinião dos agentes culturais, a maioria considera bastante importante a existência de um agente uma vez que pode promover um maior dinamismo no mercado de arte e assim amplificar a valorização do sector. Opinião contrária tem Diana Sousa, uma das responsáveis pelo Festival WALK&TALK, que afirma o seguinte:

(...) eu acho que o artista devia ter formação suficiente para conseguir catapultar o seu trabalho para o mercado. Deviam ser os gestores, deviam ter esse papel de conseguirem fazer a comunicação...

Diana Sousa

Explanada a opinião dos entrevistados no que diz respeito à importância da existência de um agente e do papel que este deve desempenhar, é importante compreender se o agente pode ou não provocar um aumento na procura/oferta de arte urbana no mercado da arte, tendo em conta que pode trazer a público artistas desconhecidos e emergentes. Relativamente a esta questão as opiniões divergem. No que diz respeito à promoção do trabalho dos artistas, a maioria dos entrevistados considera que o que promove o artista é o trabalho que este desenvolve nas ruas, que posteriormente pode ser divulgado através da Internet. Deste modo podem criar uma rampa de lançamento para o seu trabalho no mercado da arte, factor que pode então aumentar a procura/oferta da arte urbana sem necessidade de intermédio de um

agente. Em desacordo com a opinião dos restantes entrevistados, Rui Freitas, VHILS e Sílvia Câmara respondem da seguinte forma:

Completamente. A partir do momento que se cria um núcleo do agente, um núcleo do cliente e um núcleo de artistas, vai haver sempre procura.

Rui Freitas

Sim (...) Quanto maior for a promoção e divulgação, maior o interesse, maior a procura.

Vhils

Acho que sim. O objectivo do agente é exactamente esse, é promover, é marcar presença, é dinamizar, é ganhar dinheiro. Tem mesmo que ter essa repercussão.

Sílvia Câmara

Em Portugal só existe uma empresa assumida de agenciamento, mas direccionada para todos os tipos de actuações artísticas na rua, com uma secção de *graffiti*, não sendo esta empresa uma excepção, existem também artistas que têm o seu próprio agente. No entanto, segundo o estudo desta dimensão, o papel do agente não se revela necessário aos olhos da maioria dos artistas, ainda que admitam que o agente pode ser útil ao encarregar-se de toda a parte burocrática, o que lhes permite dedicarem-se mais à parte criativa. Já os agentes culturais consideram que o agente é bastante importante no panorama da arte urbana, visto que este pode criar um maior dinamismo no mercado da arte. No que diz respeito à importância do agenciamento de artistas urbanos, como impulsionador da procura/oferta no mercado da arte, conclui-se que a promoção dos trabalhos pode ser feita através da elaboração de intervenções na rua que são posteriormente disseminadas na Internet. Assim, o papel do agente e agenciamento de artistas urbanos constituem um universo por explorar em Portugal, dadas as poucas considerações que existem em relação aos mesmos.

Conclusão

Nesta dissertação procurou-se responder a duas problemáticas. A primeira pretendia compreender de que forma se relaciona a arte urbana contemporânea com o mercado da arte. No seguimento desta surge a segunda problemática, que procurou esclarecer qual o papel do agente de artistas urbanos, bem como a sua existência e necessidade.

Tendo por base o objectivo de procurar uma visão da arte urbana mais direccionada para o seu estado actual e para a forma como esta se relaciona com o mercado da arte – temática muito pouco explorada no panorama nacional – compreendeu-se que seria uma mais valia dar “voz” aos principais intervenientes, ou seja, artistas e agentes culturais, através de um estudo qualitativo com entrevistas semiestruturadas.

Relativamente à primeira problemática, optou-se por uma estratégia de documentação, observação e entrevistas, para assim elaborar um estudo mais completo e aprofundado. Antes de compreender de que forma arte urbana contemporânea se relaciona com o mercado da arte, devemos esclarecer o que pode considerar-se arte urbana, enquanto expressão portuguesa. Não existe um consenso entre os diversos entrevistados, nem sequer parece existir uma necessidade geral de definir o que é a arte urbana e o que esta inclui. Alguns autores como Ângela Mota (2009) e Rui Valdivieso (2006), incluem o *graffiti* na arte urbana, no entanto certos *writers* não partilham da mesma opinião, afirmando que o *graffiti* e a arte urbana são distintos, não se sobrepondo na mesma categoria. A opinião geral dos entrevistados permite-nos concluir que arte urbana designa qualquer intervenção criativa realizada no espaço público. A arte urbana pode ter carácter legal ou ilegal, ser patrocinada monetariamente ou não, incluir pintura com diversas técnicas, colagem, escultura, performance e instalação. Esta possui, na maioria das vezes, o intuito de comunicar com a sociedade presente no contexto urbano, ou de se afirmar perante a mesma. A diferença entre a arte urbana e a arte pública prende-se no facto de que esta última é sempre encomendada, autorizada e financiada.

Relativamente ao mercado da arte, concluiu-se que actualmente em Portugal o mesmo ainda se revela pouco expansivo no que diz respeito à arte urbana, principalmente devido ao número reduzido de galerias a realizar exposições dedicadas a esta vertente. Assim, podemos considerar que as indústrias criativas começam a dar algum espaço à arte urbana, ainda que progrida lentamente. Uma das questões que se levanta em relação à transposição da arte urbana para galerias é a perda da sua essência, uma vez que deixa de ser realizada em

contexto urbano. O que muda entre as criações que são elaboradas para exposição em galeria e as que são feitas nas ruas é o seu objectivo, a inspiração do artista para determinada obra e as limitações ao nível da escala. É importante que o artista consiga adaptar-se a esta transposição, para que o dinamismo entre a rua e a galeria seja positivo para as suas obras.

A relação entre o artista urbano e o mercado da arte surge principalmente devido à necessidade de subsistência do artista. No entanto nem todos os artistas ambicionam comercializar as suas criações, muito pelo contrário, crêem que a arte urbana, principalmente o *graffiti*, deve ser realizada em contexto urbano e é onde pertence, sem o objectivo de ser vendido. Há inclusivamente artistas urbanos que preferem manter a sua liberdade de expressão ao criar nas ruas, não se rendendo ao mercado da arte, sendo que a sua forma de subsistência passa por trabalhar em outras áreas.

A actual conjuntura económica em Portugal pode provocar uma maior procura de artistas emergentes no mercado, uma vez que as obras destes ainda não são muito valorizadas, podendo assim representar um investimento. No entanto não existe por enquanto um perfil definido de comprador de arte urbana. Provavelmente quem compra arte urbana pertence a uma faixa etária jovem, pois cresceu lado a lado com as intervenções nas ruas, o que os pode tornar mais próximos desta expressão artística.

Para esclarecer a segunda problemática, ou seja, qual o papel que o agente de artistas urbanos desempenha, a sua existência e necessidade, apoiamo-nos numa estratégia de documentação e entrevistas.

Agente é maioritariamente sinónimo de galerista, uma vez que é este que desempenha o papel de intermediário entre o artista e o mercado da arte. As excepções a esta regra são casos pontuais de artistas de renome que têm o seu próprio agente e uma empresa de agenciamento de artistas de rua, a Plugged-in – Book a Street Artist. Este último exemplo não se dedica exclusivamente à arte urbana conforme a definição criada anteriormente, engloba todas as manifestações artísticas que são feitas na rua.

A maioria dos artistas entrevistados considera que não necessita de um agente, porque conseguem auto promover-se através dos trabalhos que criam nas ruas e fazer a gestão do seu próprio trabalho. Esta opinião não é consensual, sendo que outros artistas e agentes culturais consideram relevante a existência de um agente que promova e divulgue o trabalho do artista. Compreende-se assim, que o que promove o artista é o seu trabalho, no entanto o

agente pode aliviar o artista ao tratar de toda a burocracia, permitindo assim que este se dedique inteiramente à parte criativa.

O papel do agente é valorizado pelos agentes culturais entrevistados, uma vez que estes consideram relevante o referido papel para a dinamização e valorização da arte urbana no mercado da arte. O agenciamento revela-se, no panorama nacional, uma área de negócio por explorar quando associado à arte urbana. Em jeito de conclusão, considera-se que seria, possivelmente, mais importante existir um elemento que realizasse todo o trabalho de gestão da carreira do artista, do que propriamente um agente. Um gestor dedicado ao artista, que o ajudasse a promover-se e a desenvolver a sua carreira, que trabalhasse com os artistas no sentido de estes conseguirem desenvolver projectos e a concretizá-los. Um elemento que não existisse apenas como um peão entre o artista e o mercado da arte.

Contribuições

Este estudo contribuiu para esclarecer as considerações existentes sobre a arte urbana, as suas respectivas transformações e de que forma se integra no mercado da arte. Através do mesmo, procurámos compreender qual o papel do agente enquanto elemento de ligação entre o artista e o mercado. Assim, permitiu-nos identificar uma necessidade no mercado, ou seja, a necessidade de um gestor de carreira e não propriamente de um agente.

O impacto das decisões tomadas

O facto de ter optado por um estudo qualitativo de documentação, observação e entrevistas semi-estruturadas, promoveu um maior aprofundamento do tema. Os entrevistados foram escolhidos por se relacionarem com a arte urbana, sendo que procurámos um equilíbrio entre artistas e agentes culturais, pessoas com conhecimento de causa que nos cedessem um ponto de vista realista e genuíno.

Limitações

A relação entre a arte urbana e o mercado da arte, ou o papel do agente entre ambos, é um tema pouco explorado academicamente. Trata-se de um assunto bastante recente, o que faz com que haja pouca bibliografia, existem apenas livros e artigos respectivamente sobre arte urbana e outros sobre o mercado da arte contemporânea. A publicação de artigos nos *media* e as entrevistas aos principais intervenientes, revelam-se as melhores fontes de informação sobre as problemáticas levantadas nesta dissertação.

Trabalho futuro

Tal como referido anteriormente, a arte urbana e o mercado da arte relacionam-se actualmente e de forma progressiva (mas lenta), sendo que o agenciamento de artistas existe mas ainda de forma não muito definida. Este estudo permitiu-nos compreender que poderá existir a necessidade de um gestor de carreira de artistas, tanto para encarregar-se da prática burocrática libertando o artista para se dedicar inteiramente à parte criativa, como para criar um maior dinamismo no mercado da arte, o que poderá valorizar a arte urbana. Esta necessidade pode ser colmatada através de um plano de negócio.

Este estudo permitiu compreender também, através da investigação no terreno e das conversas com os diversos entrevistados, que a curadoria aplicada à arte urbana representa actualmente em Portugal, uma vertente que se encontra pouco explorada.

Bibliografia

Monografias:

Abbing, H. 2002. *Why are poor artists poor? The exceptional economy of the arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Banksy. 2006. *Wall and Piece*. London: Century.

Campos, R. 2010. *Porque pintamos a cidade? Uma abordagem etnográfica do graffiti urbano*. Lisboa: Fim de Século.

Campos, R. 2011. *Uma cidade de imagens: Produções e consumos visuais em meio urbano*. Lisboa: Mundos Sociais.

Castleman, C. 1982. *Getting up: Subway graffiti in new york*. MA: MIT Press.

Chalfant, H. & Prigoff, J. 1998. *Spraycan art*. London: Thames & Hudson.

Cooper, M. & Chalfant, H. 1998. *Subway Art*. London: Thames & Hudson.

Fernandes, A. 2007. *Tipologia da aprendizagem organizacional: Teorias e estudos*. Lisboa: Livros Horizonte.

Ferrari, S. 2008. *Guia de História da Arte Contemporânea*. Lisboa: Editorial Presença.

Ferrell, J. 1993. *Crimes of style: Urban graffiti and the politics of criminality*. New York & London: Garland Publishing, Inc.

Laemmermann, K. 2012. *Graffiti and street art*. North Charleston: CreateSpace Independent Publishing Platform.

Lewisohn, C. 2007. *Street art*. London: Tate Publishing.

Marshall, C. & Rossman, G. B. 1999. *Designing qualitative research*. Thousand Oaks: SAGE.

Melo, A. 1994. *Arte*. Lisboa: Difusão Cultural.

Melo, A. 1999. *Arte e mercado em Portugal : Inquérito às galerias e uma carreira de artista*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.

Moore, M., & Cruz, L. 2007. *Visual Steet Performance*. s.l.

Moore, M. 2010. *Underdogs*. Lisboa: Underdogs.

Moulin, R. 2003. *Le marché de l'art : Mondialisation et nouvelles technologies*. Paris: Flammarion.

Pallamin, V.M. 2002. *Arte urbana: São Paulo: Região central (1945-1998): Obras de caracter temporário e permanente*. São Paulo: Annablume, FAPESP.

Waclawek, A. (2011). *Graffiti and Street Art*. London: Thames & Hudson.

Periódicos científicos:

Barja, W. 2008. Intervenção/terinvenção: A arte de inventar e intervir diretamente sobre o urbano, suas categorias e o impacto no cotidiano. *Revista Ibero-americana de Ciência da Informação (RICI)*, 1 (1): 213-218.

Riggle, N. A. 2010. Street art: The transfiguration of the commonplaces. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 243-257.

Referências não publicadas:

Almeida, S. 2006. *O graffiti no contexto educativo: Um projecto de investigação numa perspectiva interdisciplinar*. Tese de Mestrado. Universidade de Aveiro, Aveiro.

Cameira, E. 2007. *The first portuguese Art Agency: a case study*. CIES e-Working Paper Nº 38/2007, ISCTE-IUL, Lisboa.

Correia, I. 2010. *O design de comunicação e o graffiti como meios cúmplices na personalização do espaço urbano*. Tese de Mestrado em Design de comunicação. Universidade técnica de Lisboa – Faculdade de Arquitectura, Lisboa.

Ferro, L. 2011. *Da rua para o mundo: configurações do graffiti e do parkour e campos de possibilidades urbanas*. Tese de Doutoramento em Antropologia Urbana. ISCTE - IUL, Lisboa.

Garcia, J. L. 2010. *O nome: Da autoria à marca. A função do nome dos artistas nas artes plásticas*. Tese de Mestrado em Gestão de Mercados de Arte, ISCTE-IUL, Lisboa.

Garí, J. 1995. *La conversación mural - Ensayo para una lectura del graffiti*. Madrid: Fundesco.

Jesús, d. D. 1997. *La estética del graffiti en la sociodinâmica del espacio urbano*. Universidad de Zaragoza, Departamento de Historia del arte, Zaragoza.

Monnet, N. s.d. *Prácticas urbanas y sociales de los grupos que conviven en el Casc Antic de Barcelona*. Departamento de Antropología Social de la Universidad de Barcelona, Barcelona.

Pereira, A. 2013. *Graffiti: práticas, estilos e estéticas de uma identidade cultural*. CIES e-Working Paper N.º 150/2013, CIES-IUL, Centro de Investigação e Estudos de Sociologia, Lisboa.

Rafael, T. C. 2009. *A cidade alienada e a apropriação do espaço urbano_ A razão prática do graffiti numa leitura da contemporaneidade*. Tese de Mestrado em Arquitectura. Universidade Lusíada do Porto, Porto.

Valdivieso, R. 2006. *Contribuição para o conhecimento da territorialidade humana: O graffiti e o espaço territorial urbano*. Tese de Mestrado, Faculdade de Ciências da Universidade do Porto, Departamento de Zoologia e Antropologia, Porto.

Videografia:

Charlie Ahearn. 1983. *Wild Style*. Estados Unidos da América.

Daniela Leitão. 2013. *A vida de Rafi*. Portugal.

Doug Pray. 2005. *Infamy*. Estados Unidos da América.

Jon Reiss. 2007. *Bomb It*. Estados Unidos da América.

Tony Silves & Henry Chalfant. 1983. *Style Wars*. Nova Iorque. Estados Unidos da América.

Internet:

www.taki183.net/#biography, acedido em Setembro de 2013.

www.graffiti.org/, acedido em Agosto de 2013.

www.grrau.blogspot.com/, acedido em Agosto de 2013.

www.cargocollective.com/Crono/Manifesto, acedido em Agosto de 2013.

www.web.artprice.com/artmarketinsight/912/Banksy%3A+market+still+buoyant?l=en,
acedido em Agosto/2013.

www.facebook.com/veracortesartagency/info, acedido em Agosto de 2013.

www.veracortes.com/index.php?menu=artists&artist=1§ion=biography, acedido em Setembro de 2013.

www.under-dogs.net/, acedido em Setembro de 2013.

www.facebook.com/bookastreetartist/info, acedido em Setembro de 2013.

www.bookastreetartist.com, acedido em Setembro de 2013.

www.blog.bookastreetartist.com/aboutus/, acedido em Setembro de 2013.

www.lazinc.com/exhibitions/573,vhils-devoid, acedido em Setembro de 2013.

www.publico.pt/local/noticia/nao-sera-por-falta-de-verba-que-camara-do-porto-deixa-de-limpar-graffiti-1588671, acedido em Setembro de 2013.

www.publico.pt/local-porto/jornal/graffiters-do-porto-ameacam-responder-a-ofensiva-das-brigadas-da-camara-26580912, acedido em Setembro de 2013.

www.publico.pt/local-porto/jornal/graffiters-do-porto-ameacam-responder-a-ofensiva-das-brigadas-da-camara-26580912, acedido em Setembro de 2013.

www.publico.pt/cultura/noticia/lisboa-primeira-galeria-de-arte-urbana-pretende-ser-espaco-para-graffitis-1346496, acedido em Setembro de 2013.

www.standard.co.uk/news/london/londons-latest-banksy-graffiti-artists-new-work-gets-protection-7763530.html, acedido em Setembro de 2013.

Fonte de imagens (elaborada com o formato MLA para referências de blogs):

Figura 1: Retirada do documentário: Jon Reiss. 2007. *Bomb It*. Estados Unidos da América.

Figura 2: Retirada de <http://www.woostercollective.com/post/new-york-yimes-1971-taki-183-spans-pen-pals>. Acedido em 23/10/2013.

Figura 3: Retirada de <http://www.fatcap.com/graffiti/185494-ecraz-paris.html>. Acedido em 23/10/2013.

Figura 4: Fotografia da autoria de Sara Eugénio, Abril de 2013.

Figura 5: Retirada da seguinte monografia: Wacławek, A. (2011). *Graffiti and Street Art*. London: Thames & Hudson.

Figura 6: Retirada de <http://www.fatcap.com/graffiti/144160-anarkia-rio-de-janeiro.html>. Acedido em 23/10/2013.

Figura 7: Retirada de <http://www.fatcap.com/graffiti/72255-dondi-new-york-city.html>. Acedido em 23/10/2013.

Figura 8: Retirada de http://www.graffiti.org/nyc/queens_nyc_graf_fall2001_16_b_case2.jpg. Acedido em 23/10/2013.

Figura 9: Retirada de <http://www.fatcap.com/graffiti/180832-woody-bruxelles.html>. Acedido em 23/10/2013.

Figura 10: Retirada da seguinte monografia: Cooper, M., & Chalfant, H. 1998. *Subway Art*. London: Thames & Hudson.

Figura 11: Retirada de <http://www.fatcap.com/graffiti/168332-odeith-lisbon.html>. Acedido em 23/10/2013. Acedido em 23/10/2013.

Figura 12: Miko. “Depth of Field IV: SAMO©”. *Mikophoto – the blog*. 1/3/2010. <http://mikophoto.net/wordpress/?p=891>. Acedido em 23/10/2013.

Figura 13: Retirada de <http://www.leequinones.com/index.php?page=studio70>. Acedido em 23/10/2013.

Figura 14: Retirada de <http://www.jr-art.net/projects/women-are-heroes-brazil>. Acedido em 23/10/2013.

Figura 15: Fotografia da autoria de Sara Eugénio, Maio de 2013.

Figura 16: Retirada da seguinte monografia: Banksy. 2006. *Wall and Piece*. London: Century.

Figura 17: Fotolog: WRITTERS_HISTORY. 12/1/2009. http://www.fotolog.com/writers_history/13851732/. Acedido em 23/10/2013.

Figura 18: Fotografia da autoria de Sara Eugénio, Maio de 2013.

Figura 19: Fotografia da autoria de Sara Eugénio, Junho de 2013.

Figura 20: Cedida por Third.

Figura 21: YouthOne. Facebook. 25/6/2012. [Acedido em 24/10/2013. <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=250294645086818&set=a.250293845086898.54573.100003188539138&type=3&theater>>].

Figura 22: Slapsktr, Slap. Facebook. 1/2/2011. [Acedido em 24/10/2013. <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10150134865791210&set=a.119448816209.130130.684716209&type=3&theater>>].

Figura 23: Retirada de <http://sicnoticias.sapo.pt/cultura/2012/01/06/artista-portugues-vhils-retrata-angela-merkel-numa-parede-em-berlim>. Acedido 24/10/2013.

Anexos

Anexo A – Guião de entrevista: artistas

- 1- Em que momento é que o *graffiti* ou *street art* passaram a fazer parte da sua vida?
- 2- O que leva ao impulso da criação ilegal?
- 3- Quais as principais etapas que o levaram às suas criações actuais? (início, desenvolvimento da técnica, integração nas *crews*, evolução da imagem)
- 4- Na sua opinião, que critérios podem definir que obras devem ou não ser preservadas?
- 5- Que aspectos considera justificativos para a existência de um menor número de raparigas a realizar arte urbana?
- 6- Na sua opinião, em que é que a arte urbana traz valor à cidade?
- 7- Enquanto artista urbano, como encara os espaços cedidos para a criação artística?
- 8- Que razão leva os artistas urbanos que criam com o intuito de ver as suas obras expostas na rua a produzir obras destinadas a espaços confinados?
- 9- A arte urbana perde a sua essência quando exposta em espaços expositivos?
- 10- O que deve ser considerado arte urbana?
- 11- Que limites separam a arte urbana da arte pública?
- 12- A arte urbana deve ser comercializável?
- 13- Que impacto provoca a arte urbana na sociedade?
- 14- Na sua opinião, tendo em conta a atualidade, qual o grau de aceitação do *graffiti* e da *street art* enquanto obra de arte?
- 15- Acha que podia existir mais investimento na educação/formação da sociedade no que diz respeito à arte urbana?
- 16- De que forma se explica a arte urbana às novas gerações?
- 17- Como é que o Design se relaciona com a *street art*?
- 18- Existe em cada intervenção de arte urbana um objectivo, uma mensagem, um propósito que nem sempre é perceptível à primeira vista?
- 19- Têm surgido na arte urbana novas variantes de intervenção, para além do *tag* e do *graffiti*. De que forma vê esta evolução?
- 20- Quais as principais transformações que a arte urbana sofreu até chegar ao estado em que a conhecemos actualmente?
- 21- No que diz respeito à arte urbana, o mercado da arte tem-se demonstrado mais *receptivo* a artistas emergentes ou é ainda uma excepção para artistas de renome?
- 22- Considera que o mercado da arte já abriu definitivamente as suas portas à arte urbana?
- 23- Existe no mercado da arte um nicho de coleccionadores de arte urbana?

- 24- De um modo geral, existe um perfil de comprador de arte urbana?
- 25- As galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal?
- 26- Considera que o agenciamento de artistas urbanos pode provocar um aumento na oferta/procura no mercado da arte? Uma vez que trará mais artistas, desconhecidos e emergentes.
- 27- Considera importante a existência de um agente que faça a ponte entre os artistas e o mercado e vice-versa?
- 28- Quais as suas principais influências?
- 29- Em lisboa o impulso/estímulo da criação artística urbana é institucionalizado, no Porto o mesmo não se verifica. Tendo em conta este aspecto, que diferenças aponta entre a arte urbana da cidade de lisboa e a do porto?

Anexo B – Guião de entrevista: agentes culturais

- 1- O que deve ser considerado arte urbana?
- 2- Que limites separam a arte urbana da arte pública?
- 3- De que forma se deve explicar a arte urbana às novas gerações?
- 4- Considera que podia existir mais investimento na educação/formação da sociedade no que diz respeito à arte urbana?
- 5- Que impacto provoca a arte urbana na sociedade?
- 6- Na sua opinião, tendo em conta a actualidade, qual o grau de aceitação do *graffiti* e da *street art* enquanto obra de arte?
- 7- Como é que o Design se relaciona com a *street art*?
- 8- De que forma a arte urbana é vista pelas indústrias criativas?
- 9- A arte urbana perde a sua essência quando exposta em espaços expositivos?
- 10- Que razão leva os artistas urbanos que criam com o intuito de ver as suas obras expostas na rua, a produzir obras destinadas a espaços confinados?
- 11- As galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal?
- 12- A arte urbana deve ser comercializável?
- 13- Considera que o mercado da arte já abriu definitivamente as suas portas à arte urbana?
- 14- No que diz respeito à arte urbana, o mercado da arte tem-se demonstrado mais receptivo a artistas emergentes ou é ainda uma exceção para artistas de renome?
- 15- Existe no mercado da arte um nicho de colecionadores de arte urbana?
- 16- De um modo geral, existe um perfil de comprador de arte urbana?
- 17- Considera importante a existência de um agente que faça a ponte entre os artistas e o mercado e vice-versa?
- 18- Considera que o agenciamento de artistas urbanos pode provocar um aumento na oferta/procura no mercado da arte? Uma vez que trará mais artistas, desconhecidos e emergentes.
- 19- Em lisboa o impulso/estímulo da criação artística urbana é institucionalizado, no Porto o mesmo não se verifica. Tendo em conta este aspecto, que diferenças aponta entre a arte urbana da cidade de lisboa e a do porto?
- 20- Quais as principais transformações que a arte urbana sofreu até chegar ao estado em que a conhecemos atualmente?
- 21- Têm surgido na arte urbana novas variantes de intervenção, para além do *tag* e do *graffiti*. De que forma vê este desenvolvimento da arte urbana?

Anexo C – Entrevista Tamara



Figura 18 Obra de TAMARA. Exposição da Galeria de Arte Urbana: "Almada por se7e", Calçada da Glória, Lisboa

Tamara Alves, Lisboa. Artista e ilustradora. Licenciada em Artes Plásticas pela ESAD (Escola Superior de Arte e Design), nas Caldas da Rainha, e Mestre em Práticas Artísticas Contemporâneas pela FBAUP. Intervém em contexto urbano, mas também produz pintura, instalação, entre outras. A sua expressão explora bastante a figura humana e animal (Figura 18). Pertence ao colectivo COLORBLIND, constituído por si e por José Carvalho. Até à data, realizou dez exposições a solo e diversas exposições colectivas. Criou intervenções para a Galeria de Arte Urbana e faz parte do leque de artistas da Plugged-in –Book, a Street Artist.

Entrevista realizada dia 3 de Junho de 2013.

www.tamaraalves.com/

Sara Eugénio (SE): Em que momento é que o *graffiti* ou a *street art* passaram a fazer parte da tua vida?

Tamara (T): Desde sempre que eu, não sei porquê, tenho uma paixão e tenho uma cena com *graffiti* e arte urbana, não sei se é porque... eu cresci numa aldeia, praia... muito mais praia-campo do que propriamente cidade-urbana, e para mim tudo o que era urbano era fixe. Tinha assim uma atração por esse tipo de coisas. Desde miúda que os meus pais me deixavam riscar as paredes de casa, punham-me à vontade para fazer essas coisas. O meu pai é pintor e cresci a olhar para pinturas que ele pintava ou em casa da minha avó ou na rua. Por isso, se calhar é um bocado por aí, mas lembro-me de vir pequena a Lisboa com os meus pais e fazermos a linha de comboio de Cascais para eu ver os *graffiti*, o meu pai levava-me a ver o Monte do Sabugueiro, por isso acho que sempre foi uma cena... e a primeira lata que ele me comprou eu tinha para aí quinze anos e andar a experimentar lá no quintal, cenas do género, mas a primeira que comecei a fazer na rua foi nas Caldas, mas como estava sozinha e não havia ninguém na minha zona que fizesse... então sempre foi uma coisa que eu pensei, ‘ok! É solitário, não consigo ir para a rua sozinha fazer estas coisas’, então aplicava isso nos meus trabalhos, nas telas, pronto... como não ia para a rua aplicava isso no trabalho que fazia dentro de casa com *spray*.

SE: Mas sempre sozinha?

T: Sempre sozinha, sim.

SE: Nunca te associaste a nenhuma *crew*?

T: Não havia *crews*, eu sou da Praia do Carvoeiro. Não havia *crews*, não havia pessoal com latas de *spray*, não havia nada. Começou a aparecer algum pessoal que vinha de Albufeira pintar, mas era pessoal que eu não conhecia não, tinha muito acesso e também uma miúda não sai à noite de casa, uma aldeia não é como aqui em Lisboa que tudo é acessível, lá tu queres ir de um lado para o outro são trinta quilómetros, tens de ter carro e não é fácil.

SE: Portanto foi quando foste para a faculdade...

T: Mas na altura quando eu entrei é que essas paredes começaram a surgir, porque eu sou da altura do Valério, o YOU. Sou da altura que o pessoal começou a minar as paredes com autocolantes. Esteve lá o CRAZY, o IMAGE. Depois comecei a experimentar as latas com um rapaz que foi para lá que era o COCAS e depois quando comecei a pegar nessa cena da lata, fui de Erasmus para Inglaterra, conheci lá pessoal do *graffiti* e depois no Porto, é muito complicado ligares-te a alguma coisa no Porto, também foi tudo muito por mim. Só quando vim para Lisboa é que comecei a conhecer mais pessoas e comecei a fazer mais cenas, mas sempre foi um percurso muito mais solitário da minha parte. Na altura, não sei se foi da minha cabeça mas por ser rapariga eles questionavam um bocado a tua... agora não, mas acho que questionavam a tua capacidade de fazer qualquer coisa na rua, é normal.

SE: Esse é um dos problemas, ou um dos estigmas maiores em relação às raparigas?!

T: Eu lembro-me de achar que sentia que havia certas galerias que represavam o meu trabalho por eu ser rapariga, sim. Porque achavam que tu ao fazeres isto... agora está diferente, mas há uns anos atrás, acredita que cinco anos fazem diferença.

SE: Agora há muito mais abertura...

T: Há porque depois comesças a conhecer. Tens a MISS VAN, tens a SWOON, tens várias mulheres da arte urbana e pintam murais incríveis, mas acredita que num espaço de cinco/seis anos muita coisa muda. Há uns anos atrás não ouvias falar de miúdas na arte urbana e agora já fazem reportagens sobre elas.

SE: O que te leva ao impulso da criação ilegal?

T: É a adrenalina, acho que dá muito mais pica. Para já a cena do anonimato é fixe, nesse caso, não é que... quanto mais irreverente fores na arte urbana e se tens a tua assinatura, mas aparte de seres reconhecida como tal, porque é obvio que não vou chegar a um sitio e numa cena escrever ‘Tamara Alves’ por baixo, temos os heterónimos para isso, mas acho que é o desafio, é a adrenalina, é a ousadia, é mais isso.

SE: Na tua opinião, que critérios podem definir que obras devem ou não ser preservadas?

T: Isso é complicado. Essa pergunta é complicada porque eu acho que dentro da própria arte urbana, ela própria já tem as suas regras, ou seja, se tu achas que vais fazer um trabalho melhor que aquele que está lá então ‘força, faz!’, se não, não faças. Acho que os próprios artistas vão fazendo isso. Agora, é óbvio que uma parede é uma parede, pode ser pintada de branco... eu não concordo com a cena de estragar o património, não concordo com pintar na pedra porque aquilo é difícil de sair, ou vais pintar no azulejo, isso não concordo, mas uma parede podes sempre pintar de branco ou pintas de outra cor ou outro gajo que pinte por cima... eu acho que a piada da arte urbana é a sua efemeridade, que é, a partir do momento que fazes deixa de ser tua, por isso o que acontece depois... claro que há peças que eu gostava que se mantivessem, sei lá... gostava que o prédio que tem OS GEMEOS e o BLU não fosse demolido, acho que aquilo está incrível, acho que é super bonito chegares a uma cidade e veres dois prédios gigantes pintados, é fixe.

SE: Mas isso vem um bocado no seguimento das cenas do BANKSY, em que eles se dão ao trabalho de colocar um suporte de vidro à frente das obras dele, porque aquilo faz parte de um roteiro já existente e então ‘vamos preservar porque é BANKSY’...

T: Sim, ou como uns gajos que foram condenados a pagar uma multa gigante porque pintaram por cima de uma pintura do BANKSY, ou gajos que estão a comprar terrenos para tirar o muro que o BANKSY pintou porque aquilo vale dinheiro, mas isso é marketing, isso é

dinheiro. Estão interessados porque sabem que ele vale balúrdios, é uma questão de marketing. Eu acho que a partir do momento em que o BANKSY apareceu ele levou a arte urbana a outro nível, porque a partir do momento que eles começam a condenar pessoas por pintarem de branco um *stencil* ou sei lá o quê... isso já é tipo, percebes?! Está o mundo ao contrário quase.

SE: Que aspetos consideras justificativos para a existência de um menor número de raparigas a realizar arte urbana?

T: Cada vez há mais raparigas, o que é fixe. Eu quando sei que há raparigas a pintar, se há oportunidade de chama-las para pintar comigo gosto sempre de o fazer porque acho que é fixe. Eu acho que o *graffiti* sempre foi considerado um mundo de homens, porque é algo que está associado a correr, à ilegalidade, a correr a fugir da polícia, saltar muros, sei lá... várias coisas, é uma coisa que é agressiva às vezes, tens que estar pendurada em sítios a pintar ou... pronto, agora com as paredes legais também é mais fácil, qualquer pessoa pode ir ali para o Largo da Oliveirinha e perdes uma tarde inteira e estás ali na boa. Acho que as miúdas estão a começar a... cada vez mais a ter essa cena e a querer experimentar. Acho que é a escala, a escala se calhar às vezes assusta muito as pessoas, fazer uma cena grande, é mais fácil estares a desenhar no papel do estares a desenhar numa parede de quatro metros, mas acho que isso está a acabar elas precisam é de sair da casca, porque há muita miúda aí que eu acho que já estão a começar a pintar e a fazer cenas fixes.

SE: Mais porque têm um espaço legal onde podem criar ou...

T: Eu acho que também precisam daquilo que eu não tive e que muita gente não tem que é, apoio, alguém que te dê umas dicas, alguém que puxe por ti. Acho que basicamente é isso, ninguém nasce ensinado, ninguém sabe para onde é que há-de ir pintar... não conheces as pessoas.

SE: Na tua opinião, em que é que a arte urbana traz valor à cidade?

T: Traz cor, eu acho que o facto de a... por exemplo, um museu, uma galeria, as pessoas deslocam-se, criam hábitos de ir, às vezes até têm que pagar para entrar outras vezes não, mas, por exemplo, a rua não é elitista, pode apanhar qualquer pessoa e o facto de uma peça estar na rua abrange todo tipo de pessoas, essa é que é a parte interessante que é, desde a velhota ao senhor que trabalha na frutaria, de uma criança a um senhor de negócios. Uma parede na rua abrange toda gente, é isso que eu acho que é a maior força da rua, da arte na rua.

SE: Enquanto artista urbano, como encaras os espaços cedidos para a criação artística?

T: A minha opinião em relação a isso é, se eles nos dão oportunidade de fazer uma peça grande numa parede de rua é fixe porque, por exemplo, o trabalho ilegal ou trabalho... o facto de ser pago, imagina, pagam-me os materiais, dão-me uma parede, brutal... eu posso desenvolver um trabalho com mais tempo, qualidade e posso, sei lá, fazer uma coisa incrível ou não, ou posso perder ali mais tempo e provar o que é que sou capaz de fazer. Enquanto que se eu tiver... ou não tenho material, ou não tenho... ou a parede é ilegal ou isto e aquilo... tu demoras muito mais tempo ou tens que demorar muito menos tempo a trabalhar, às vezes aquilo não sai como tu queres. O facto de haver paredes legais, eu acho que é uma oportunidade para poderes desenvolver o teu trabalho ao máximo, tens essa oportunidade de teres uma parede para trabalhar... fazer uma coisa incrível, enquanto que, quando a parede não é legal é uma... eu acho que o facto de haver paredes legais é uma oportunidade para tu criares e ainda por cima se te pagam para isso ou não, às vezes também depende do projeto, é uma oportunidade para tu fazeres uma coisa realmente como deve de ser, para enriquecer a cidade e o teu portfólio.

SE: A arte urbana perde a sua essência quando exposta em espaços expositivos?

T: Arte urbana é tudo, é arte na rua, *street art*. Eu acho que a maior essência da arte urbana é ser na rua e às vezes o sítio específico depende daquilo que tu queres fazer. Eu acho que o *graffiti* nunca vai deixar de existir, essa parte marginal, ilegal e a ousadia de fazeres em sítios ilegais, isso vai sempre existir porque é o purismo do *graffiti* é esse e quem gosta de fazer vai fazê-lo na mesma... aqueles *stencils* de ‘abre os olhos’ ou qualquer coisa do género, ninguém vai fazer isso na parede legal, eles vão fazer isso em sítios estratégicos, acho que é isso que é. Isso acho que nunca vai desaparecer, da mesma forma que surgiu isso nunca vai acabar.

SE: Mas imagina que tu crias uma tela e está exposta numa galeria, se tem a mesma essência da arte urbana...

T: Não, claro que não. Eu costumo dizer que a galeria é fixe para te dar dinheiro para depois comprares latas para ires pintar para a rua ou acho que as galerias são boas para valorizar o trabalho do artista. Eu sou ilustradora e comecei com pintura em tela e adoro fazer coisas pequenas também, gosto de poder perder tempo em casa e trabalhar uma peça durante uma semana para depois, sei lá... faço uma exposição e crio um conceito e tenho ali uma série de trabalhos e se puder vender, altamente... é uma coisa aparte, o trabalho que eu faço na rua é outra coisa. Pode ter a técnica do *spray* numa parede dentro de uma galeria, mas aquilo não é arte urbana porque não tem um contexto urbano, percebes?! O contexto urbano é que era a essência da arte urbana, seja ela numa parede legal ou ilegal, está na rua. Eu posso ir para uma parede legal e fazer uma coisa especificamente para aquele sítio, fixe é legal.

SE: Que razão leva os artistas urbanos que criam com o intuito de ver as suas obras expostas na rua, a produzir obras destinadas a espaços confinados?

T: O artista que gosta de produzir também gosta de produzir em qualquer suporte, e obviamente que a parede é uma cena completamente diferente, é a escala, se tu te valorizas mais enquanto artista por fazeres cenas na rua, mas acho que não há problema nenhum alguém fazer peças para uma galeria. Eu sou ilustradora, como base eu adoro desenhar, com lápis, com caneta, com seja o que for e poder fazer uma exposição é altamente, posso fazer outras coisas diferentes, posso tentar vender o meu trabalho, acho que não altera nada.

SE: O que deve ser considerado arte urbana?

T: Em contexto urbano. Depende da intenção com que tu fazes, eu acho que arte urbana é em contexto urbano. Pode ser qualquer coisa.

SE: Que limites separam a arte urbana da arte pública?

T: Eu acho que se a Joana Vasconcelos fizesse um *stencil* aí na rua, se calhar iam considerar que era arte pública, só porque era a Joana. O problema é que as pessoas ainda estão muito agarradas aquela coisa de que o *graffiti* é marginal e as letras... mas quando vêem bonecos já é diferente, bonecos já é mais giro, letras já não é. Eu acho que há artistas que fizeram trabalhos incríveis que... é arte em contexto urbano, sei lá... essa coisa de ser pública ou ser urbana... arte em contexto social e urbano... desde um gajo nos anos sessenta que em Paris bloqueou uma rua com uns bidões. Eu acho que não precisa de ser financiado, acho que o ser financiado...

SE: Eu deparo-me muitas vezes com essa questão do pessoal dizer ‘não! Isto é arte pública não é arte urbana. Porquê? Porque está na rua, porque foi permitido ser feito aqui’, mas se é um *graffiti* que está feito num dos murais que são cedidos pela Câmara, uma *free Wall*...

T: Eu acho que isso é uma questão de português só. Acho que basta dizeres que é uma arte em contexto social e urbano, mais nada.

SE: A arte urbana deve ser comercializável?

T: Depende do artista. Sabes qual é o problema da arte urbana e essa questão de ser comercializada, é que andam pessoas a ganhar dinheiro à conta dos outros e imagina que eu faço a minha vida a vender postais de coisas do BANKSY...

SE: Mas o merchandising tem a ver com o negócio dele...

T: Sim, mas sabes que os artistas têm direitos sobre essas coisas...

SE: Pensava que estavas a falar de ele próprio criar o seu merchandising...

T: Por exemplo, se fores ali a uma loja na Bica que anda a comercializar postais de *graffiti* e pinturas de artistas portugueses e nem sequer põem o nome do artista, vendem cada postal a

dois euros. Agora uns gajos conseguiram fazer uma cena nos Estados Unidos, conseguiram fazer com que o artista ter direitos sobre a peça que está na rua, mesmo que ela seja anónima. Também houve um amigo meu que descobriu que uma marca de roupa fez t-shirts com cenas que fotografavam dele na rua, de trabalhos que ele fazia. Ele conseguiu processá-los, mesmo que as cenas dele sejam ilegais eles tem direitos de autor sobre o seu próprio trabalho.

SE: Isso é uma espécie de apropriação da imagem, por exemplo, porque pode estar na Internet e as pessoas podem achar que...

T: Eu sei, é como eu dizer 'a partir do momento que eu pinto na rua deixa de ser meu'... sim, passa a ser da cidade mas nunca deixa de ter sido feito por mim, eu tenho os direitos de autor sobre essa imagem.

SE: Mas há aí um problema legal que é facto de tu fazeres num prédio que pertence a X e és tu que o fazes...

T: É como um arquiteto, tu compras uma casa mas quem é que fez? Foi o arquiteto, não deixa que ser ele que fez apesar de ser teu. Tu não vais por o prédio no teu portfólio, é o portfólio do arquiteto. Isto é uma questão muito complicada, mas sim. Agora há pouco tempo começaram a conseguir fazer com que os artistas conseguissem ter direitos sobre as peças que fazem, o que é uma questão muito complicada, porque há pessoas a ganhar milhões com os trabalhos dos outros. De alguma forma o artista quer ser reconhecido e quer ganhar alguma coisa com isso, é publicidade, porque quanto mais pinturas fizeres, mais ocupas, mais reconhecimento tens, as pessoas começam a reconhecer o teu trabalho... de alguma forma o fazer na rua quer algo mais, eu acho que sim... eu acho que ou queres mandar uma mensagem ou queres chegar a um maior número de pessoas e se o artista hoje em dia está a conseguir ganhar com isso e ter reconhecimento, fixe... mas acredito que se tu te quiseses manter anónima tu fazes isso, se tu quiseses fazer coisas que ninguém descubra, também consegues fazer isso, só sai cá para fora quem quer.

SE: Que impacto provoca a arte urbana na sociedade?

T: Tanto negativo como positivo, já tive de tudo. Não podes agradar a Gregos e a Troianos e tens que estar preparada para *feedback* positivo ou negativo, a partir do momento que estás exposta dessa forma tens que estar preparada para tudo.

SE: Tens tido muitos *feedbacks* negativos?

T: Sim, quer dizer... não me posso queixar, não tenho tido muitos *feedbacks* negativos. Aconteceu-me uma cena gira quando estava a pintar na GAU e estava a fazer as tatuagens na perna da figura feminina e estava a desenhar a caveira de um bode, sei lá... bodes, veados, cabras, faço o que me apetece... e apareceu lá uma senhora que começou a mandar vir

comigo a dizer que eu estava invocar o diabo... as pessoas quando querem falar elas pegam em qualquer coisa. Sabes que a cena de fazeres qualquer coisa na rua tens que estar preparada para que o pessoal vá logo *tagar*, ainda por cima ali na GAU é normal, o Januário (MAISMENOS) já está *tagado*, eu *taguei* o meu porque se *tagarem* por cima parece que faz parte, é um convite. Eu acho que até cresce se o pessoal começar a *tagar* ali, acho que é muito fixe, só que a partir do momento que eu fiz isso ninguém *tagou*. Eu uma vez coleí um *stencil* na parede, a pensar ‘ah, já está o *stencil* é só chegar aqui alguém e pintar’, ninguém fez nada... uma cena que eu também fiz uma vez foi, fiz autocolantes da Banana Chiquita mas com o meu site e fui para o Pingo Doce colar e depois fiquei a ver as pessoas, pegavam na banana e ficavam a olhar, não ligavam e metiam na cesta.

SE: Mas é fixe, são iniciativas que tu tens para te divulgar...

T: Sim, isso é publicidade de guerrilha mas eu tenho a perfeita noção de que isso foi para me divulgar, tipo publicidade. O BANKSY também é, o BANKSY divulga-se ao máximo. Eu tenho um livrinho dele, de uma edição super limitada antes dele ser muito conhecido, que são uns livrinhos que ele fazia muito pequeninos para divulgar o seu próprio trabalho, ou seja, ele fotografava os ratinhos e algumas coisas que fazia, sei lá... na praia, na areia, uma vaca no meio do campo, mas trabalhos ainda muito simples e pequeninos, e ele editava os próprios livros dele e punha à venda. Ele próprio já tinha essa noção de marketing que muito poucos artistas têm. Eu sou péssima, ultimamente tenho tido mais experiência porque têm acontecido mais coisas, mais situações, mas um artista devia estar só preocupado com a parte de criar e não com a parte de gerir e divulgar.

SE: Na tua opinião, tendo em conta a atualidade, qual o grau de aceitação do *graffiti* e da *street art* enquanto obra de arte?

T: Acho que as pessoas têm vindo a aceitar mais, começam a perceber que até é uma coisa difícil de se fazer e com esta cena da moda e da divulgação, começam a diferenciar os *tags* do *graffiti*. Eu acho que sim, cada vez mais. Vê-se logo, as pessoas começam a contratar tudo o que é artista para pintar a parede de casa, bares... Começam a perceber que a melhor forma de limpar não é pintar de branco, se calhar é pintar. Eu acho que é nisso que Lisboa está a marcar a diferença, eles descobriram uma forma de limpar as ruas sem as limpar, ou seja, quando há uma pintura os outros respeitam, então a pintura fica e a coisa mantém-se e não precisam de estar sempre a pintar tudo de branco. Acho que as pessoas começam a ter esse tipo de noção, no outro dia fui contactada por uma empresa qualquer a dizer ‘estamos fartos de pintar aquilo tudo de branco, todos os anos gastamos milhares de dinheiro a pintar X muros de branco,

então decidimos que queremos fazer aqui um mural’ e assim está o mural, está à vontade deles, eles gostam, se calhar até representa a empresa ou não e o pessoal deixa de *tagar*...

SE: Acha que podia existir mais investimento na educação/formação da sociedade no que diz respeito à arte urbana?

T: Eu acho que como começam a reconhecer o talento dos artistas e os trabalhos, porque não fazer parte disso na História da Arte?! Por isso é que nós ultimamente andamos a dar *workshops*, que é a cena que a GAU faz um bocado que é... faz *workshops* para putos, é tentar explicar-lhes a diferença entre pintar um monumento e pintar uma parede, fazer com que eles tenham noção do que devem ou não fazer. É giro fazer um *workshop* de vez em quando. Da mesma forma como falam da pintura ao longo dos anos e chegam à arte contemporânea... *why not?* É importante! Começou já há algum tempo atrás, por isso acho que é fixe começarem a incluir isso...

SE: De que forma se explica a arte urbana às novas gerações?

T: Leva-los a ver uma parede, ao muro das Amoreiras. Arte urbana para mim não é só *graffiti*, o meu tipo de arte preferido na rua nem sequer é o *graffiti*, são as instalações e as intervenções urbanas, o Mark Jenkins para mim sempre foi a referência. Conheces o trabalho dele? Esculturas em fita-cola. Por isso, acho que é preciso olhar para isso com um bocado de humor. É ir mostrando. Os putos hoje em dia também já têm Internet, já conhecem tudo melhor que nós.

SE: Como é que o Design se relaciona com a *street art*?

T: Isso é porque tens artistas urbanos a fazer design ou ilustradores a fazer design...

SE: Ou seja, não se relaciona de nenhuma forma específica?

T: Relaciona-se a nível de estilos e técnicas. Acho que o design hoje em dia, não só com arte urbana mas com a ilustração, sempre disseram aos designers que se os artistas comessem a fazer design os designers estavam tramados, porquê? O design que está a ser mais valorizado hoje em dia é aquele que é feito à mão, está a ser muito puxado para a ilustração. O melhor design que está a sair hoje em dia é aquele que é à base da ilustração e que é à base também de coisas mais de guerrilha e do *stencil*. Há cartazes que saem, pelo menos em lembro-me de na Casa da Musica andar a fazer uns cartazes que eram todos em *stencil* e não só, o design como envolve publicidade e marketing... nessas campanhas acho que a publicidade de guerrilha ganha muita força e acho que é o tipo de publicidade que hoje em dia está a vingar mais, tipo aquela cena do gajo que escreveu “Antes escrevia para a Nike agora escrevo para a Joana”, isso foi uma campanha de um projecto de escola de um gajo qualquer que tinha que fazer uma cena de publicidade, o gajo fez assim... isso está tudo associado, acho que é o

design de comunicação e essas coisas todas, e se os grafismos de hoje em dia que estão na moda é o tipo de letra da Pixagem ou um desenho à mão de um ilustrador qualquer, o designer vai buscar isso se for inteligente e... pronto, é o que está na moda.

SE: Existe em cada intervenção de arte urbana um objectivo, uma mensagem, um propósito que nem sempre é perceptível à primeira vista?

T: Sim, acho que não em todas. Há trabalhos que faço que são puramente estéticos, tipo o último que pinte com COLORBLIND, do meu coletivo, nós tentamos misturar um bocado os nossos estilos e a nossa cena acaba por ser sempre um bocado mais estética, é muita cor, muito padrão, muita coisa. Agora, os meus trabalhos têm sempre um conceito por trás podem não ser completamente perceptíveis. Eu até defendo aquele tipo de arte que não aponta o dedo, que deixa que a cabeça possa chegar lá ou não. Independentemente, deixa sempre qualquer coisa ao leitor para interpretar. Aquela cena que eu fiz dos tas na GAU, isso é de propósito, é subversivo, é um convite, eu sei que as pessoas odeiam os *tags* mas eu estou a convidar o artista para ir pintar.

SE: Têm surgido na arte urbana novas variantes de intervenção, para além do *tag* e do *graffiti*. De que forma vê esta evolução?

T: Eu acho ótima, é como eu te estava a dizer, para mim o tipo de arte urbana que gosto mais é a instalação e intervenção. A SWOON que faz colagem... há um gajo que esteve em Lisboa que não me lembro do nome, que é inglês, que pôs dois olhos numa árvore... desde aquelas cenas dos sacos do lixo nos respiradores, acho que também houve aqui uma vez uma cena do género. O tal Mark Jenkins que faz as cenas com fita-cola...

SE: mas é positivo?

T: sim, até porque imagina, quando tu vais fazer um *graffiti* precisas de tempo para fazer alguma coisa de jeito, nem toda a gente consegue pintar uma cena incrível em cinco minutos... olha por exemplo, o C215 que tem o *stencil*, o gajo que faz os retratos em *stencil*, são incríveis, tem para aí dois no Bairro Alto. Essa técnica permite que ele faça um trabalho incrível e que se calhar demore tipo dois minutos a pintar porque já tem os moldes feitos é só passar... então eu acho que cada um deve usar aquilo que mais gosta para se poder expressar da melhor maneira, seja o *stencil*, seja o (áudio não perceptível), seja o que for...

SE: Quais as principais transformações que a arte urbana sofreu até chegar ao estado em que a conhecemos actualmente?

T: Eu acho que o facto de algumas pessoas começarem a reconhecer o valor do artista enquanto artista urbano e não só, faz com que pare de ser marginalizado e o seu talento comece a ser reconhecido, consegue fazer disso o seu estilo de vida.

SE: No que diz respeito à arte urbana, o mercado da arte tem-se demonstrado mais receptivo a artistas emergentes ou é ainda uma exceção para artistas de renome?

T: A artistas emergentes, sim, até acho que mais a artistas emergentes do que aos artistas antigos, aos dinossauros, porque os dinossauros mantêm muito aquela cena do purismo do *graffiti* e não sei o quê... os artistas emergentes fazem tudo e mais alguma coisa. A partir do momento que a António Prates (galeria) faz uma exposição de arte urbana dentro da galeria, é tipo... pronto, já está.

SE: Consideras que o mercado da arte já abriu definitivamente as suas portas à arte urbana?

T: Não definitivamente, aos bocadinhos... como podes ver no Porto eles estão a gastar milhões a limpar as ruas constantemente, mas já temos sítios, temos a Covilhã, já fui pintar cenas a Moledo, a Torres Vedras também já tive um convite, os Açores que é um museu ao ar livre que é incrível... fogo, os Açores está incrível, aquilo está lindo, está por todo lado.

SE: Existe no mercado da arte um nicho de colecionadores de arte urbana?

T: Sim, até o Berardo tem peças do VHILS, não sei de quem mais, mas pelo menos do VHILS eu sei que tem.

SE: De um modo geral, existe um perfil de comprador de arte urbana?

T: Não, acho que podem aparecer as pessoas mais variadas. Há muita gente mais velha que adora... desde os putos mais novos, que é a cena com que eles estão agora a crescer e que idolatram, adoram. Por isso acho que é variado. Normalmente são pessoas com o espírito mais aberto, mais abrangentes. É um tipo de arte que foge um bocado às cenas mais convencionais, por exemplo... eu não estudei em Belas-artes mas sem que o academismo explica-te... eu sei como é que funcionam as técnicas, sem como é que podes pintar a óleo, podes pintar aquarela, quais são as regras, o facto de tu destruíres um bocado essas coisas e teres uma tela e de repente estou a pintar com tinta-da-china numa tela que não funciona mas eu estou a fazer na mesma, porque sei que a tinta vai funcionar mas sem que aquilo não se faz, o facto de eu destruir isso e de ser aceite, já é fixe... em vez de estar ali alguém a dizer 'tu não devias ter feito isto'. Fugir das regras, espalhar tinta, deixar que o acidente aconteça, é preciso às vezes ter um bocado de... seres um bocado mais aberto para permitir que... deixares peças que parecem inacabadas, nem toda a gente consegue lidar com isso, percebes? Os *tags* por exemplo, eu gosto da estética dos *tags*, eu sei que se fizer um *tag* numa tela é diferente do que estar a fazer-lo na rua, tens todo o suporte que é convencional...

SE: Mas também é uma das formas mais recriminadas, é a cena do *tag*...

T: É marcação de território.

SE: As galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal?

T: Não, eu acho que é outra vertente... eu acho que o artista que pinta na rua não está preocupado com a fama que ele tem de marginal ou não, basicamente ele está importado com o trabalho que está a fazer, se faz numa galeria é por outras questões, se faz na rua também é por outras questões...

SE: Se altera a forma como a sociedade vê o lado ilegal da arte urbana...

T: Sim, torna a coisa mais conceituada e leva aqueles compradores ou aquele público de galeria que é mais elitista... e por estares numa galeria, se calhar eles começam a respeitar-te enquanto artista em vez de te verem só como um puto...

SE: Consideras que o agenciamento de artistas urbanos pode provocar um aumento na oferta/procura no mercado da arte? Uma vez que trará mais artistas, desconhecidos e emergentes?

T: Hoje em dia como as coisas estão o artista deixa de ser... já não é tão anónimo quanto era, até porque qualquer pessoa faz uma página de Facebook para divulgar o seu trabalho e graças à Internet os artistas estão mais acessíveis. Há uma agência que se chama Book a Street Artist.

SE: A Plugged-in...

T: Sim. Eu estou com eles simplesmente por dinheiro, porque é uma maneira das pessoas conhecerem o meu trabalho e dizerem ‘gostava bué de ter uma parede pintada não sei onde’, eles têm acesso aos artistas diretamente. Obviamente que as pessoas podiam procurar por mim, mas também há pessoas que não conhecem o meu trabalho. É uma forma de ter alguém que trate dessa parte chata que é lidar com o cliente, assim posso preocupar-me só com a parte criativa. Depende das agências, a nível de ilustração hoje em dia nem há nenhuma em Portugal porque as coisas têm corrido muito mal para todos os lados, as agências não são muito fixes para os artistas, mas os gajos da Book a Street Artist têm sido altamente porque eles fazem com que o artista se sinta protegido e é fixe tu não te preocupares muito com a cena do dinheiro e se tens alguém que te arranje o cliente, fixe, eles lidam com essa parte chata.

SE: Consideras importante a existência de um agente que faça a ponte entre os artistas e o mercado e vice-versa?

T: Sim, só que por exemplo o meu trabalho não justifica, pelo menos falo por mim, ter um agente mas quem me dera, era muito melhor ter uma pessoa só para mim, mas o facto de haver uma agência acho importante porque eles tratam da parte chata. Porque às vezes passo um dia inteiro só a escrever e-mails e a fazer orçamentos, e essa parte é chata e há pessoas que são chatas de lidar, já tive muitas cenas chatas, pessoas que são injustas ou estás sempre preocupada com dinheiro que não recebeste, em vez de te preocupares só com o teu trabalho e

com a cena criativa, que é aquilo que é importante, o artista devia estar só preocupado com a parte criativa, não devia estar preocupado com essa parte da burocracia, isso é chato. Eu odeio ter que me chatear por causa de dinheiro, odeio ter que pensar em dinheiro... faço isso bem porque tenho estaleca, porque me habituei, já trabalhei em secretariado então sei como é que a coisa funciona, mas é chato. O facto de haver alguém que possa fazer isso por mim ainda melhor mas não há, nem vai haver possivelmente. O facto de haver um Book a Street Artist facilita-me cinco por cento do trabalho que faço, só, porque eles só arranjam certas coisas e pronto, de resto sou só eu. Agora, acredita que às vezes estraga-te um bocado o trabalho ou a intenção com que tu trabalhas, porque sabes que estás a lidar com um cliente que é chato... tu não queres estar ali a trabalhar ou porque estás a ser mal pago ou porque te enganaram... a diferença na situação económica de Portugal é que aqui o artista sobrevive e lá fora vive. O facto de existir alguém que consiga arranjar-nos clientes, porque às vezes o mais difícil é o cliente vir ter contigo, é teres quem bata o pé para tu receberes ou... é tão difícil dares um preço às coisas que fazes. Eu acho que ninguém deve ser exclusivo de ninguém, eu sou contra exclusividade, acho que isso é vender a alma ao diabo. Acredito que o artista precisa de ajuda para se poder concentrar só no trabalho criativo e precisa da ajuda de alguém que faça a parte chata, que são os orçamentos, a contabilidade, o marketing, a publicidade, divulgação, a ponte entre o cliente... acho que é importante, mas que seja alguém honesto e faça com que o artista se sinta protegido.

SE: Em lisboa o impulso/estímulo da criação artística urbana é institucionalizado, no Porto o mesmo não se verifica. Tendo em conta este aspecto, que diferenças apontas entre a arte urbana da cidade de Lisboa e a do Porto?

T: Eu acho que Lisboa arranjou uma forma de limpar a parede sem limpar e começou a perceber que isto atrai turismo, atrai publicidade, começam a surgir *tours* de arte urbana, os artistas começam a ser reconhecidos e a ter mais trabalho... O Porto ainda não percebeu isso, em vez de permitir à cidade ter esse marco da arte urbana também e dar oportunidades aos artistas, lá não, preferem gastar os cento e cinquenta mil euros a limpar as paredes, se calhar de dois em dois meses. Preferem pintar as paredes de branco do que tomar outro caminho, como fez a câmara de Lisboa. A arte urbana não está só institucionalizada cá, tem um departamento que permite que isso aconteça. Lisboa é um marco da arte urbana a nível mundial.

SE: Quais as suas principais influências?

T: Tantas. Primeiro comecei a ligar-me muito à cena dos animais com a arte japonesa. Sempre vi muita coisa na Internet, sempre pesquisei muita coisa, sempre adorei desenhar,

então acho que acabei por misturar tudo um pouco daquilo que via. Eu sempre adorei o Basquiat pela liberdade que ele tem, eu sempre fui controlada demais quando fazia os meus trabalhos e o Basquiat é aquela liberdade toda e depois comecei a tentar libertar-me um pouco dessa... acho que ele foi fixe nesse aspecto, mostrou-me assim um artista mais livre. Adoro a SWOON, é a cena do traço, também trabalha em papel e as construções, porque aquilo é um caos, mas é um caos delicado e eu adoro isso. O Mark Jenkins, só pela cena de ter as instalações super diferentes. Claro que o BANKSY foi muito importante. Na altura eu conheci o BANKSY, em 2003/2004, com um livrinho que me ofereceram e eu achei aquilo incrível, ele elevou mesmo a arte urbana para outro nível.

Anexo D – Entrevista Rafi



Figura 19 Intervenção de RAFI, Maia.

Rafi, Porto. Artista. Intervém em contexto urbano, desenha, ilustra e dedica-se à música, tendo colaborado com a banda Mundo Complexo. Licenciada e Mestre em Arquitectura, grau que obteve com a dissertação: *A cidade alienada e a apropriação do espaço urbano_ A razão prática do graffiti numa leitura da contemporaneidade*, na Universidade Lusíada do Porto. Em 2011, abriu em sociedade com YOUTH ONE a Dedicated Store no Porto, integralmente dedicada ao *graffiti*. As suas intervenções são maioritariamente bonecas com roupas de alta costura, cuja técnica e estilo são inconfundíveis (Figura 19).

Entrevista realizada dia 18 de Junho de 2013.

www.rafi azadi.wordpress.com/

Sara Eugénio (SE): Em que momento é que o *graffiti* ou *street art* passaram a fazer parte da tua vida?

Rafi (R): Eu sempre desenhei. O desenho sempre foi uma forma natural em mim de expressão e o *graffiti* surgiu através de um pintor que pertence à vanguarda do *graffiti* em

Portugal que é o YOUTH. Ele é de Lisboa e eu tive a sorte de esbarrar com a velha escola, e na verdade tudo o que eu sei e o primeiro contacto, as técnicas, o que eu desenvolvi aprendi com ele. Era normal eles irem pintar e eu ia com eles, e depois, claro, como eu desenho e estava ali, comecei a dizer naturalmente ‘olha explica-me como é que se pinta’ e comecei a ajudar e depois comecei eu a passar os meus desenhos para a parede. Isso foi por volta de 2007. Em 2009 eu escrevi uma tese sobre o *graffiti* para arquitetura e eu penso que foi a partir daí, como estive dois anos a estudar e a refletir sobre o tema, foi aí que eu realmente comecei a identificar-me mesmo... não só com a expressão mas com o pintar na rua e de uma filosofia por trás disso. Foi mais a partir daí que comecei a pintar com mais regularidade.

SE: Muito mais aqui no Porto, certo?

R: É natural que pinte mais na área onde eu moro mas, por exemplo, eu agora não consigo imaginar ir a algum sítio e não pintar. Eu quando viajo pinto, vou para Itália pinto, vou a Lisboa pinto. Quer dizer, não consigo ir a um sítio e não pintar, faz parte.

SE: O que leva ao impulso da criação ilegal?

R: A criação ilegal é assim, as motivações que levam as pessoas a pintar na rua são imensas. Cada pessoa tem uma motivação diferente. No meu caso o que me leva a pintar na rua... eu sou muito esteta, eu gosto do belo, eu exploro a beleza e eu gosto de coisas bonitas... o que me leva a pintar na rua, primeiro é uma forma de... não é aleatório, os sítios onde eu pinto não é com aquela ideia de destruição, é veres um sítio e achares que o desenho se encaixa ali. É também porque eu acho que é uma forma de manter a minha liberdade individual, na sociedade contemporânea a liberdade do individuo está muito condicionada, cada vez mais tens leis para tudo e é pela parte que é democrática, é uma forma de tu expores a arte para toda gente. Sabes que nos museus, nas galerias, há sempre um *lobby* por trás disso, são contentores de arte que não chegam de todo a todas as pessoas e a rua é para toda gente. Portanto, é numa forma de democratizar essa expressão artística, é também no sentido de preservar a minha liberdade como individuo.

SE: Quais as principais etapas que o levaram às suas criações actuais?

R: Nos meus desenhos eu exploro muito o belo e eu aprecio as coisas bonitas, porque eu vejo arte nisso. Imagina, quando eu visto as minhas bonecas, eu visto-as com roupas de alta-costura, porque é assim, para mim alta-costura é uma forma de arte, é um saber que é acumulado de artesãos, como é que tu fazes as coisas, como constróis, se é feito à mão. Eu acho que isso aproxima o Homem de Deus, porque a arte para mim é quase uma linguagem divina que tu fazes com tal perfeição um vestido ou um bordado, é arte. Deus deu-nos a vida,

vá lá que é menos polémico, mas pronto é a vida, deu-nos de alguma forma essa capacidade de nos expressarmos de uma forma sublime e eu gosto de explorar isso.

SE: Na tua opinião, que critérios podem definir que obras devem ou não ser preservadas?

R: Eu não me atrevo a definir que obras é que devem ser preservadas, porque quando tu tratas de uma coisa que é pública tu não podes pensar nos teus gostos pessoais, portanto ‘eu gosto deste, preservamos este... ah isto nem é *graffiti*’, é assim, não é por aí, quando tens uma questão que é pública... eu acho que não faz sentido nenhum legalizar o *graffiti*, acho que ninguém quer legalizar o *graffiti* porque a natureza do *graffiti* é ilegal. A ideia é a cidade assimilar esta subcultura, ou seja, dando espaços que... há espaços de excelência para poderem ser pintados, para os artistas da cidade poderem usar, poderem ser convidados ou pelas entidades ou então haver mesmo espaços que se possam pintar, espaços de passagem, equipamento mobiliário urbano, espaços de circulação pedonal ou automóvel, paredes de empenas. Há sítios que podem ser... portanto, é nesse sentido que a cidade tem que assimilar que todos os que se expressam nela e o *graffiti* é sem dúvida uma expressão urbana da cidade, portanto, é nesse sentido que a cidade deve assimilar, não em agora começar a tentar definir que peças é que são válidas para estarem expostas ou não, porque isso tem a ver com coisas pessoais...

SE: Por exemplo, quando foi esta história do Rui Rio começar a querer limpar as paredes todas houve muita gente que se insurgiu por causa das pinturas do HAZUL, mas e tudo o resto?

R: Isso é bom. É bom porque abriu espaço para o diálogo. Para já a Câmara do Porto tem uma atitude autista e quando tu tens uma atitude autista, tu não és Israel que faz retiradas unilaterais de Gaza, nós vivemos em comunidade e temos que comunicar. Portanto, a atitude da Câmara do Porto é autista, não comunica, toma as decisões e depois escreve discursos a dizer ‘os vândalos, os vândalos’, olha eu sou arquiteta, Mestre em arquitetura não sou vândala nenhuma e ele quer pôr o senso comum e depois tem coisas assim muito engraçadas... a cidade da Maia está com outro tipo de abertura ao *graffiti* tanto que me convidou para pintar uns muros, mas ao mesmo tempo eu estou aqui a pintar e ontem estava ali uma carrinha “limpeza anti-*graffiti*” e eu venho pintar *graffiti*, a carrinha está ali estacionada “limpeza anti-*graffiti*”... chamam *graffiti* a tudo. A terminologia está errada. Eu acho que nesta fase é importante abrir espaço ao diálogo, falar-se das coisas, refletir e abrir espaço para o diálogo. Numa fase posterior, já se pode distinguir e começar a ver, porque depois a opinião... para uns tudo é *graffiti*, para outros não, pintar comboios é que é *graffiti*. É usar lata. Neste momento a posição da autarquia no Porto é, *graffiti* é tudo e por isso é que apagam peças.

Agora estão a deixar as peças do HAZUL e a limpar o resto. A Câmara é pública, não tem que gostar mais de um ou de outro, ou pelo menos não é gostar, é ceder à pressão que fizeram e agora vou para aquele. A Câmara tem que dar espaço para os cidadãos se manifestarem e se os pintores fazem parte da cidade, a cidade tem que os incluir e ninguém está nisto a pedir para legalizar *graffiti*, ninguém quer legalizar o *graffiti*. As pessoas querem sentir-se incluídas na cidade, porque eu ao refletir sobre este tema eu percebi que isto acaba por ser um fenómeno positivo, porque em vez dos putos se juntarem... eu usei na minha tese aquele vídeo dos “Justice”, aquilo é uma realidade que também tens aqui, noutra escala, mas os putos não se sentem incluídos, és do Viso, ou és das Marianas, ou és da Cova da Moura, não arranjas emprego onde queres, portanto, a própria cidade rejeita quem vive nela. Eu acho que é uma forma positiva de tu transformares as tuas dores, as tuas revoltas e pintares, é muito melhor do que andar aí a partir tudo e incendiar tudo por onde passas. É importante haver espaços para as pessoas poderem fazer isso, pintarem, porque é tinta.

SE: Mas espaços legalizados ou espaços como edifícios devolutos vamos lá transformar...

R: Há duas formas, no meu entender, uma é teres espaços legalizados em que, imagina, legalizam esta parede, as pessoas sabem que podem vir para aqui pintar, para a semana vem cá outro grupo pinta por cima com o rolo e fazem outro desenho, que também é uma das coisas que me fascina no *graffiti* é a efemeridade, tu hoje fazes uma peça muito linda mas tens que aprender a deixa-la ir, para mim há um exercício de desapego e de ‘tas ali e duras o que durares’ é como a vida e eu acho que isso também é lindo, ‘duras o que durares’, por mais belo que seja. Voltando atrás, uma é teres sítios em que os putos podem ir para lá pintar ou as pessoas, legais, outra atitude é convidares os artistas da cidade a participarem na vida cívica porque isso traz-te um sentimento de pertença de que estás a participar para o todo que não és excluído, porque a cidade é a comunidade de cidadãos não pode ter espaços que não quer ou grupos que não quer.

SE: Que aspectos consideras justificativos para a existência de um menor número de raparigas a realizar arte urbana?

R: O número de raparigas já foi menor do que é neste momento e mesmo a nível mundial já há bastantes raparigas a pintarem, mas eu acho que é um mundo de homens, maioritariamente de homens, como a assembleia também é maioritariamente homens. Exceptuando determinadas áreas em que podes ter mais mulheres... eu também não percebo isso porque segundo as estatísticas há mais mulheres que homens, mas a verdade é que a nível de liderança e do activo, os homens têm um papel mais preponderante porque ainda há muitas mulheres em casa. A liberdade da mulher é uma coisa que tem sido alcançada e enquanto na

Europa tens mais meios para te expressares, em grande parte do mundo as mulheres não têm sequer... mas até nesses sítios já há raparigas a pintar, já há uma rapariga no Afeganistão a pintar, na Índia... Há mais rapazes, é verdade, mas também já há muitas raparigas.

SE: Normalmente dizem que é porque não têm tanta aptidão física para correr, para fugir...

R: Eu não corro, eu se tiver que correr não corro, vou ter que usar outros meios para me safar. Ser rapariga e pintar tem muitas vantagens que os rapazes não têm. Se vês quatro rapazes parados vão logo lá ver o que se passa.

SE: Na tua opinião, em que é que a arte urbana traz valor à cidade?

R: No estado em que as coisas estão neste momento, ou seja, em que não há nada destas coisas que estivemos a falar, então aqui no Porto não há nada mesmo, traz valor porque dignifica espaços, inclui cidadãos, dá um sentido de participação na cidade, eu estou a participar na vida da cidade e neste momento eu acho que a arte urbana dignifica espaços que estão sem significado, não têm nenhuma função, espaços abandonados, espaços esquecidos, espaços negligenciados pela cidade. Tu vês aqui no Porto que é dramático o número de prédios desabitados e a cair de podre, eu acho que se eles estão assim e se a cidade não faz nada, aliás a cidade faz, agora a Câmara anda a pintar por cima e o engraçado, e tu vais ver isso quando andares no Porto, tu vês que há tantos prédios abandonados que as pessoas pintam nos prédios e agora a Câmara anda a limpar os *graffiti*, qual é a diferença entre teres tinta amarela ou teres várias tintas de cores? É que nem sequer foram restaurar o prédio, não foram dignificar. Isto é ‘quem manda aqui sou eu!’ e isso está a abrir uma guerra. Eu acho legítimo porque se não há diálogo, isto não é nenhuma ditadura, não é ‘eu quero, posso e mando!’, que atitude é essa? Portanto eu acho que a arte urbana dignifica espaços que não têm significado nenhum, enquanto estão ali podem muito bem ter uma peça, porque não? Então vais lá e limpam e não recuperas? Eu sou arquiteta, não vais recuperar o edifício, não o dignificaste em nada, é uma questão de ‘não, quem manda aqui sou eu!’... é poder e estupidez, porque estão a gastar dinheiro nosso, dos contribuintes. Eles limpam com a tinta, já disseram que gastaram cento e cinquenta mil euros e eu chego lá de noite e faço só riscos e agora vão limpar outra vez. É que agora as pessoas já estão numa de ‘já não vou fazer peças nem nada’, está guerra!

SE: Que razão leva os artistas urbanos que criam com o intuito de ver as suas obras expostas na rua a produzir obras destinadas a espaços confinados?

R: As motivações são individuais. O que me leva a pintar na rua já te disse, o que me faz passar da rua para espaços individuais ou para trabalhos, que é que está a acontecer aqui... eu gosto de desenhar, como te disse, foi a minha primeira expressão, foi a dança e o desenho.

Para mim só faz sentido eu viver e sentir-me feliz com o que estou a fazer como trabalho, mas pagas factura... para viveres segundo as tuas escolhas pagas uma fatura, portanto o que me faz passar da rua para esta parede, para o teu quarto ou pintar uma tela para uma exposição é o desenho. Eu adoro desenhar, eu quero viver do que dá sentido à minha existência, eu estou a desenhar e... é uma coisa que te enche, portanto se é aqui, se é na tela, se é no teu quarto... eu quero viver do desenho, é isso que me motiva a passar de uns sítios para os outros.

SE: Quando tu crias, por exemplo numa tela e a tela vai ser exposta na galeria, achas que perde a essência da criação?

R: Na minha opinião o *graffiti* é ilegal e é pintares na rua, é também teres um estilo que as pessoas em qualquer sítio do mundo que pintes, quem está no meio, tu tens um estilo e a pessoa diz ‘olha é ela!’, às vezes até pensam que é um ele, o que acontece muito, pensarem que eu sou um rapaz. Para mim o *graffiti* é teres um estilo e espalhares o teu nome pelo mundo fora, no máximo de sítios que consigas, isso é o *graffiti*. Eu gosto de fazer isto, eu identifico-me... o que eu estou aqui a fazer, eu estou a usar tintas, estou a usar *spray*, eu digo ‘estou a fazer uns *graffiti* aqui’, para mim eu sei que não estou a fazer *graffiti*, eu estou a usar o aerossol, o *spray* como material para pintar, porque para mim o *graffiti* é pintares na rua, comboios, etc... isso é a raiz! Eu quero viver disto, dos meus desenhos... eu não te posso dizer que uma peça que está num museu pintada, a não ser que tenhas arrancado um bocado da parede e tenhas levado para lá... embora agora chamemos *graffiti* a tudo, e é melhor nesta fase, estamos numa fase de abertura e de diálogo, não convém começarmos já com... ‘aquilo não é *graffiti* aquilo é *street art*’, não interessa... são expressões da cidade e que acontecem na rua. Pessoalmente não interessa para nada definir... ‘ora aqui está um *graffiti*, ora aqui está arte urbana, ora aqui está uma instalação urbana’, não me interessa... quem gere as cidades, não tem que olhar no sentido de ‘este mantém-se porque é bonito, este não porque é feio’, nem deve ser ‘isto é *graffiti*, isto não é’, porque isso não interessa, isso é relativo. No geral, tem que haver espaços para isto acontecer e tem que se incluir esta gente, porque fazem parte da cidade, na vida da cidade.

SE: Que limites separam a arte urbana da arte pública?

R: A arte urbana também é pública. Os limites que separam é a educação de cada um, o que eu acho que tu deves investir na sociedade é educar os cidadãos, porque depois tem tudo a ver com a tua escolha... tu se tiveres um filho não podes tomar conta dele vinte e quatro horas, há uma parte que tem que confiar na educação que tu lhe deste. Por isso é que eu te digo, ninguém quer legalizar o *graffiti*, mas o que me faz não pintar ali e outro chegar lá e pintar, é a natureza humana, por isso é que deve ser penalizado. Eu respeito a arte e também respeito o

trabalho de outro artista, o Mosteiro dos Jerónimos, a Casa da Música para mim aquilo foi um artista que fez... da mesma forma que eu gostava que respeitassem o meu trabalho... como artista eu respeito. Eu acho legítimo pintarem em sítios que estão abandonados pela cidade, vais ao Porto, as casas todas podres... eu acho legítimo porque se a cidade as abandona porque é que eu não posso ir lá pintar? Não é um crime abandonares os teus edifícios? Com história... que caracteriza a cidade.

SE: A arte urbana deve ser comercializável?

R: Eu acho que deve haver espaço para tudo, não é deve ser comercializada, ela já é. O que eu não acho bem é, por exemplo, eu como pintora sou vista ou sou chamada de vândala e depois tu entras no BES e tens “Conta Jovem” com letras de *graffiti*, vais ao Continente “Retorno às Aulas” com letras de *graffiti*. Há toda uma economia que se apropria da linguagem gráfica do *graffiti* e que vende com isso, e depois um artista de *graffiti* é um vândalo, é um criminoso, é o diabo em forma de gente. Isso acho uma hipocrisia gigante, portanto, isso eu não concordo que se comercialize. Acho que se começarem a convidar artistas para desenharem umas letras para o BES, agora, hipocrisia não. Não é, um é criminoso mas ‘olha espera lá que parece que a canalha gosta muito disto, vamos usar letras de *graffiti*’.

SE: Achas que podia existir mais investimento na educação/formação da sociedade no que diz respeito à arte urbana?

R: Não sei se ainda existe, mas para que é que os miúdos têm religião e moral? Eu acho que era imperativo ter uma disciplina que devia ser “Educação Cívica”, que é tu conheceres os teus direitos, conheceres a base das leis, porque na verdade é útil manter as pessoas ignorantes e eu acho que tem que haver uma disciplina que ensine às pessoas os deveres como cidadão porque fazemos parte de um todo. Tu vês aqui, estacionam sempre o carro a ocupar dois lugares, depende de cada um, eu quando estaciono o carro penso sempre noutra que consiga caber ao lado, depende de cada um. Portanto, era importante as pessoas terem a consciência dos deveres como cidadão e dos direitos também, e ao mesmo tempo isso tem a ver com cidadania e ensinarem as pessoas a pensar, mas isso também não interessa a muita gente. As pessoas têm que pensar. Tu vês “caloiros da Lusófona voluntários a apagar *graffiti*” e eu se os visse, chegava perto deles e dizia ‘vocês andam na faculdade para quê? Mandam-vos pintar *graffiti*, vocês andam a limpar *graffiti*’ mas nenhum olha para o prédio e pergunta assim ‘mas este prédio está a cair de podre, pode ruir, é saúde pública porque acumula lixo, seringas dos drogados’ mas isso não é um crime, nenhum questiona isso. Obedecem como robôs. Deve começar-se logo na primária, uma disciplina “educação cívica” e ensinar as pessoas a pensar, a questionar.

SE: Têm surgido na arte urbana novas variantes de intervenção, para além do *tag* e do *graffiti*. De que forma vês esta evolução?

R: É uma evolução natural. Sim, acho que é muito positiva porque é sinónimo que as pessoas estão a quebrar limites e barreiras, e a explorar outras coisas. Artisticamente acho que é... como tens o Alexandre Farto (VHILS). Acho positivo explorar, nada é definitivo, nada é uma verdade absoluta.

SE: Consideras que o mercado da arte já abriu definitivamente as suas portas à arte urbana?

R: Já existe um mercado e em Portugal estamos agora a viver um momento em que o *graffiti* está na ordem do dia, é um assunto corrente e que até interessa politicamente para as eleições. Há um mercado sim, porque já existem pessoas que estão a viver disto. Não há um mercado, por exemplo, como em Inglaterra que já vão a leilões da Sotheby's peças do BANKSY, mas já há um mercado.

SE: No que diz respeito à arte urbana, o mercado da arte tem-se demonstrado mais receptivo a artistas emergentes ou é ainda uma excepção para artistas de renome?

R: Já começa a haver uma abertura sim, porque lá está, é um tema muito actual e já há muitos festivais e os artistas vão pintar e outros estão a pintar prédios, já começa a haver aqui alguma abertura, isso é bom.

SE: Existe no mercado da arte um nicho de coleccionadores de arte urbana?

R: Não, em Portugal não. Acho que ainda está muito disperso, um comércio muito disperso mas já tens artistas que viajam e pintam pelo mundo fora, portugueses, e que já são reconhecidos por esse tal *lobby* de chegar aos contentores de arte e ao circuito da arte... em Portugal não, mas estamos a viver um momento, uma abertura...

SE: As galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal?

R: Eu acho que as galerias não ajudam a arte urbana em nada. Arte urbana é na rua e as galerias limitam-te a um espaço. Portanto, as galerias quanto muito ajudam-te a ser socialmente aceite. Eu acho que isso é bom para as pessoas que querem viver disto, é bom nesse sentido.

SE: Mas por exemplo, estes trabalhos encomendados pela Câmara ajudam as pessoas a compreender melhor?

R: Ajuda. Sem dúvida que ajuda. Isto do vandalismo... vais a uma casa de banho pública e está toda riscada, o ser humano escreve nas paredes desde as cavernas, é uma expressão natural do homem.

SE: Consideras importante a existência de um agente que faça a ponte entre os artistas e o mercado e vice-versa?

R: Não, porque tu vês o artista ‘este vandalozinho precisa de uma ponte para falar com a sociedade’... não, eu acho que isso depois depende de cada artista. Se chegares a um ponto que te dá jeito porque tens um monte de encomendas e de pessoas a convidar-te... se te der jeito teres um agente para tratar disso sim, mas isso é uma opção individual, acho que o agente não vai acrescentar nada. Isso era partir do princípio de que o artista é um mono que nem sequer sabe... eu sei falar e vender o meu trabalho se tiver que o vender ou defende-lo também, agora, se tiver muitas propostas e me der jeito um agente.

Anexo E – Entrevista Third



Figura 20 Intervenção de THIRD

Third, Porto. Artista. Intervém em contexto urbano. Tem formação em Design e produções digitais. Produz: *graffiti*, ilustração e Design. A sua expressão artística aproxima-se do realismo (Figura 20). Vencedor dos concursos de *graffiti*: “HipHop Stop Pobreza 2008” e “Opel Graffiti Tour 2011”.

Entrevista realizada dia 18 de Junho de 2013.

www.facebook.com/third.dnt.nbq

Sara Eugénio (SE): Em que momento é que o *graffiti* ou *street art* passaram a fazer parte da sua vida?

Third (T): O *graffiti* começou a fazer parte da minha vida a partir do momento em que tive o meu primeiro contacto com a cultura *hip hop* e fiquei a conhecer o que me fascinava na cultura *hip hop*. E o *graffiti* foi uma das coisas que me fascinou e também o *breakdance*. Também pratiquei *breakdance*. Mas desde aí senti que o *graffiti* podia ser uma coisa boa para a minha vida e veio a transformar-se hoje em dia numa coisa muito boa na minha vida. Faz parte do que sou. E foi resumidamente isso.

SE : O que leva ao impulso da criação ilegal?

T: Eu não crio com o intuito de ser algo ilegal. Eu crio com um intuito artístico. É o facto de gostar de arte e de ter encontrado no *graffiti* uma expressão artística que me cativa. Em si, não há uma necessidade de expressão ilegal, percebes? Quando eu faço, eu não penso em legalidade ou ilegalidade. Faço porque gosto, faço porque me relaxa, faço porque acho que me torna uma melhor pessoa e faço porque me dá liberdade para me exprimir artisticamente de uma forma que noutros movimentos artísticos não era possível.

SE: Quais as principais etapas que o levaram às suas criações actuais?

T: O quotidiano, a minha vida, as coisas que me vão acontecendo, coisas boas e coisas más. Tudo isso ajuda-me no meu processo criativo. Sou uma pessoa ligada ao real; é difícil para mim fugir do real. As coisas que faço... tento sempre que tenham uma lógica e um significado, mas sem nunca tentar que se proponha à arte e a arte se proponha a isso, percebes?

SE: Que aspectos considera justificativos para a existência de um menor número de raparigas a realizar arte urbana?

T: A mentalidade que foi criada ao longo de vários anos, de várias décadas, por parte de diferenciarem as coisas, o que é para rapazes e para raparigas. Hoje em dia isso perde-se muito. Hoje em dia tens várias raparigas a pintar mas ainda em menor número porque ainda existe um bocado essa mentalidade: que há certas coisas que são para raparigas e certas coisas que são para rapazes.

SE: Na sua opinião, em que é que a arte urbana traz valor à cidade?

T: O facto de colorir, o facto de as pessoas poderem criticar e poderem apreciar a arte que está acessível, percebes? E às vezes algum tipo de mensagem, algum tipo de pensamento de um artista que faz as pessoas abrirem os olhos. Ou então até mesmo o facto de as pessoas estarem mais atentas ao que têm na cidade ao nível das artes, as pessoas estarem mais atentas ao que têm de bom na cidade e estarem mais atentas ao que se passa dentro da cidade. Às vezes o *graffiti* pode fazer as pessoas começarem a olhar para as coisas de uma forma diferente. Posso dar o exemplo: eu quando vou a uma cidade começo a reparar em edifícios espectaculares e belíssimos porque ando sempre a olhar para os edifícios à procura de onde é que vou encontrar um *tag* de alguém conhecido ou um *graff* de alguém conhecido ou uma intervenção de alguém que goste. Ou até mesmo que não goste, onde vou encontrar a cultura do *graffiti*, percebes?

SE: Enquanto artista urbano, como encara os espaços cedidos para a criação artística?

T: Para mim isso é óptimo porque é sinal que nós estamos a vencer uma batalha e que uma coisa que era vista como um completo vandalismo e com intenção de destruir começa a ser

visto como algo artístico e isso para nós é excelente. Vai talvez dar-me condições para poder fazer o que gosto: continuar a pintar e ao mesmo tempo não desperdiçar a minha criatividade nem as minhas ideias numa empresa onde não te vão dar credibilidade pelo teu trabalho, mas sim por seres mais um na empresa a trabalhar. Acho que existe um grave défice de relacionamento entre patrão e empregado em que muito raramente, a não ser que tenhas um patrão muito fixe, que ele agradece tudo o fazes, percebes? Tens aí muita gente com muito talento e que se for preciso nunca serão reconhecidos por esse talento porque trabalham para uma pessoa que absorve a sua criatividade, que absorve o teu trabalho, que fica com os méritos do teu trabalho.

SE: Que razão leva os artistas urbanos que criam com o intuito de ver as suas obras expostas na rua a produzir obras destinadas a espaços confinados?

T: Pagar as contas.

SE: A arte urbana perde a sua essência quando exposta em espaços expositivos?

T: Não. O que vai fazer perder a sua essência é quando o artista pinta alguma coisa que não goste; o que vai fazer perder a sua essência é quando estás a fazer aquilo por um caché e o teu valor criativo e o teu valor cultural é posto em causa por causa de um pagamento. Dizendo isto por outras palavras, é a mesma coisa que me pedirem para pintar um quarto e pintar um Mickey ou pintar uma Hello Kitty quando eu posso criar um desenho meu, posso criar uma personagem infantil minha, percebes? Aí eu acho que é quando tu não estás a vender o teu trabalho. Estás-te a vender porque estás a vender uma coisa que não é tua, primeiro; estás a fazer uma cópia de um trabalho de alguém, de uma criação de alguém e aquilo de pessoal não tem nada. A única coisa que tem ali é tu meteres dinheiro no teu bolso para pagar despesas.

SE: O que deve ser considerado arte urbana?

T: Todo o tipo de intervenção na cidade, tudo o que esteja à vista tanto da pessoa que aprecia como da pessoa que critica. Tudo o que seja inserido dentro da cidade, percebes? Em que tu vais a andar pelas ruas e és influenciado por obras de artistas.

SE: Que limites separam a arte urbana da arte pública?

T: Acho que não existem limites. Arte pública e arte urbana batem as duas na mesma coisa. Acho que é isso. A arte urbana acaba depois por ser arte pública. O exemplo disso é a peça do HAZUL, uma coisa que era arte urbana passou a ser arte pública. A Câmara foi lá, apagou tudo à volta e deixou a pintura dele.

SE: A arte urbana deve ser comercializável?

T: Para quem quer viver, claro que sim. Para quem quer viver da arte urbana tem que a comercializar, para quem quer pagar as contas tem que a comercializar, mas isso não vai fazer

dele mais artista ou menos artista por causa disso. De facto, acaba por fazer dele mais artista, porque há mais pessoas a acharem que o que ele faz é arte. Tu podes ser o maior artista do mundo mas se não expões o teu trabalho, ninguém te vai conhecer e o teu conceito de arte vai ser limitado ao que tu fazes e não à opinião de outras pessoas, que acho que é sempre importante.

SE: Que impacto provoca a arte urbana na sociedade?

T: Depende. Nem toda a arte urbana vai criar um impacto na sociedade, a não ser o impacto de poder tornar algo que estava esquecido... tornar o mais visualmente apetecível. Sítios abandonados e isso; pintares uma fachada, é algo que toda a gente olhava e repudiava e a partir do momento que tem lá uma pintura olham para aquilo com outros olhos. Além disso, dependendo do que o artista cria ali, pode criar alguma mensagem, pode criar o impacto até de mudar um bocado a mentalidade das pessoas. E nisso o *graffiti* acho que tem ajudado e muito. Pelo menos criou um impacto tão grande que o *graffiti* hoje em dia passou de puro vandalismo... para ser, neste momento... é uma coisa apetecida por todos.

SE: Acha que podia existir mais investimento na educação/formação da sociedade no que diz respeito à arte urbana?

T: Sim, pode e deve existir. Porque certamente daqui a uns anos estás a dar aulas de história da arte e a falar sobre *graffiti*. Porque é um movimento artístico e está comprovado lá fora. Não é o português que vai decidir que não é. Certamente daqui a uns bons anos está a falar-se do *graffiti* em história da arte e hoje em dia a prova disso é... tens as teses que são feitas; tens os artistas de *graffiti* que são frequentemente procurados para pintar fachadas de edifícios, para participar em eventos relacionados com as artes, até mesmo para representarem as cidades. Há casos, em Espanha, de artistas que são super apoiados pelas juntas de freguesia e não só. E isso é importante porque ajuda o artista em si a evoluir e dá-lhe mais tempo e mais oportunidades para mostrar o seu trabalho e para poder continuar a pintar. Porque eu para poder continuar a pintar também preciso de conseguir viver. Eu se não vivesse do *graffiti*, talvez não conseguisse pintar tantas vezes como pinto; não conseguia evoluir como posso evoluir, quando não te dedicas a algo a 100%.

SE: Têm surgido na arte urbana novas variantes de intervenção, para além do *tag* e do *graffiti*. De que forma vê esta evolução?

T: Toda a evolução é positiva quando não se esquece do passado, mas como disse há pouco, para mim não há nada de novo. É simplesmente o assimilar que as pessoas têm de informação e de inspiração e de influências e podem criar algo que pareça novo, mas de certeza que se formos ver à história já foi feito, percebes? Mas para mim o que interessa é as pessoas

reportarem a sua cultura e mostrarem o seu trabalho. Dou tanto valor a alguém que fala algo totalmente futurista como alguém que faça algo totalmente clássico.

SE: No que diz respeito à arte urbana, o mercado da arte tem-se demonstrado mais receptivo a artistas emergentes ou é ainda uma exceção para artistas de renome?

T: Acho que começaram a abrir os olhos porque aperceberam-se que as pessoas já estavam um bocadinho cansadas de verem sempre a mesma coisa. É assim, acho que estão mais abertos hoje em dia aos artistas que vão surgindo e estão mais atentos porque aperceberam-se que podem ganhar muito dinheiro em si com o *graffiti*. Os futuros compradores são os jovens de hoje em dia. Os jovens de hoje em dia vêem o *graffiti* com bons olhos. Penso que cada vez estão mais abertos ao aparecimento de novos artistas. Hoje em dia as coisas são mais efémeras, não duram muito. Há artistas que se mantêm a vida inteira mas hoje em dia a informação é tão rápida que acho que a própria formação leva isso; a procura por mais artistas e por mais coisas que se andam a fazer.

SE: Existe no mercado da arte um nicho de colecionadores de arte urbana?

T: Cada vez começa a haver mais, mas eu acho que o ponto alto vai ser daqui a quinze ou vinte anos que é quando esta geração tiver poder de compra, especialmente em Portugal. Lá fora já existe muito mais, já existe um bom... muita gente até já com certa idade que vê no *graffiti* potencial artístico e que acreditam que tem muito valor.

SE: De um modo geral, existe um perfil de comprador de arte urbana?

T: Para já acho que ainda é muito difícil definir o perfil de comprador. É como eu digo. Já me apareceu quase de tudo. Desde as pessoas com um bom nível de cultura, pessoas menos cultas, desde pessoas mais velhas, e quando digo pessoas mais velhas digo pessoas com setenta anos, a pessoas mais novas. Existe um misto ainda. Existe em si um público-alvo. Acho que qualquer pessoa, e isso é um bom exemplo do trabalho que o *graffiti* tem feito, as pessoas que fazem *graffiti* conseguem chegar a qualquer pessoa, percebes? Eu tanto estou a pintar num sítio e tanto tenho os miúdos que ficam lá a ver, como tenho uma senhora de sessenta ou setenta anos que passa e fica muito contente e me dá os parabéns.

SE: As galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal?

T: Não, não é por aí. Eu acho que esse estigma foi libertado e acho que o que ajuda a libertar o estigma é o trabalho dos artistas, porque as galerias de arte só surgem no *graff* depois de o trabalho estar feito. Não foram elas que trouxeram o *graff* para a rua, não foram elas que puseram os pintores de *graffiti* a serem considerados artistas. Eles já o eram antes de exporem na galeria. Acho que o único papel da galeria é poder vir a trazer mais reconhecimento, as

peessoas acham que é mais credível. Mas eu sinceramente já vi muita coisa na galeria que não era nada credível.

SE: Considera importante a existência de um agente que faça a ponte entre os artistas e o mercado e vice-versa?

T: O agente só é bom para... Primeiro, nós não precisamos do agente. O agente é que precisa de nós. Nós continuamos a pintar, continuamos a fazer dinheiro sem o agente. O agente é bom é quando tu queres alcançar um nível e que vais precisar da ajuda de alguém porque se queres ter o tempo todo dedicado para te dedicares à pintura tens que ter alguém que se vá deslocar aos sítios e falar com clientes, tens que ter alguém que vá ao *email* e faça uma *mailing list* e envie o teu trabalho para muitas pessoas. Porque é a tal situação, se tu não te promoveres, podes ser o maior artista que ninguém te vai conhecer, percebes? Ninguém vai dar valor ao teu trabalho a não seres tu e mesmo tu nem vais saber a veracidade desse valor, porque quando trabalhamos sozinhos, e eu falo disso por experiência própria, muitas vezes chegas a um ponto em que comesças a cometer muitos erros, e às vezes até nem são erros, às vezes até estás mesmo no caminho, mas como não mostras, como ninguém vê o teu trabalho, como só tu é que conheces o teu trabalho, tu tens tendência para elevar os defeitos todos. Eu acho que é bom tu mostrares o teu trabalho para teres uma noção de valor do teu trabalho e é muito bom para muita gente porque há pessoas que pensam que estão a fazer um bom trabalho e afinal não estão. Não é a coragem de te dizer que não gosta que vai fazer com que o teu trabalho não tenha valor, que valha menos, mas se alguém te disser “isto aqui não ta bem feito” tu deves ouvir. Se for alguém com mais experiência, que sabe mais que tu não tens volta a dar, tens que admitir; todos nós erramos, todos nós temos bons momentos e maus momentos.

SE: Quais as suas principais influências?

T: Desde vários artistas relacionados com o *graffiti*. Eu vou buscar influências em tudo, desde design gráfico, desde a ilustração, desde obras de pintura, de artistas como Picasso. Eu em nomes sou uma desgraça: existe um artista de *pin-ups* brasileiro que me inspirou muito. Eu tento ir buscar um bocado de tudo, de qualquer coisa. Normalmente acordo de manhã, tomo um café e vou a páginas do Facebook... como ando sempre atrás de pessoas relacionadas com arte vejo desde pessoas que fazem caricaturas, desde pessoas que fazem Design gráfico, pessoas que fazem *graffiti*, pessoas que fazem ilustração, pessoas que pintam só. A mim, tudo me pode influenciar, desde arquitectura... Não me restrinjo a um grupo em si; tento retirar um bocado de tudo para poder construir algo. Porque sinto que se me restringir a um artista pode haver um ponto em que o meu trabalho deixa de ser meu e passa a ser uma continuação de um

estudo de outro artista. Acho que é importante é veres tudo. Até um simples painel publicitário...

SE: Em lisboa o impulso/estímulo da criação artística urbana é institucionalizado, no Porto o mesmo não se verifica. Tendo em conta este aspecto, que diferenças aponta entre a arte urbana da cidade de lisboa e a do porto?

T: A grande diferença é que em Lisboa o pessoal do *graffiti* massacrou mais a Câmara e quando digo massacrou quer dizer que têm mais pessoas a pintar, têm mais pessoas a fazer *bombing*. É como diz o velho ditado: ‘Se não os podes vencer, junta-te a eles’. E a mentalidade em Lisboa é de uma metrópole. Aqui, a mentalidade no Porto às vezes é mesmo de aldeia. Não digo isto com um sorriso na cara. É simplesmente e infelizmente essa é que é a verdade neste momento. As próprias pessoas... que nos podem ajudar e evoluir... lá em baixo têm uma mentalidade totalmente diferente. Eu já fiz trabalhos lá em baixo e sei disso. Mesmo em outros pontos, se formos a ver, existe muito mais investimento cultural em Lisboa do que no Porto. O dinheiro da União Europeia que tem vindo para Portugal, grande parte vai para a Capital e isso também acaba por ajudar, porque sem investimento não consegues “meter” cá empresas a apostar. Tenho vários casos de pessoas a organizar eventos em que lá fora seriam eventos patrocinados por marcas e cá, se tu dizes que vais fazer um evento no Porto essas marcas que patrocinam lá fora, os representantes não são os mesmos... Mas eles dizem-te mesmo isso: ‘ah! se fosse em Lisboa patrocinávamos, agora no Porto...’.

Anexo F – Entrevista Youth One



Figura 21 Intervenção de YOUTH ONE. Carcavelos JAM 2012

Youth one, de Lisboa mas reside actualmente no Porto. *Writer* das primeiras gerações do *graffiti* em Portugal. Pertence à banda Mundo Complexo. Pinta e Desenha, a sua expressão principal reside na criação de *characters* (Figura 21). Abriu em 2011, em sociedade com a Rafi, a Dedicated Store do Porto.

Entrevista realizada dia 19 de Junho de 2013.

www.youthone-graffiti.blogspot.pt/

Sara Eugénio (SE): Em que momento é que o *graffiti* ou *street art* passaram a fazer parte da tua vida?

Youth (Y): O *graffiti* começou a fazer parte da minha vida talvez na altura em que apareceram aqueles filmes de *breakdance*, no final dos anos 80 quando começaram a aparecer revistas como a *Source*. Não sei se no Porto havia mas em Lisboa havia uma revista que era a *Source*, tinha uma página de *graffiti* e basicamente os telediscos de *hip hop* americano. Havia um teledisco que eu gostava muito que era dos *De la soul – The magic number*, em que aparece um tipo a pintar *graffiti* e a partir daí despertou-me aquele gosto pelo *graffiti*.

SE: O que leva ao impulso da criação ilegal?

Y: Porque isto também começou como uma ilegalidade, supostamente a história conta que começou com o TAKI 183 no bairro a fazer *tags* do nome dele porque na altura não se chamava *tag*, era assinatura. Era uma questão territorial, ou seja, os gangues de Nova Iorque antes do Al Capone, carimbavam os bairros também com nomes. O *graffiti* apareceu um pouco a partir daí, de um *tag*... uma pessoa começou a *tagar* em todo lado, entretanto aquilo começou a ser tão viral que até apareceu nas notícias, nos jornais e a partir daí é o que temos hoje. A ilegalidade é imposta pelo Estado. Eu posso estar a fazer o mesmo *graffiti* numa tela e o mesmo *graffiti* numa parede, automaticamente passa a ser ilegal porque é uma propriedade que não é minha, portanto estou a transgredir um espaço que não é meu. Logo aí, há leis que dizem ‘tu não podes fazer aqui’, portanto torna-se ilegal... é relativo. A ilegalidade é relativa. Claro que há pessoal que faz sabendo que vai realmente fazer coisas ilegais. Se fores pintar um comboio, se fores pintar o muro da casa do teu vizinho, sabes que é uma coisa ilegal porque estás a danificar algo que não é teu. Para mim... eu não considero ser ilegal, eu considero ser um vício e que tenho que o praticar na rua, como a rua é uma tela do *graffiti*. Evidentemente que tento escolher os melhores sítios, fábricas abandonadas, mas há um momento ou outro que tu estás com uma pessoa ou uma situação em que te leva a fazer um *throw-up* ou um *silver* na parede, mas depois é a vertente, há pessoas que só fazem isso, há pessoas que só fazem comboios... Eu atualmente, ou praticamente, só faço arte legal, é a que dá vontade de fazer, porque eu prefiro perder um dia, dois, três, uma semana num *hall of fame*, do que estar a fazer uma peça rápida, o chamado “mijo do cão”: ‘passei aqui, eu estou aqui, eu existo’. Eu neste momento não preciso de fazer isso. Também tive que passar por essas fases todas, também *taguei* muito, fiz muito *silver*, chegou uma altura que achei que tinha que escoar a minha energia em algo mais positivo para mim que pudesse até financeiramente ajudar-me, por exemplo. Foi por aí que eu... mas o ilegal faz parte, toda gente passa por essa fase.

SE: Quais as principais etapas que o levaram às tuas criações actuais?

Y: Comecei pelo *tag*, aliás, eu até nem comecei pelo *tag*, comecei pela bonecada que é aquilo que atualmente eu faço melhor, que é imagens de bonecos, tento fazer imagens reais, não sou muito *lettering*, sou muito mais de *character* e eu comecei mais por bonecada, claro que depois *taguei* muito, porque uma pessoa ia para o Bairro Alto, estava lá com os amigos a andar de *skate*, com uma caneta, um *taga* outro *taga*, havia la pessoal que *tagava* que nem sabia porque é que estava a *tagar*, porque toda gente *tagava*. Eu comecei pelas *characters*, pela bonecada.

SE: Na tua opinião, que critérios podem definir que obras devem ou não ser preservadas?

Y: A minha primeira opinião sobre isso é que não se deve destruir arte com arte, logo, monumentos, edifícios que aparentemente são ícones de um sítio, de uma cidade, de um país, fachadas, pedras, pintura em pedras de edifícios eu acho que é estupidez, azulejos lindíssimos que caracterizam a cidade também é burrice. Por aí não se deve destruir arte com arte. Há sítios que devem ser preservados e eu acho que o *graffiti* também tem que ter uma organização, há uma lei exterior, fora do *graffiti* mas dentro do *graffiti* também há uma lei.

SE: Mas existe mesmo, do género, tu não pintas pedra para não destruir património?

Y: Não, isso é da consciência de cada um. Claro que existe dentro do *graffiti* aquelas leis do ‘não vais *crossar* este, não deves pintar aqui sem minha autorização’.

SE: Mais de hierarquização?

Y: Exatamente. Há coisas que têm que ser preservadas, evidentemente, isso nem se põe em questão, é da educação e da consciência de cada um.

SE: Mas isto em relação às obras que tens na rua...

Y: O *graffiti* é efémero.

SE: Mas tens casos do género, em Bristol eles chegam a conservar as obras do Banksy...

Y: Mas isso é uma coisa que a autarquia diz ‘isto é uma obra BANKSY e isto para a cidade é importante’. Por exemplo, nós temos aqui as obras do HAZUL que a Câmara está a pintar ou pintou por cima e agora pediu ao HAZUL para fazer umas obras. Isso depois depende do que esse artista representa para a cidade. Eu acho que sim, tem que ser preservado sim.

SE: *A priori*, por exemplo, as cenas do HAZUL não representavam nada...

Y: Mas depois criou a polémica que criou e há tempos ele veio aqui porque a Porto Lazer o contactou para fazer uns trabalhos, portanto, eles viram que cometeram um erro. Eles têm que perceber que eles não têm a sabedoria toda, eles não são os senhores do mundo, eles são a representação de uma comunidade que é a cidade, portanto, se eles representam a cidade, eles têm que comunicar com a cidade e perguntar à cidade o que é que a cidade acha, eu não vou dizer ‘esta estrada é minha, é da cidade mas eu aqui vou meter isto tudo cor-de-rosa’, eles podem, infelizmente podem fazer isso mas não é legal, não é justo, eles não perguntam às pessoas se querem uma rua cor-de-rosa. Acho que as peças têm que ser preservadas, algumas.

SE: Que aspectos consideras justificativos para a existência de um menor número de raparigas a realizar arte urbana?

Y: Primeiro, eu acho que as mulheres têm medo de se inserir no meio, porque acham que é um mundo de homens, é um mundo machista e *a priori* são elas que se separam e se metem a parte porque realmente é um mundo de homens e de machistas, é, mas isto é como tudo, nós

temos que nos afirmar, não vamos ficar à espera que as pessoas nos digam que nós somos bons ou que somos maus ou que somos os patinhos feios. Temos que nos afirmar. A RAFI está a fazer isso por exemplo, ela não se importa com o que as pessoas pensam dela, ela chega e afirma-se e ponto. É falta de atitude. Há sempre uma piada no início, a RAFI teve muita gente, pessoal da minha geração a brincar, mas agora... as pessoas têm que se afirmar e tens que mostrar o teu trabalho. Claro que não podes só falar e depois não fazes nada e as pessoas não vêem nada, mas fazes trabalhos...

SE: Mas mesmo assim já se começa a ver mais algumas...

Y: Em Lisboa... sim, a TAMARA, a Marta que também pinta... já tens algumas. Há tempos esteve aqui uma rapariga de Valongo com um amigo que costuma vir aqui e ela agora vem cá, está a começar a pintar também. Portanto, eu acho que é uma questão de afirmação e de gosto.

SE: Mas há aquele pessoal que diz que as raparigas não fazem *graffiti* porque não têm estrutura física para fugir e para saltar...

Y: Mas têm uma atitude de responder, uma maneira diferente de agir. De resto, eu acho que isso é uma questão de afirmação, ou fazes ou não fazes. Temos a MADC que é uma das melhores *writers* do mundo, não estou a falar em homens e mulheres, *writers* do mundo. E não é a única, temos a francesa, a MISS VAN também é um *Top*.

SE: Enquanto artista urbano, como encaras os espaços cedidos para a criação artística?

Y: O artista urbano é que enquadra o seu... é que provoca as suas telas. Sítios que possam ser úteis para outro *writer* para mim podem não dizer nada, devido à minha maneira de pintar, os meus objectivos, porque é que eu pinto e os motivos que pinto. Eu por exemplo, eu gosto de *hall of fame*s, gosto de fábricas abandonadas, gosto de sítios onde eu possa estar horas porque eu sou muito analisador do meu trabalho, portanto, gosto de perder tempo com ele, logo, gosto de sítios calmos. Agora, eu conheço de pessoal que gosta de adrenalina, vão pintar comboios, vão pintar pontes, saltam de aviões. Depende de pessoa para pessoa.

SE: Que razão leva os artistas urbanos que criam com o intuito de ver as suas obras expostas na rua a produzir obras destinadas a espaços confinados?

Y: Isso sempre existiu. Na altura, em Nova Iorque quando a Câmara começou a abolir e teve mesmo um ataque maciço *anti-graffiti* nos metros e nos comboios. Houve uma necessidade de passar o *graffiti* para os *hall of fame*s, ou seja, foi nesse momento que o *graffiti* passou dos comboios para muros com uma força maior e foi quando começou a receber europeus em Nova Iorque, que trouxeram artistas de Nova Iorque e os artistas americanos que começaram a vir para a Europa expor e fazer trabalhos “pagos”, galerias... e foi aí que o *boom* do *graffiti* começou a ir pelo mundo fora, foi quando saiu de Nova Iorque para o mundo e aí houve uma

necessidade de grupos de artistas exporem em galerias porque depois houve pessoas com cabeça ‘isto até é fixe, isto numa galeria...’. Tivemos o Basquiat, por exemplo, com o Andy Warhol, tivemos muitos mais... muita gente pensa que foi o Andy Warhol que puxou o Basquiat mas é mentira, o Basquiat na altura... o *graffiti* é que estava a bater, é que levou o Andy Warhol a grandes (não é perceptível), quem vir o filme e quem ler o livro sabe isso... se vires o filme ou leres o livro percebes que foi o Andy Warhol que no início o puxou porque achou que ele era um artista dotado e depois percebeu-se que ele é que era o artista e que o Andy Warhol é que andou “pendurado” nele, até à morte dele. O *graffiti* aí já tinha um peso grande.

SE: E é a partir do Basquiat que o *graffiti*...?

Y: Não, não. Não só a partir do Basquiat. O Basquiat é um exemplo mundial de um artista...

SE: Mas por exemplo, já li que a partir do Basquiat o *graffiti* passa a ser considerado arte...

Y: Sim, sim... pode ser um ícone, sem dúvida. Não só ele, claro que muitos mais nomes, mas ele é um nome sem dúvida que se pode falar do *graffiti* como uma situação de galeria, de arte.

SE: A arte urbana perde a sua essência quando exposta em espaços expositivos?

Y: Se me disseses que a essência do *graffiti* é ser irreverente e ser um anti-social, mas... tu podes expor, por exemplo, um artista qualquer, de outro tipo, pode por uma pessoa nua ou uma faca espetada, ele não está a deixar de ser irreverente ou anti-social, ele está a expor uma ideia. Eu acho que o *graffiti* não perde qualidade por estar numa galeria. Está é a dar-se um valor a algo que na rua não se dá.

SE: Um valor monetário?

Y: Monetário!

SE: Não um valor artístico?

Y: O valor artístico na rua é dado, é sempre atribuído, mas não monetário. Quem faz trabalhos de *graffiti* leva sempre com o estigma do ‘quanto é que me fazes um trabalho?’ e um tipo diz ‘quinhentos euros’, ‘ah! Mas tenho aí uns putos que fazem mais barato’... nós vamos ter sessenta, setenta anos e vamos ser sempre os putos do *graffiti*. Porque o *graffiti*, é tudo muito giro mas as pessoas ainda não encaram... atualmente com esta explosão mundial da arte urbana, as pessoas já encaram o *graffiti* de outra maneira, por exemplo, nós aqui na loja ontem tivemos uma mãe de quarenta, cinquenta anos, uma “tia” da foz provavelmente, com um miudinho a comprar latas. Já consegue atingir públicos... portanto, a galeria é sempre um bom ponto de passagem de informação *da street art*, porque é um ponto pequenino.

SE: As galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal?

Y: Sim, quebra... mas isso também vai contra aquilo que é uma das leis do *graffiti* que é o lado daqueles que se acham os reais, que são os tipos que fazem *bombing* e fazem aqueles filmes *hardcore*, tipo 1UP, e que pintam comboios e que só fazem asneiras, que para muita gente é asneiras, que só fazem destruição e depois há o lado dos artistas que querem fazer trabalhos, peças, querem fazer exposições e há aqui uma fronteira entre os vendidos e os reais, portanto, há aqui sempre um conflito de interesses, que é uma das regras e uma das leis do *graffiti*, que são estas duas vertentes que se ofendem e que se atacam e que se mutilam... mas muita gente que está deste lado, do lado legal é pessoal deste lado que faz os dois. Então começa a haver uma mistura como a música, antes era só *reggae*, agora o tipo que gosta de *reggae* tem rasta mas anda de *skate* e se calhar faz surf e tem uma banda *punk*, percebes? Há uma mistura, portanto... eu acho que o *graffiti* tem tantas raízes, começou o *graffiti* mas tem tanta coisa, tanto vídeo, imagem... já tem tanta coisa que tudo é válido, as pessoas é que ainda não perceberam que tudo é válido e só isto é que faz a *street art* ou o *graffiti* ser alguma coisa.

SE: O que deve ser considerado arte urbana?

Y: Arte urbana foi um nome dado por alguém para ser um nome bonito. A arte urbana é uma mistura de várias vertentes, vários estilos, várias técnicas, vários propósitos, vários objectivos, várias tendências.

SE: Mas tu achas que *graffiti* é *graffiti* e *street art* é *street art*?

Y: Eu acho que *street art* é *street art* e *graffiti* é *graffiti*. Porque eu acho q a *street art* é um nome que se deu para englobar muita coisa num só, e *graffiti* é *graffiti*...

SE: Então não se pode chamar arte urbana a *graffiti*?

Y: Não... quem deu o nome arte urbana meteu *graffiti* lá dentro, porque não é só *graffiti*, é *stencil*, é o marcador, é *stickers*, é as máscaras... é tudo, percebes? *Graffiti* está dentro da arte urbana, a meu ver, mas *graffiti* é uma coisa e arte urbana é outra. É como o *hip hop*, alguém decidiu dar o nome ao *hip hop* de *hip hop* quando são coisas distintas, há o *graffiti*, há o *breakdance*, há o *Dj* e há o *Rap*, só que Afrika Bambataa com um fotógrafo acharam que deviam dar um nome bonito para aquilo, ‘vamos juntar estes tipos todos porque assim isto vai ter mais força, portanto, vamos chamar isto *hip hop* ou então vamos chamar isto *street art* ou *stencil* ou *graffiti*’.

SE: Que limites separam a arte urbana da arte pública?

Y: É a permissão, basicamente.

SE: A arte urbana deve ser comercializável?

Y: Actualmente é comercializável, eu acho que sim. Se tu és um artista de arte urbana, em vez de seres um pintor de aquarela és um tipo da arte urbana, porque é que não hás-de ter o

mesmo direito de viveres e seres um artista reconhecido através da arte urbana, quando a arte urbana actualmente tem das coisas mais magníficas que o planeta pode receber em termos de beleza, grátis. Estamos aqui a falar de arte grátis de extremo valor, não é?! E que é exposta, muitas das vezes, em lugares que nem sabemos mas que tem lá coisas lindíssimas. Por exemplo, no Brasil há um tipo que só pinta nos esgotos, ninguém vai lá ao esgoto, mas ele publica aquelas fotos. Portanto, eu acho que sim, porque não?! A arte urbana tem que ter o seu valor, claro que sim.

SE: Que impacto provoca a arte urbana na sociedade?

Y: Estamos a falar da arte urbana no sentido *tag* ou arte urbana como um sentido bonito da arte urbana? Se for no geral, cria tanto ódio como cria tanto amor... se for no geral, se for tudo, *tag* e isto tudo. Cria ódio e amor.

SE: Acha que podia existir mais investimento na educação/formação da sociedade no que diz respeito à arte urbana?

Y: Enquanto arte sim, se eles quiserem dar *graffiti* e *street art* na escola porque até é um material que pode ser usado nas faculdades e nas Belas-Artes como um instrumento criativo.

SE: No sentido de cultivar mais as pessoas a perceberem o que é realmente?

Y: Sim, estamos no Século XXI e ainda estamos com o estigma da aquarela e do óleo... estamos no futuro.

SE: Têm surgido na arte urbana novas variantes de intervenção, para além do *tag* e do *graffiti*. De que forma vê esta evolução?

Y: Vejo-a como uma evolução. Vejo como uma necessidade do Homem se auto-recriar porque nós sabemos que nós como ser humano chegamos a uma altura que nos saturamos das coisas e se não houver uma remodelação daqui a nada somos todos iguais... eu acho que esta recriação é como a moda, os ciclos... e depois apanhar esta vertente e juntar com esta e depois esta... e depois já há outra vertente e já há outra coisa nova. Acho que a recriação é a parte mais positiva da arte urbana, dar vida a materiais que às vezes estão mortos, lixo... reaproveitamento, reciclagem...

SE: Considera que o mercado da arte já abriu definitivamente as suas portas à arte urbana?

Y: Em Portugal?

SE: Em Portugal.

Y: Não. Basta ires às galerias da Miguel Bombarda e vêes quantas galerias têm arte urbana.

SE: Mas será que é aqui no Porto ou em Lisboa...

Y: Em Lisboa se houver uma ou duas é muito. Portanto, não acho que haja uma abertura. Há um interesse do artista do momento... 'ah! O VHILS está a bater no New York Times'...

SE: No que diz respeito à arte urbana, o mercado da arte tem-se demonstrado mais *receptivo* a artistas emergentes ou é ainda uma exceção para artistas de renome?

Y: É interesse. É interesse porque a casa que está a por um artista de renome está a auto promover-se. Eu se tivesse aqui o VHILS, ‘na DEDICATED está aqui o VHILS à tarde, venham cá para a sessão...’, aí é usar o artista como um instrumento de venda. Portanto, acho que as galerias têm um interesse, mas também acredito que os artistas... não há uma agência... há, há em Lisboa, sei que há uma ou outra. Normalmente o que há são empresas de design e publicidade que usam artistas de pintura de *graffiti* para decorar espaços. Não há um agenciamento, tipo como o VHILS tem... é uma coisa que dá vontade de fazer, porque há viagens, há exposição mundial, há custos elevados.

SE: Consideras importante a existência de um agente que faça a ponte entre os artistas e o mercado e vice-versa? Por exemplo, achas que era importante tu teres um agente que te promovesse muito mais no mercado e que fizesse procura por ti, que arranjasse formas de te promover, *merchandising* do teu trabalho...

Y: Por norma os artistas são auto produtivos. Se fores ver os grandes renomes, eles todos... o CAN2 por exemplo, um alemão, é um tipo que faz o design da roupa dele, é um tipo que faz *stickers*, é o tipo que faz o site, é o tipo que faz a imagem dele, é ele que faz os quadros, é ele que faz a roupa.

SE: Mas isso não rouba tempo para a criatividade?

Y: Sim, mas se tu viveres só disso, terás sempre tempo... não tens trabalhos de *graffiti* todos os dias, portanto, podes fazer o design da t-shirt... pões a vender, mandas produzir e pões a vender, entretanto vais fazer o *graffiti* outra vez, agora não dá, vais fazer uma exibição não sei onde, vais fazer uma festa...

SE: Achas que não é assim tão relevante?

Y: Eu acho relevante, se for o agente a dizer ‘eu tenho um grande interesse’, porque se tu andares atrás dos agentes, o máximo que eles te vão dizer é ‘não sei se dá e se der dizem, é 80 para mim e é 10 para ti’.

SE: Existe um abuso muito grande nesse sentido?!

Y: Vês isso nos discos, vês isso nas bandas.

SE: Mas eu acho que isso não pode acontecer assim com o *graffiti* porque não tens a mesma projeção que tens, por exemplo com indústria da música...

Y: Claro, lá está. Mesmo a indústria da música aqui também é o que é, se não for os “velozos” e assim... mas sim, é interessante, um agente é interessante, poupa-nos tempo, é um tipo que está constantemente a tentar arranjar trabalho, é fixe... se eu ganhar um milhão,

ele provavelmente vai ganhar muito dinheiro também. Quanto melhores trabalhos ele arranjar, fixe... eu ainda não percebi é como é que isso ainda não aconteceu.

SE: Acontece um bocado, por exemplo, a Vera Cortês também faz agenciamento, como fez com o VHILS... mas ela não se dedica só ao agenciamento, ela dedica-se à parte da galeria, uma parte mais de curadoria para arranjar artistas...

Y: Depois escoa os artistas na galeria dela.

SE: E isso é uma lacuna que, antes de começar a fazer a tese, reparei com o meu orientador e é nesse sentido que nós chegámos à conclusão que era interessante talvez fazer um plano de negócio uma vez que sou do ISCTE, um plano de negócio de agenciamento de artistas de rua (arte urbana)... porque não existe quase nada...

Y: Por exemplo, eu fui pintar agora a Marselha, a convite de um amigo que conheci aqui na loja... e fui a Marselha a um evento que se chama “Caligraffiti”. O evento era fazer uma pintura, *graffiti*, sobre tela e depois essas telas seriam analisadas por uma agência que dissesse ‘esta tela vale, esta tela vende, esta tela não vende’ e depois esse dinheiro era retido para os artistas, trinta por cento. Eu acho isso fixe porque já mostra que é um país que lida com *street art* de uma maneira artística... eles dão valor aos artistas. No meu caso, pagaram-me a viagem, deram-me estadia, deram-me comida... pintei, deram-me o material

SE: Existe no mercado da arte um nicho de colecionadores de arte urbana?

Y: Eu sou um deles. Existe... mas eu sou um colecionador por acaso, por conhecer os artistas e ter a possibilidade de eles me oferecerem coisas e vou metendo na parede da sala e do quarto, porque eu próprio aprecio... além de fazer, eu aprecio o trabalho dos outros quando é bom.

SE: Mas tu és do meio. Imagina, alguém que não é do meio ou que é só um apreciador de arte...

Y: Tenho aqui um cliente que costuma comprar... interessa-se e já comprou da RAFI, a mãe dele queria comprar do HAZUL, mas o HAZUL fez um preço assim exorbitante e ele não comprou.

SE: De um modo geral, existe um perfil de comprador de arte urbana? Ou o perfil ainda não está definido?

Y: Não há... quem compra *street art* normalmente é pessoal que ouve *rap* ou que está dentro da cultura, ou então é uma pessoa que realmente gosta do *graffiti*. Tem que ser um galerista, ou uma pessoa que adore mesmo. Por exemplo, em Marselha havia uma loja destas mas era galeria, que só tinha quadros expostos de *graffiti* e estou a falar de quadros de três mil euros, três mil e quinhentos, quatro centos e cinquenta, quinhentos euros.

SE: Mas vocês não aproveitam também a DEDICATED para ser um espaço de loja/galeria?

Y: Sim, sim, é o que queremos fazer no futuro.

SE: Eu pensava que isso já acontecia?

Y: Houve uma altura que tínhamos aqui exposições, só que neste momento nós estamos a fazer tantos trabalhos, estamos a fazer alguns trabalhos exteriores. Nós fazíamos por mês dois eventos na loja, aos sábados, que trazia aqui cinquenta ou setenta pessoas e ainda não fizemos nenhum este ano porque começaram a surgir trabalhos, por exemplo, eu ainda tenho um carro que me deram para a mão, um Opel Adam, para desenhá-lo e ainda nem peguei nisso. É complicado depois gerir isto tudo, como são só duas pessoas e nós aqui também temos uma parte gráfica.

SE: Essa parte gráfica é uma das formas do Design e da arte urbana se relacionarem?

Y: Neste caso quando digo trabalhos gráficos não são aqueles trabalhos do *flyer*, é aquele trabalho do livro ou o trabalho de uns cartões, de uns cartazes. É uma coisa à qual nos juntámos também para aliviar porque só *graffiti* em Portugal é muito complicado. Se vendêssemos só latas já tínhamos fechado.

SE: A ideia é mesmo essa, é tu conseguires expandir de forma a venderes o teu produto...

Y: Atraindo pessoas dos variados estratos sociais.

SE: Em lisboa o impulso/estímulo da criação artística urbana é institucionalizado, no Porto o mesmo não se verifica. Tendo em conta este aspecto, que diferenças apontas entre a arte urbana da cidade de lisboa e a do porto?

Y: Em Lisboa houve uma fase e a GAU foi criada porque houve uma necessidade, ‘como é que vamos combater os putos quando cada vez há mais?’. É tanta gente a pintar e é tanto estrangeiro que visita Lisboa. É impossível veres um comboio na Linha de Sintra ou de Cascais, que eles apagam e que no dia seguinte não esteja pintado. É impossível. Eles gastam milhões e milhões de euros nisso. O Bairro Alto estava completamente poluído de *graffiti*. Eles perceberam que tinham que escoar esses *graffiti* para zonas, ‘pode estar tudo pintado mas vai ser só nesta rua’, de resto ‘as pessoas que querem *tagar* vêm para aqui porque sabem que os artistas vêm aqui pintar e eles querem é vir aqui afirmar-se, não é lá em cima’, claro que há um ou outro que não obedece a essas regras, então a Câmara percebeu que tinha que criar um gabinete de arte urbana e fez uma coisa boa, por exemplo, usar edifícios antigos e decora-los com o trabalho de artistas... infelizmente, tenho pena que seja só de estrangeiros. Eles pagam a viagem aos estrangeiros, a estadia. Claro que isso é bom porque é uma pessoa de renome e quem vem de fora também gosta e tem impacto, tem. Aqui no Porto há um estigma ao contrário que é, deixaram fazer, deixaram fazer, deixar fazer... e depois começou a haver um

combate, mas é um combate sem inteligência. Um combate sem qualquer tipo denexo. Depois começaram a fazer umas limpezas que eu acho extraordinárias que eles pintam sempre onde está o trabalho, nunca pintam a parede toda, então aquilo fica uma mancha branca aqui, uma mancha amarela ali... e se for um tipo *tagar* amanhã, *taga* e eles pintam aquela mancha e eles não dão a entender a quem está a passar, que aquilo é uma parede limpa e que deve ser conservada limpa, não, eles estão a dizer que há uma parede manchada propícia a ser pintada de novo. Fica pior. Não há uma coordenação entre a autarquia e os artistas, e nem sequer há um interesse, nem há diálogo. Tu se pedires uma entrevista, eles... noventa por cento vão dizer-te ‘não’. Eles fazem isso até a jornalistas. A pergunta que fizeram ao Rui Rio, ‘porque é que estavam a apagar os trabalhos do HAZUL que é um ícone da cidade?’, a única coisa que ele soube dizer foi: ‘se aquilo é um espaço público e é um espaço que tem que ser autorizado pela Câmara, se o artista quiser pintar pede autorização à Câmara mas tem que pagar os custos...’. Portanto, eles estão a brincar connosco, ‘desculpe lá senhor doutor, eu tenho que pagar para existir? Tenho que pagar a si? Mas se a rua é de todos eu também tenho direito a opinião, certo? Se eu tenho direito a opinião, portanto, vou ter que fazer uma associação de cinquenta mil assinaturas para também ter direito a falar? Eu também voto... os artistas são o quê? São objetos? Você está a tratar as pessoas como anormais? Assassinos?’. Eu vi uma vez uma entrevista dele em que ele chamava, não era vândalos, era uma palavra bem pior, qualquer coisa como ‘nojo’. Muitas das vezes eu até acredito que nem é ele, porque a baixo dele há pessoas que lidam com isto diretamente.

SE: A única questão que ponho é, onde é que está o Vereador da Cultura da Câmara do Porto que nem sequer intervém a favor da arte?!

Y: Não tem *power*, porque não há cultura no Porto. A cultura que tu tens no Porto é, cultura de festas e corridas de carros. Tens a Casa da Música. Isto é uma cultura de elites, não é uma cultura de povo. A esta cultura só vai quem tem dinheiro. Se eu quiser ver a orquestra a tocar, eu pago vinte ou trinta euros. Isto é uma cultura de elites e não para toda gente, e a *street art* é.

SE: E isso está a falhar redondamente, porque com a *street art* tu não pagas nada, andas na rua...

Y: Há aqui muros. Eu também estou a falar porque eu nunca fiz um projecto e nunca cheguei lá e disse ‘eu tenho...’, às tantas bem pensado eles até me dizem que sim, mas eu já vi tanta gente a pensar fazer isso e já levaram tantos “nãos”.

SE: Quais as suas principais influências?

Y: Eu comecei a pintar devido a um rapaz francês que é o MO2, porque uma vez abri uma revista, não me lembro se era o Público, há uns anos, sei que era uma revista qualquer e estava lá: ‘*graffiter*’ na altura era assim que eles chamavam, cá em Portugal nunca deram bem os nomes corretos, ‘na faculdade de Belas-Artes em França, pintou os muros com *graffiti*’ e olhei para aquilo e achei os bonecos dele fantásticos, é pintura. A partir daí comecei a copiar muito os desenhos dele. O MO2, sem dúvida, foi uma das minhas influências. É o nome que eu mais... porque não altura havia duas revistas, a “Spraycan Art”, que era um boneco dele com uma lata. A “Spraycan Art” que é um ícone das revistas do *graffiti*, que é uma bíblia, e havia a “Subway Art”. Dentro da “Spraycan Art” havia muitos trabalhos dele, do pessoal *old school*, do FUTURA2000. Sem dúvida que os desenhos dele já batiam e eu como sempre gostei de *characters* e bonecada, foi mesmo a minha influência. Claro que houve muitos mais ao longo dos anos mas no início, sem dúvida, MO2 foi a minha principal influência.

Anexo G – Entrevista Slap



Figura 22 Intervenção de SLAP

Slap, Lisboa. Artista. Intervém em contexto urbano. *Writer* das primeiras gerações do *graffiti* em Portugal. O seu estilo reside essencialmente no *graffiti old school*, por vezes combinado com *characters* e figuras que se aproximam do realismo (Figura 22). Participou na Bienal Regional austríaca e na X Bienal de Lyon. É actualmente presidente da Associação Portuguesa de Artistas Urbanos (APAURB).

Entrevista realizada dia 25 de Junho de 2013.

www.facebook.com/pages/APAURB/118261905010840?fref=ts

Sara Eugénio (SE): Em que momento é que o *graffiti* ou *street art* passaram a fazer parte da tua vida?

Slap (S): A minha primeira ligação com o *graffiti* foi com doze anos. Comecei a ver pessoal que trazia de fora aquelas revistas de *skate* que tinham sempre um pouco ligado à arte, aparecia sempre *graffs*, os *backgrounds* das rampas eram sempre *graffitti*. A minha vida foi mais influenciada pelo *graff* quando vim morar para Lisboa aos dezasseis anos, comecei a pintar mesmo *graffiti* de intervenção nas ruas com o pessoal. Conheci um pessoal impecável também e depois como éramos poucos, havia uma rede já formada, já havia pessoal, já havia *crews*, já havia *graffiti* um bocado por todo o lado.

SE: O que é que leva ao impulso da criação ilegal?

S: É assim... a ilegalidade da cena não tem muito a ver com a cena criativa nem com o acto em si. Só é ilegal porque as pessoas consideram que é ilegal, é a sociedade que diz isso. Se a sociedade dissesse que pintar o cabelo de louro era ilegal, todas as pessoas com o cabelo louro tinham que provar que era loiro verdadeiro, porque se não tinham que pagar uma multa e irem presas, mas não é por causa disso que as pessoas iam deixar de pintar o cabelo de louro. E nós é igual. Dizem que é ilegal. Ilegal é quando tu pintas por exemplo num café, numa loja, num banco. Agora, tudo o que é paredes do Estado é legal, supostamente, é espaço público.

SE: Mas o que é que te leva a por exemplo pintares numa parede de um prédio ou de uma casa?

S: Não pinto paredes de prédios, nem casas, nem essas coisas.

SE: Nem antes, no início?

S: Muito menos. Quando somos miúdos, então... não vais pôr-te a pintar a casa do vizinho. Porque já sabes que vai dar “estrilho” para a tua mãe ou para o teu pai. Então essa história é um bocado rara porque aquilo que aparece, essas inscrições que aparecem nos muros dos vizinhos e não sei quê não são *graffiti*. E o pessoal chama a isso *graffiti*. Metem tudo no mesmo saco. Isso não é *graffiti*. Nem arte urbana. Nem é aquilo que eles andam a considerar legal ou ilegal.

SE: Na tua opinião, que critérios podem definir que obras devem ou não ser preservadas?

S: Sim, sem dúvida. Nós por acaso agora, por causa do novo decreto de lei, enquanto Asdocição estamos a pensar fazer uma abordagem a essa própria lei para alterarem algumas coisas. E uma delas é que exista espaço que não é contemplado para a arte, mas que seja reconhecido como arte. Porque eles só querem reconhecer como arte aquilo que é feito em espaços autorizados para a arte. Mas nós queremos dizer que também toda a outra arte que é feita fora desses espaços também é arte. Pode ser mais ou menos legal, pode durar mais ou menos tempo, mas é arte. E então, mesmo que a lei... eles querem criar uma nova lei em que tudo o que for fora dos espaços legais não é considerado arte e é para ser limpo. Só que temos que considerar arte porque se for arte é arte. Independentemente de ser legal ou ilegal. Então eles têm que perceber que existe isso também.

SE: Quer dizer, mas isso já existe agora...

S: Sempre existiu.

SE: Porque tu tens um espaço, tu tens muitos espaços que não são legalizados ou ...

S: Por isso é que eles estão a querer criar o novo decreto-lei. Já estão a levar com isto há muito tempo. Nós já estamos cá há imenso tempo. A arte urbana existe sei lá, desde o tempo

dos romanos. O primeiro *stencil* era do Mussolini que andou a espalhar aí... era uma campanha política.

SE: Vocês juntaram-se para criar uma associação. Podes-me falar só o que é que vos levou a isso? Qual é que é intenção, qual é que é...?

S: Sim, posso explicar. Olha, nós estamos nisto há muitos anos. Eu vai fazer este ano 23 anos que pinto. Bem e então muito do pessoal tipo o NOMEN, o ODEITH, o EXAS, o OBEY, o UBER, todo o pessoal *old school*. Nós já há muito tempo que andávamos a falar nisto: ter uma representação legal, criar uma associação. Muitos dos nossos artistas ou *street artists* em Portugal criaram as suas próprias empresas, começaram a fazer as suas cenas... Mas nunca houve nada criado para termos uma base, para podermos nós próprios mudar algumas leis e ir à luta e fazer e acontecer... fazer esses eventos para os nossos artistas cá. Porque faltava-nos esse passo que era criar qualquer coisa, uma plataforma para isso. Nunca ninguém criou. Chegou um ponto em que dissemos “Ou vamos esperar que apareça alguém e crie ou vamos fazer nós”. E houve uma altura em que começou precisamente a aparecer imensos agentes de artistas e cenas que não faziam sentido nenhum. Então nós começámos a perceber que para fazermos aquilo que nós queríamos não era sendo agenciados, mas sim criando a nossa própria agência. E então como também não fazia sentido nenhum estarmos a lucrar com isto, ou estarmos a fazer disto um *business*, fizemos uma associação sem fins lucrativos, uma representação nacional. Nós criámos isto para os outros artistas que virão agora no futuro também, não foi só para nós. Para todos os miúdos que vão pintar agora no futuro, têm alguma coisa que foi criada para eles.

SE: Isso é muito interessante e é muito fixe porque realmente até agora não havia nada. Imagina, aquilo que uma pessoa vê... tens artistas aqui e ali, isso é como se fosse uma espécie de colectivo?

S: Não, porque nos já temos os nossos colectivos, as nossas *crews*, os nossos grupos de amigos, as nossas formas de agir e de pintar. Isto é um bocado *outside* isso tudo, estás a ver? Nós não somos um grupo de *writers* que andamos juntos. Cada um tem a sua cena. Temos na nossa associação um grupo de arquitectas, temos um grupo de *writers*, temos pessoal que não tem nada a ver nem com uma coisa nem outra. É uma coisa muito vasta e como é nacional, daqui a uns meses vai ser tipo Porto, Algarve, Braga, Coimbra. A maior parte das pessoas nem se vão conhecer. Mas tudo o que esteja relacionado com a arte urbana e projectos de arte urbana, coisas que nós achamos que têm relevância, vamos tentar incluir na associação. Agora estamos a fazer parcerias com a Câmara de Lisboa, Associação de Turismo de Lisboa,

Capitania do Porto de Lisboa, Associação de Comerciantes das Docas, Fundação da Vodafone, Museu do Oriente... estamos a contactar tudo, marcar reuniões...

SE: E está a ser fácil?

S: Sim, já temos vinte e três parceiros e a associação começou a cinco de Março. Já estávamos a trabalhar nisto desde outubro do ano passado, mas tipo mesmo tudo feito foi a partir de Março.

SE: Que aspectos consideras justificativos para a existência de um menor número de raparigas a realizar arte urbana?

S: Isso é como tudo. Isso é como o *skate*. Porque é que há menos miúdas a andar de *skate*? No Ténis, porque é que há menos jogadoras de Ténis femininas do que masculinos ou no futebol. Acho que é geral, é em tudo. Até pode haver uma inversão. Por exemplo, agora já vês mais em chefias, em cargos políticos... Então há uma tendência para inverter a coisa. Nem acho que exista uma justificação. Na *crew*, temos uma miúda, podíamos ter dez. Mas não há dez miúdas a pintar, é assim um bocado confuso.

SE: Mas cada vez há mais...

S: Sim, lá está. Cada vez há mais. Qualquer dia vão ser elas que pintam.

SE: Na tua opinião, em que é que a arte urbana traz valor à cidade?

S: É cultura geral, é reconhecimento, é comunicação visual, é veres que há jovens, que há vida na cidade. Tudo o que é feito grátis para a cidade, desde a instalação urbana, desde a participação cívica, a pintura, a performance, é uma coisa que enriquece a cidade. Teres um gajo na rua a cantar ao vivo com uma guitarra que não tens que pagar para ver o concerto... é grátis. A cidade é mais culta e é mais rica por isso, por ter músicos de rua, artistas de rua. Uma cidade que não tem artistas de rua, não tem nada. Uma cidade que tem é mais dinâmica. Mesmo por exemplo, vais a Barcelona, vês os grupos de dança, de *breakdance* também. Tem um valor por isso também.

SE: Que razão leva os artistas urbanos que criam com o intuito de ver as suas obras expostas na rua a produzir obras destinadas a espaços confinados?

S: O que é que os leva a fazer? Isso vou ter que dizer que cada caso é um caso. Porque é assim, eu já fiz trabalhos para galerias, por exemplo, fui pintar na calheta num museu. Eles queriam que nós pintássemos *graffiti*, só que como a Casa das Mudas é uma casa com uma certa historia, eles tiveram que forrar toda a cena com placares de madeira e nós pintámos nos placares de madeira. Os placares tinham a forma da fachada, mas mesmo assim, na era *graffiti*, porque era em placares. Então eu disse isso ao director do museu, eu disse que não era *graffiti*, era uma representação do *graffiti*. E ele disse: “Então e se fosse nas paredes? Já

era *graffiti*?” e eu disse “era” e ele disse “Então anda cá dentro” e mostrou-me as paredes do museu e disse: “Então olha, vocês podem pintar as paredes todas cá dentro”. E nós pintámos. Também não fiz nenhum projecto especial porque ia pintar dentro do museu. O convite foi feito, fiz um *graffiti* como se fizesse na rua, mas dentro do museu. Então a transposição da arte de rua para dentro das paredes dos museus ou das galerias, como lhes queiras chamar, por vezes é tipo forçada. Porque se tu vais fazer uma colecção ou uma coisa para expor é uma cena diferente, tem uma temática, tens que dar um tema à tua exposição, tens que convidar pessoas, tens tu de ir defender a tua obra ou não. Quando é pintado mesmo *graffiti* nos muros, tu não podes vender os muros, não podes comercializar. Então é fora dessas cenas. Eu, por exemplo, não comercializo a arte que pinto, porque é impossível.

SE: A arte urbana perde a sua essência quando exposta em espaços expositivos?

S: Sim, porque tu tens que te lembrar que o *graffiti* vem da palavra *grafite* que é o acto de escrever na parede, tudo o que não seja nas paredes, tudo o que seja tipo em telas, em quadros, em placares, em não sei quê, não é *graffiti*, é uma representação de *graffiti*. É a mesma coisa que eu tirar uma foto de um *graff*, pôr numa moldura e pôr numa galeria à venda. É fotografia, não é *graffiti*. Para ser *graffiti* tinha que ser pintado nas paredes e então tu não consegues comercializar isso. Eu posso vender-te o serviço, mas não te posso vender a obra. Esse é o verdadeiro valor da *street art*. É *priceless*. Quanto é que te vale um muro que tu ainda não pintaste? As pessoas às vezes perguntam “Ah! Quanto é que levas para pintar um muro”, “Para pintar o quê?” “Para pintar um muro de branco? Para pintar às cores”. É difícil avaliar uma coisa que ainda não pintaste. Então fica sempre aquela coisa do valor do muro, o valor da peça, o trabalho, isso é muito estranho.

SE: O que deve ser considerado arte urbana?

S: Tudo o que é feito no espaço público, tudo o que é feito na rua desde instalação, pintura, performance, tudo o que é...

SE: Podes incluir o *graffiti* na arte urbana então?

S: Sim, claro. Aliás, arte urbana sem o *graffiti* não fazia muito sentido.

SE: Eu faço esta questão porque há pessoas com quem já falei que dizem “Não. *Graffiti* é *graffiti*. Arte urbana é arte urbana” ou “O *graffiti* está dentro da arte urbana”. Já obtive as mais variadas respostas...

S: Sabes porquê? Houve um erro na classificação dos elementos do *hip hop* no início dos anos sessenta/setenta. Eles precisavam de um termo que fechasse as culturas de rua e para vender aquilo ao *mainstream* como uma fórmula mágica americana, o que se está a passar, o que está a bombar agora. Eles dominaram as ruas e a cultura de toda a América durante uma década ou

duas, estás a ver? Então isso tinha que ser passado para fora como uma história americana. Então eles criaram o que nós hoje em dia conhecemos como *hip hop*. Tem quatro elementos que são o Dj, o *breakdance*, etc... mas na altura já havia outras cenas de rua, outras cenas ligadas à arte urbana que não foram consideradas e não foram registadas e não entraram para aquele movimento e durante muitos anos o pessoal do *hip hop*, tudo o que era exterior a isso: tipo andavas de *skate* ‘Ah! Mas isso não é *hip hop*’. Andas de *bike* ‘Ah! Mas isso não é *hip hop*’... Percebes? Há pessoal do *graffiti* que não ouve *hip hop*. Ouve *drum and bass* ou *metal*... Mas pintar *graffiti* então já é do *hip hop*. Então isso é um bocado estranho, classificar um elemento com base em quatro cenas fechadas. Eu acho que em vez de se chamar *hip hop* devia chamar-se arte urbana logo desde o início e devia englobar todas as vertentes e mais alguma que estão ligadas a cenas de brincar na rua.

SE: O facto de não teres limites entre o que é arte urbana e arte pública, as pessoas não têm um conceito definido do que é o *graffiti*, do que é arte urbana neste caso. É tudo muito aberto.

S: Tens bués, tens bué conceitos. Tens bué definições...

SE: Não tens um conceito, percebes?

S: Porque eu acho que é errado dar um conceito. Ia ser um conceito dado por alguém que definiu esse conceito. Então e os outros todos? Tínhamos que fazer um referendo para fazer uma definição... E mesmo que chegássemos a um consenso há sempre uma percentagem que ia estar contra aquela definição. É bué estranho. Em New York, a versão dos americanos, no início é que para ser *graffiti* tinha que ser ilegal, tinha que ser com latas roubadas, tinha que ser num comboio. Se não, não era *graffiti*. Pá! Onde é que nós já estamos? Hoje em dia até um autocolante é um *graffiti*.

SE: Achas que podia existir mais investimento na educação/formação da sociedade no que diz respeito à arte urbana?

S: Claro que sim. Em tudo o que é cultura, nós estamos muito mal. O investimento nacional é tipo 0,0 qualquer coisa. Acho que nem chega a 1% e esse 1% vai para tipos como o La Féria, essas mega produções fantásticas de teatro e de cinema e esses levam a grande fatia do bolo. Depois o resto é dividido pelas associações e afins, e as fundações. E os troquinhos e as migalhas ficam para o pessoal. Ou seja, a cultura em Portugal é sempre um buraco negro. Por isso é necessário... quanto mais arte urbana investires, quanto mais investires naquilo que te é fácil, naquilo que te é próximo, que chega mais facilmente às pessoas. É o melhor a fazer. Quando aqueles gajos ficaram soterrados no México, eles tinham que lhes mandar água e comida, uma das cenas importantes que eles faziam era, que eles escrevessem, que eles contassem peças... pequenos teatros, cantassem musicas, ou seja, se tu precisas da

criatividade e da música, e disso tudo para viver, para te manter mentalmente são e para sobreviver porque é que depois durante toda a tua educação e toda a sociedade te castra isso? Cortam na música, cortam na educação cultural, cortam na arte, que é aquilo que tu precisas para te desenvolveres.

SE: De que forma se explica a arte urbana às novas gerações?

S: Esses putos já não precisam de explicações, eles têm mais informações do que nós. Hoje em dia com a Internet... na minha altura não havia revistas de *graff*, nem havia vídeos de *graff*, hoje em dia há *blogs*, há sites... eles têm mais informação que eu. Um miúdo que comece a pintar agora tem um *step ahead* de vinte anos. Tudo o que nós fomos fazendo e criando até agora, eles têm acesso num minuto, vão ao Google. Antes perguntavas a alguém que já pintasse há mais tempo, ou ficavas à espera para ver se descobrias, agora não, agora vais ao Google, ‘como é que eu faço um traço fininho?’. Nós estamos a criar os putos para isso, em Portugal os miúdos todos têm um computador dos pequeninhos. Nós estamos a preparar os miúdos para eles não terem obstáculos na vida, para não terem dificuldades... eles sabem mexer num computador. Estes putos agora vão ser uma geração bué à frente.

SE: Como é que o Design se relaciona com a *street art*?

S: A maior parte dos putos que não tinha jeito para *graffiti* mas gostava de desenhos tiraram Design. Então, ao fim de cinco ou seis anos que o design apareceu em Portugal, tens trinta mil designers em Portugal, a maior parte deles experimentou as latas ou passou pela fase do *graff* ou teve amigos que pintam, foram influenciados nisso e já se vê isso na publicidade, na comunicação das marcas, as letras do *graffiti* são as mais utilizadas, os *hotlines*, os *high lights*, isso é tudo cenas do *graffiti*.

SE: Têm surgido na arte urbana novas variantes de intervenção, para além do *tag* e do *graffiti*. De que forma vês esta evolução?

S: Eu acho que o *graffiti* tem uma componente muito importante que é a cena do *step ahead* e muito disso às vezes é tu encontrares problemas, identificares problemas e solucioná-los. Quando vês uma fenda no chão, se tapares com uma coisa qualquer colorida chamas a atenção das outras pessoas para a fenda e para a cena que tu fizeste para solucionar o problema, se aquilo se tornar padrão, se todas as fendas que existirem se tu preencheres com a tua cor ao fim de um ano, ou dois anos, ou três anos de andares a brincar a tapar buracos com magenta, toda gente vai falar da miúda que tapa buracos com magenta e isso é giro. Há quem faça isso com Legos, há quem faça com crochet e isso é mais *graffiti* às vezes do que pegares em quatro latas e escreveres umas letras no muro. O laser *graff* também.

SE: No que diz respeito à arte urbana, o mercado da arte tem-se demonstrado mais receptivo a artistas emergentes ou é ainda uma exceção para artistas de renome?

S: O mercado das artes agora está completamente diferente, porque não existe um mercado das artes, existem os *marchands*, existem os artistas mas não há um mercado das artes, o que existe é, por exemplo, eu pinto um quadro, se eu tiver um amigo que seja comprador que goste do meu trabalho e diga ‘eu dou-te duzentos mil euros por esse quadro’ o meu quadro vale duzentos mil euros e se eu puser o meu quadro à venda, se for para um leilão, o quadro vale aquilo que as pessoas quiserem licitar pelo quadro, para uns tem um valor para outros não tem valor, para outros não vale mesmo nada. Os meus quadros eu não vendo, eu costumo dizer ao pessoal, há muito pessoal que não percebe a minha postura nessa cena, mas eu é raro vender cenas, ou crio uma cena para alguém que quer uma peça minha ou então... não sei, porque as minhas cenas eu não me desfaço delas. Tudo o que eu faço, faço com gosto, faço por amor, depois agarro-me às cenas, tipo... fazem parte de mim, são minhas... eu não vou vender uma cena minha...

SE: Sim, mas tu és criador de uma arte efêmera...

S: sim, mas se tu tentares ampliar isso ao máximo e guardares para ti o máximo de coisas que tu constróis, que tu fazes com carinho como teu e tu não o vendes nem por nada, tu é que estás a valorizar as tuas próprias cenas, então a partir daí se alguém quiser uma peça tua vai ter que te pagar muito bem.

SE: Tu controlas porque fazes num suporte que podes guardar mas se fizeres na rua...

S: Sim, a maior parte das cenas eu faço na rua, mas já me encomendaram trabalhos com base em trabalhos que eu fiz na rua, ainda hoje o pessoal vê os meus trabalhos e contactam-me para fazer trabalhos. Fui agora ao Japão à Trienal de Arquitetura de Aichi.

SE: Existe no mercado da arte um nicho de colecionadores de arte urbana?

S: Sim já, bastantes, porque o pessoal que é colecionador e compra arte tem sempre alguém que aconselha, mas isso é sempre uma aposta porque tu não sabes se o artista daqui a dez anos ainda está na arte urbana ou se já está tipo Paula Rego, a pintar quadros a óleo. Também há esse processo evolutivo nos próprios artistas. Eu se fosse comprador de arte e investia em arte, porque hoje em dia é mais seguro investir em arte do que em outra coisa qualquer, porque a arte valoriza e o resto desvaloriza. Tu comprares uma cena de um artista que tu não sabes se daqui a dez ou vinte anos ainda anda aí ou se já deixou de pintar, é bué complicado. Eu que também coleciono não compro, eu troco trabalhos, então vou colecionando assim também peças de artistas que de outra forma não ia conseguir trabalhos deles. Olha, agora no Japão fui fazer um trabalho e também não pedi dinheiro nenhum mas pagaram-me e se eu

fosse com aquela pretensão de ‘vou pintar num país estrangeiro, vou pedir dinheiro pelo trabalho’, se calhar tinha ficado em casa e é uma trienal de Arquitetura, convidaram um muralista e um artista de *graffiti*, no meio de setenta e cinco artistas internacionais. O único tipo que eles conhecem lá fora é tipo, Siza Vieira... e o Siza Vieira nunca foi convidado para uma Trienal de Arquitetura no Japão, se ele for para o ano ou daqui a três anos vão dizer-lhe ‘olha, já esteve cá um português que pinta *graffiti*’. Se eu fosse um *writer* daqueles que pinta telas para por à venda, de certeza que também não ia participar numa trienal de arquitetura, convidavam-me para ir expor numa galeria ou para ir vender quadros numa cena de arte contemporânea, mas jamais para participar numa Trienal. O meu patamar agora é outro, estou a pensar noutras cenas.

SE: De um modo geral, existe um perfil de comprador de arte urbana?

S: Isso é muito estranho. Eu no Porto, só para teres noção, há uns tempos atrás fui à Galeria Quadrado Azul fazer um *poster* dos The Black Panthers do Emory Douglas para a inauguração de uma exposição e depois ele convidou-me para um jantar onde iam estar só galeristas, compradores e pessoal das artes, chegámos ao jantar e era tudo pessoas super normais.

SE: Não existe um perfil?

S: Não.

SE: As galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal?

S: Não, não tem nada a ver, porque as galerias vivem da sensação e adoram isso, por exemplo, o BANKSY continua a vender imenso e as galerias a ganhar imenso dinheiro com o trabalho dele porque ele mantém a cena ilegal e tapa a cara, no dia em que ele aparecer e der a cara, perde o interesse. Por exemplo, eu se combinar com uma galeria fazer uma ação ilegal em Lisboa, os gajos registarem, filmarem e fizerem uma exposição à cerca daquilo, eles vão adorar porque ficam mais bem vistos.

SE: Sim, mas imagina, na nossa sociedade ainda há muito aquela cena das pessoas passarem e verem que a parede está pintada ou está com um *tag* e dizerem que é vandalismo, mas se passarem numa galeria de arte e virem a mesma obra exposta, já pensam ‘ok. Se calhar não é vandalismo’, se calhar já é mais qualquer coisa porque estão a atribuir-lhe um valor monetário, um valor artístico associado a um valor monetário...

S: então e se eu puser os quadros na galeria sem preço? Se eu não puser um valor nos quadros? Só para expor, não estão para venda... a única cena que eu estou a fazer é delimitar o espaço. Eu fiz uma exposição há pouco tempo em Lisboa no ME108, em Santos, e por acaso a brincar com isso tinha lá um caixilho vazio, encostei-o à parede e taguei na parede, fiz

um SLAP e depois pus lá uma cena a dizer ‘série limitada, vinte exemplares’, toda gente ficou a olhar para o quadro, era um tag na parede só tinha uma moldura por cima e uma dica que dizia ‘como estava a dizer qualquer coisa toda gente ia ler’. Toda gente percebeu que ninguém ia levar aquilo embora, nem ninguém ia conseguir um dos vinte, toda gente percebeu a comédia.

SE: É um bocado falta de instrução da sociedade?

S: Para mim para ser arte e para ser considerado arte, a peça em si tem que ter um valor, tem que ter uma história, não é só eu chegar a uma tela e pinta-la com umas cores e dizer que isto é arte porque é pintado com *spray*, isso para mim são técnicas. Tem que haver realidade nas artes e hoje em dia não há mercado das artes, há os compradores, há os que estão no meio do business que são os que estão a ganhar dinheiro com a cena e os artistas continuam naquela cena do *underground*, sempre a serem deixados para a última, se der para enganar o tipo, melhor, se der para não lhe pagar, melhor... ainda está assim, acredita. As únicas cenas que eu vi fora disso foram as experiências que eu tive nos últimos três anos de ir para fora e fazer cenas fora, na Bienal de Arte Contemporânea da Áustria, em Lyon porque eles também fazem uma bienal de dança e uma bienal de arte contemporânea, pinte uma carruagem de um comboio, pinte trinta e seis metros à volta do Museu de Arte Contemporânea, pagaram-me pelo trabalho mas não me pagaram pela peça de arte, pela obra em si. Quanto é que eu vou cobrar por uma cena de trinta e seis metros? Se um quadro assim deste tamanho pode valer milhões, não faz sentido. Então é assim, ‘querem que eu pinte uma cena, um *graff*, tipo ao vivo ou querem uma cena... então olhem dêem-me os materiais, dêem-me aquilo que acharem correcto pelo trabalho e eu pinto’.

SE: A nível de mercado de arte acho que é notório que está muito mais desenvolvido fora de Portugal, em vários países da Europa do que propriamente em Portugal e se calhar por isso é que tu dizes que o mercado da arte não existe, existe o criador, o artista, e existe o comprador. É isso?

S: Tem a ver com as pessoas também, tem a ver com aquilo que tu procuras e tem a ver ainda com o nosso nível cultural. Como eu te disse no início da entrevista ainda estamos a zero, zero, zero... isso reflecte-se, o nosso nível cultural é esse, ao lado do japonês, ao lado de um austríaco, ao lado de um belga ou de um alemão, nós em termos de cultura não percebemos nada, um gajo põe-se a falar de música nós dizemos ‘música? Espera lá, no meu país música... temos a Amália, temos os Xutos e Pontapés, temos o Marco Paulo, o Tony, temos a Mariza e xau’, estás a ver? Os tipos não, eles escreveram as primeiras cenas musicais, as primeiras grandes obras de música... se calhar em Portugal tens um Maestro conhecido que é

o que aparece na televisão, os outros Maestros nem conheces, nem sabes o nome deles, se calhar também são grandes compositores e se calhar também são reconhecidos lá fora. Portugal esquece, é o fado e o futebol e a praia. Nós estamos a ser mantidos, mas isso já é uma cena política... mas nós estamos a ser mantidos nesse nível cultural porque nós somos a parte da diversão da Europa, porque isto tem que acontecer. Esta parte sul da Europa tem que ser o paraíso do norte da Europa, nunca haverá um equilíbrio.

SE: Considera importante a existência de um agente que faça a ponte entre os artistas e o mercado e vice-versa?

S: Não. Isso é quase inútil. Eu já falei com o pessoal que tem uma empresa criada mesmo para isso e eu disse-lhes que o que fazia falta.

SE: Os da Plugged-in?

S: Sim, sim e eu disse que o que fazia falta era alguém que nos apoiasse a realizar projectos que nós temos e que não conseguimos pô-los em prática porque somos artistas não somos agentes e eles não querem fazer esse trabalho, eles querem é que apareçam pessoas que os contactem e digam ‘ah! Nós queremos pintar um quarto’, depois os artistas mandam um projecto, eles cobram uma comissão pelo trabalho e mandam o artista ir lá pintar. Isso era eu estar a dar o dinheiro do meu trabalho a alguém só porque esse alguém me arranjou me arranjou o contacto, isso é uma cena mesmo ridícula! O que é preciso é, imagina tu tens uma ideia, tens um projecto, é alguém que te faça isso... isso sim, esse alguém tem que ser pago, porque vai a reuniões, vai apresentar o teu projecto, vai...

SE: Um agente mas mais no sentido de angariar trabalho?

S: Não é angariar trabalho, é mais fazer a parte que tu não consegues para realizar os trabalhos e os projectos, precisas sempre de alguém que te faça essa cena e é muito complicado arranjar alguém que queira fazer ou que faça, a maior parte das pessoas dizem todas que sim, passas trabalhos, passas fotos, passas projectos e até hoje... nada, não fazem nada.

SE: Quais as suas principais influências?

S: Eu acho que sou criador e tenho bué influências tipo, gosto de tudo, estou sempre a par das cenas e há muitas coisas que me influenciam, tipo, tudo o que me surpreenda influencia-me, de uma certa forma.

Anexo H – Entrevista Vhils



Figura 23 "Angela Merkel", VHILS, Berlim.

Alexandre Farto aka Vhils, Lisboa. Artista. *Writer* das primeiras gerações do *graffiti* em Portugal. Intervém em contexto urbano com uma técnica única, que consiste na utilização de explosivos, martelo pneumático e picareta, entre outros materiais, com os quais cria rostos em baixo relevo nas paredes e em outros suportes (Figura 23). Não se conhece até à data registo de outros artistas a trabalhar com esta mesma técnica. Em 2010 lançou o projecto Underdogs, como referido anteriormente. Conta já com inúmeras exposições colectivas e, pelo menos, cinco exposições a solo. O seu percurso académico foi desenvolvido na Universidade de Artes em Londres, mais precisamente na Central Saint Martins: Byam Shaw Fine Art Skills and Practices.

Entrevista enviada por escrito dia 2 de Outubro de 2013.

www.alexandrefarto.com/

Sara Eugénio (SE): Em que momento é que o *graffiti* ou *street art* passaram a fazer parte da sua vida?

Vhils (V): Comecei a interessar-me pelo *graffiti* mais marginal por volta dos 10 anos de idade e iniciei-me mais a sério quando tinha 13. Durante alguns anos vivi obcecado com o *graffiti*, dedicado quase exclusivamente ao *bombing* em comboios. Não era um acto racional, vivia

para pintar, faltava às aulas, gastava o dinheiro todo em tinta, passava horas a estudar detalhadamente horários e turnos nos *yards*, onde se guardam as composições quando não estão em circulação, para poder pintar comboios. Mas o *graffiti* clássico funciona num círculo fechado, comunica apenas com os outros praticantes, e ao crescer senti vontade de alargar o modo como intervinha no espaço público para poder chegar a um público mais abrangente. Isso e vontade de fazer coisas diferentes, explorar outras linguagens, técnicas e ferramentas. Tomei consciência em termos concretos do poder e do impacto em termos sociais deste acto de criar ou deixar marca no espaço público. Coincidiu, ou talvez não, com o meu próprio crescimento e alargamento dos meus interesses, e por volta de 2003 comecei as primeiras experiências com o *stencil*, que me permitiu passar a fazer intervenções que eram mais acessíveis, ou seja que tinham um âmbito de comunicação mais além do círculo restrito do *graffiti*. Isto deu-se pela altura da grande explosão mundial do que, à falta de outra designação melhor, chamamos *street art*, pelo que o contacto com essas novas linguagens me influenciou. Mas não coincidiu com um abandono da prática de *graffiti*, ainda hoje o faço, mas deu origem a uma divisão que ainda hoje se mantém: uma prática com âmbito mais artístico e público que hoje desenvolvo profissionalmente, e uma prática mais marginal que faz parte da minha vida privada. Tirando o facto de que a minha experiência no *graffiti* deu-me a base onde ainda hoje se apoia o meu trabalho, não se sobrepõem.

SE: O que leva ao impulso da criação ilegal?

V: De um modo geral, talvez sobretudo a vontade de intervir no espaço urbano, a vontade ou necessidade de deixar uma marca, de mostrar, de nos validarmos perante a vida e o espaço que nos rodeia. Mas creio que em muitos casos este impulso não tenha uma razão fundamentada. Há muitos motivos pelos quais as pessoas intervêm no espaço público, nem todas se devem a razões políticas ou artísticas que são talvez as mais generalizadas. Devem existir tantas razões quanto indivíduos que as praticam. Geralmente dá-se nas camadas mais jovens, atraídas também pelas suas dimensões de transgressão, risco, aventura no meio urbano etc. Talvez a essência resida no carácter transgressor do acto, que expressa um questionar da autoridade, um testar do alargamento dos limites que nos são impostos, o que a meu ver é saudável em qualquer sociedade uma vez que são actos desta natureza que alargam essas barreiras. É preciso ter também em conta a natureza do espaço urbano: este fenómeno não nasceu do nada, é produto do espaço das cidades onde vivemos que são fundamentalmente espaços artificiais, muito anónimos e cinzentos e onde o cidadão comum não tem muito a dizer na sua criação e gestão. Este ambiente anónimo também gera o impulso anónimo de escrever ou pintar nas paredes, acto que de uma certa forma e em certos círculos vai reduzir o

anonimato do autor, vai validá-lo e destacá-lo no meio do formigueiro onde vive. A principal motivação para a emergência do fenómeno do *graffiti* nos Estados Unidos foi precisamente a vontade de “fama” por parte de jovens desprovidos de validação social. Para além disso, o espaço urbano é um espaço de liberdade de expressão total, onde não há intermediários e se pode comunicar o que se quer sem restrições. É um espaço onde não é preciso influência ou contactos ou agentes para se expor, para divulgar ideias, trabalho visual, seja o que for. Continua a ser o único espaço físico que é completamente aberto e realmente livre nas nossas sociedades.

SE: Quais as principais etapas que o levaram às suas criações atuais?

V: De forma resumida, comecei pelo *graffiti* clássico na sua vertente mais ilegal – *bombing* na rua e, sobretudo, comboios; fiz parte e ainda faço de várias *crews* de *graffiti*; por volta de 2003 comecei a trabalhar com outras técnicas e ferramentas para intervir na rua e iniciei-me no *stencil*, que me permitiu desenvolver trabalhos muito diferentes do que fazia até então; nos anos seguintes fui experimentando com muitos suportes e ferramentas e fui registando os resultados, com base sobretudo em ferramentas destrutivas que usava no *graffiti* (ácido decapante para escrever em superfícies de vidro, alcatrão para juntar à tinta de modo a torná-la irremovível, acetona para queimar superfícies, etc.) com a ideia de desenvolver trabalho criativo que seguisse uma linha destrutiva; em 2004 comecei a expor e organizar pequenas exposições com outros artistas do mesmo *background*, e em 2005 abrimos a VSP – Visual Street Performance, uma exposição colectiva anual com outros membros da LEG *crew*, que se realizou até 2010, onde o objectivo era expor trabalho mais artístico; em 2006 fui convidado a trabalhar com a Vera Cortês Agência de Arte em Lisboa, onde comecei por participar em várias exposições individuais com outros artistas da galeria, e através da qual produzi a minha primeira exposição a sério no mesmo ano (*Building 3 Steps*) em colaboração com o arquitecto Miguel Maurício, e onde abri a primeira exposição individual em 2008. Em 2006/2007 andei a desenvolver muita experimentação, comecei as séries de cartazes arrancados da rua posteriormente trabalhados a corte através de uma técnica de *stencil* usada em reverso (criando composições através da remoção de camadas em vez da sua adição) e, com base nisto, apresentei no final de 2007 na VSP pela primeira vez uma peça escavada na parede, uma técnica que tem servido de base para a série “*Scratching the Surface*”, e que apresentei ao resto do mundo em Londres no ano seguinte onde estava a estudar e trabalhar; desde então tenho estado a desenvolver trabalho com base nesta linha em vários tipos de suportes, que têm dado origem a outras experimentações e pesquisa que me têm levado a novas técnicas e meios, como os explosivos mas também as modelações em esferovite e cortiça, etc.

SE: Na sua opinião, que critérios podem definir que obras devem ou não ser preservadas?

V: Se estamos a falar de arte ilegal na rua, não creio que devam existir critérios porque não acredito na preservação de obras que foram feitas sem esse objectivo. A arte selvagem de rua é precisamente isso: selvagem. Valida-se a si própria e está condicionada a essa natureza, não tem objectivos de preservação. Neste momento temos cerca de três vertentes daquilo que designamos por arte urbana: intervenções selvagens na rua; intervenções na rua comissariadas (que, para todos os efeitos, nos aproximam do conceito de arte pública); e os trabalhos de artistas que intervêm na rua ou têm um *background* de rua que são expostos em outros ambientes interiores como galerias. Acho que para quem intervém na rua, apenas o que é feito na rua é “*street art*” (seja ilegal ou legal), o resto é trabalho artístico, ou arte por parte de artistas que vêm deste *background* e que bebem nessa linguagem. Seja o que for. No que toca ao que é feito na rua, de forma selvagem (peças comissariadas já têm outra natureza), há já critérios informais que ditam o que deve ou não ser respeitado entre a comunidade, o que em parte pode ditar a sua longevidade. Mas esta é sempre relativa. Todos têm consciência de que uma peça, seja ela o que for, pode desaparecer ou ser adulterada de um dia para o outro. Todos aprendem a viver com isso, faz parte da natureza do jogo. Ou seja, por um lado há já uma interiorização junto daqueles que intervêm na rua de que estas intervenções são efémeras, de que irão desaparecer, e por outro há já também uma figura informal de respeito por determinadas peças e autores que têm peso que serão poupadas pelos restantes participantes por um maior período de tempo – mas também elas eventualmente desaparecerão. Mexer nisto é mexer na natureza do fenómeno. Extrair peças da rua para as vender em leilão é uma aberração, mas querer preservá-las é também duvidoso. Como tal, não me parece ser necessário juntar um grupo de especialistas ou esclarecidos que vai decidir o que é válido de ser preservado ou não na rua tal como acontece nas galerias, e é essa a vitalidade e força do que está na rua – o facto de não existir uma curadoria que escolhe uns em detrimento de outros. É arte anárquica e efémera. Já no espaço interior existe um controlo, e é isso que marca a identidade do espaço expositivo. A partir do momento em que se tentar institucionalizar e controlar o que tem validade ou não está-se a desvirtuar por completo o aspecto livre, anárquico, único e espontâneo daquilo que está na rua.

SE: Que aspectos considera justificativos para a existência de um menor número de raparigas a realizar arte urbana?

V: Se estivermos atentos não são assim tão poucas raparigas e mulheres a trabalhar nesta área. Algumas são bastante consagradas até e pela qualidade do seu trabalho, não por serem mulheres. Acho que deve haver muito pouca gente neste meio que aprecia o valor ou

qualidade seja de que trabalho for com base nessa discriminação. Acho que o trabalho é apreciado independentemente do género do seu autor.

No *graffiti* clássico a participação de raparigas sempre foi mais minoritária mas sempre tiveram presentes, algumas participaram inclusivamente na sua génese em Nova Iorque, como a BARBARA 62 e a EVA 62. Este não é fundamentalmente um meio restritivo ou discriminatório com base no género, mas creio que o *graffiti* clássico sempre atraiu menos raparigas devido à sua natureza de confronto e uma certa dimensão de violência que sempre se lhe encontrou associada – é um meio que reflecte o mundo que lhe deu origem e, como tal, talvez elas próprias se sintam (de forma consciente ou inconsciente) menos atraídas para uma forma de expressão que assenta em posturas e actos agressivos e a sua dimensão de competitividade. O *graffiti* é um meio onde a competitividade pode ser feroz, sobretudo onde há pouco espaço. Aquilo que veio a ser designado como *street art* tem uma postura muito mais participativa, criativa e menos competitiva, e talvez por isso atraia mais mulheres (mas também homens) menos dadas a esta agressividade e competitividade. Mas nem o *graffiti* nem a *street art* são meios discriminatórios em si. Em Lisboa, por exemplo, sempre houve raparigas a pintar *graffiti* desde que este emergiu. Há inclusive uma *crew* só de raparigas – a OGA. Se não há mais é talvez simplesmente por falta de interesse, uma vez que a participação nestes meios é essencialmente livre, anónima e sem sujeições.

SE: Na sua opinião, em que é que a arte urbana traz valor à cidade?

V: Em vários pontos. Só para enumerar alguns, primeiro em termos de oferta cultural, uma vez que artistas que intervenham no espaço urbano de uma determinada cidade, sobretudo no caso dos consagrados que já têm seguidores, podem contribuir para aumentar a oferta cultural da mesma, atraindo mais visitantes. Isto já acontece em vários locais à volta do mundo. No caso de Lisboa gerou-se muito interesse cultural com o projecto CRONO, por exemplo.

Em segundo lugar, a participação no espaço urbano fomenta a liberdade de expressão numa cidade – não estando sujeita a nenhuma restrição, a comunicação na rua é absolutamente livre, reflectindo o lado mais libertário e activista da sociedade; em termos contestatários isto é bem visível em situações de crise (como quando Portugal recebeu o resgate financeiro da Troika que levou a uma nova proliferação de murais políticos e intervenções no espaço público, com muitos artistas de *graffiti* a adoptar uma postura política quase inédita) espelhando bem a realidade da situação social, económica e política do país.

Em terceiro lugar temos a dimensão económica, uma vez que com o aumento da oferta cultural e com a revitalização de áreas delapidadas ou deprimidas da cidade, podem-se estabelecer pontos de interesse onde anteriormente não os havia, criando oportunidades para

atrair investimento – mais turismo, mais movida cultural, procura pelo espaço. Há vários estudos sobre o impacto que alguns destes programas de renovação e embelezamento do espaço urbano através da arte (e festivais de arte urbana), que demonstram este facto.

O quarto ponto diz respeito à capacidade que este tipo de intervenções tem para chamar a atenção para determinadas questões de urbanismo, especulação, gestão do espaço público, etc. No projecto CRONO, por exemplo, um dos objectivos foi precisamente o de convidar artistas de renome a intervirem em fachadas de edifícios entaipados numa zona nobre de Lisboa, de modo a também levantar a discussão em torno da problemática dos espaços abandonados por motivos especulatórios. Edifícios que já estavam fechados há anos e que já não diziam nada aos cidadãos voltaram a ser alvo de atenção e de discussão. Estes temas foram discutidos calorosamente na imprensa e outros meios por especialistas que debateram a questão da legitimidade de intervir sobre património arquitectónico e a legitimidade de ter zonas nobres da cidade desocupadas. Este poder de meter as pessoas a falar sobre a necessidade de conservar o património arquitectónico da cidade e o desperdício do seu abandono numa zona nobre, veio precisamente das intervenções.

SE: Enquanto artista urbano, como encara os espaços cedidos para a criação artística?

V: É sempre positivo ver as instituições e autoridades investirem na criação artística. Neste caso específico acho as iniciativas válidas para quem quer usufruir delas, desde que o seu acesso seja gerido de forma aberta e democrática. O trabalho da GAU em Lisboa é um exemplo válido e que tem demonstrado bons exemplos. Mostra um novo lado do uso do espaço público e de interacção com as pessoas que querem fazer coisas pela cidade. O que havia até há pouco era uma série de artistas que andavam a pintar pela cidade mas que não tinham apoio institucional ou que não eram vistos como potenciais activos da cidade. Hoje já se começa a capitalizar esta energia e criatividade, colocando-os ao serviço da sua cidade. Estes espaços permitem não só a realização de peças desenvolvidas com mais tranquilidade e à partida mais directamente dirigidas à população, mas também acabam por fornecer um ponto de apoio aos artistas que querem ter espaços para desenvolver trabalho. Por outro lado, a existência de espaços legítimos de intervenção não vem afectar em nada a dimensão ilegal e espontânea das intervenções na cidade. Há artistas que querem continuar a desenvolver o seu trabalho e as suas intervenções sem sujeições. Isso faz parte da natureza selvagem do fenómeno e é precisamente aí que reside a sua força. A arte em espaços designados deixa de ser selvagem e passa a ser de gestão pública. Eu sou a favor da coexistência de ambos.

SE: Que razão leva os artistas urbanos que criam com o intuito de ver as suas obras expostas na rua a produzir obras destinadas a espaços confinados?

V: Creio que, essencialmente, duas motivações: um modo de desenvolver trabalho que lhes garanta um sustento, uma vez que a intervenção na rua é livre e gratuita; e o alargamento do âmbito da sua comunicação, ou seja, acesso a outro tipo de público e uma valorização mais directa e institucional da sua obra.

SE: A arte urbana perde a sua essência quando expostas em espaços expositivos?

V: A arte urbana é arte que tem presença no espaço urbano, no exterior. Em espaços expositivos será arte de outro tipo. O que há é artistas que vêm de um *background* da rua e que também expõem o seu trabalho em galerias ou outros espaços expositivos. Nesse sentido, há artistas cujo trabalho tem uma determinada força nas ruas e perde quando é transposto para ambientes fechados, e há artistas cujo trabalho consegue adaptar-se bem aos dois tipos de espaço.

SE: O que deve ser considerado arte urbana?

V: Acho que as pessoas que intervêm tanto no espaço urbano como em galerias sabem distinguir muito bem as diferenças que existem entre ambos e que os demarcam um do outro. Arte urbana é o que se faz no espaço urbano, fora de portas, seja ela mais ou menos legítima.

SE: Que limites separam a arte urbana da arte pública?

V: Essa é precisamente uma das discussões mais interessantes que surgiu ligada a esta área nos últimos anos, mas ainda não se chegou a nenhuma conclusão definitiva. A designação arte pública abarca as várias formas de intervenção visual no espaço público legitimadas pelas entidades que gerem o mesmo. A arte urbana surge como uma designação capaz de abarcar várias formas de expressão visual não sancionadas no espaço público. O que é interessante é que, sobretudo na última década com a proliferação de programas de arte urbana e festivais de arte urbana, tem havido uma crescente legitimação de intervenções de autores que vêm desse lado ilegal. Como tal, as barreiras entre um e outro tornaram-se menos nítidas. Resta-nos aguardar e ver como as coisas se desenvolvem.

SE: A arte urbana deve ser comercializável?

V: Se tivermos por arte urbana a arte que é feita no espaço urbano, nas suas estruturas fixas, só poderá ser comercializável se for retirada do mesmo. A arte urbana não nasceu com o propósito de ser comercializável, não é essa a sua natureza. O que há é artistas que ganham a sua vida através do trabalho que fazem para galerias etc. São fundamentalmente dois meios que por vezes ganham sobreposição através do mesmo criador, mas na sua essência seguem funções e propósitos diferentes.

SE: Que impacto provoca a arte urbana na sociedade?

V: Depende do intuito da obra ou do objectivo do seu autor.

SE: Na sua opinião, tendo em conta a atualidade, qual o grau de aceitação do *graffiti* e da *street art* enquanto obra de arte?

V: Em termos de alta cultura, ambos (mas sobretudo o *graffiti*) têm sido largamente ignorados enquanto correntes artísticas válidas. Esta é uma discussão que tem entretido os especialistas há algumas décadas. Eu não faço essa distinção: arte é arte, seja onde for realizada. A designação arte tem inclusivamente hoje várias conotações nas quais eu pessoalmente não me revejo e até as entendo como depreciativas, mas prefiro deixar esta discussão e a devida catalogação aos especialistas.

SE: Acha que podia existir mais investimento na educação/formação da sociedade no que diz respeito à arte urbana?

V: Não. Acho que, tal como a sociedade em que vivemos tudo vive da oferta e da procura isso seria artificial. A arte urbana deve estar tão presente no sistema educativo quanto qualquer outro tipo de arte, não é preciso descriminá-la positivamente. Deve ser aceite e enquadrada dentro do panorama geral da história da arte, mas não deverá ser privilegiada. Os académicos podem estudá-la à parte, mas o público não precisa de estudos para a apreciar nas ruas da sua cidade.

SE: De que forma se explica a arte urbana às novas gerações?

V: Talvez não seja necessário explicá-la, nem às novas, nem às velhas gerações. Existe uma tendência grande hoje em dia que diz que tudo tem de ser explicado e devidamente formatado e enquadrado. Temos horror ao que foge a este controlo. Eu creio que grande parte do charme das intervenções selvagens reside no facto do que não precisam de explicação, não precisam de enquadramento, nem de especialistas – são válidas em si e por si. A arte que se vende nas galerias como mercadoria talvez precise dessas explicações porque se afastou em demasia do dia-a-dia do cidadão comum; a maior parte do que se faz na rua é muito mais imediato e intuitivo. A arte urbana não se explica, usufrui-se.

SE: Como é que o Design se relaciona com a *street art*?

V: A pergunta é complexa e merece um desenvolvimento mais profundo do que aquele que lhe consigo dar. Mas de uma forma geral todas estas formas de expressão gráfica e visual têm uma relação de influência recíproca com as disciplinas técnicas gráficas – do Design gráfico à tipografia, caligrafia, ilustração, etc. Sendo formas de comunicação visual partilham muitas características. Isso é visível no modo como os primeiros *writers* de *graffiti* nos EUA começaram a desenvolver os seus estilos caligráficos pessoais com base naquilo que os rodeava: *letterings* usados em publicidade, em placas comerciais, identidades corporativas, na banda-desenhada, etc. Por sua vez, mais tarde, os seus estilos vieram influenciar novas

correntes nestas áreas técnicas gráficas por duas vias: por um lado muitos *writers* de *graffiti* tornaram-se profissionais nas mesmas e trouxeram as suas linguagens visuais para o *mainstream*; por outro lado, devido à popularidade que o *graffiti* e o pós-*graffiti* obtiveram na última década tem havido um aproveitamento das suas linguagens com a finalidade de capitalizar estas correntes para fins publicitários para atingir um *target* jovem e urbano. Curiosamente também o uso de certos locais e suportes no espaço urbano por *writers* influenciou muito o uso publicitário do mesmo, basta dar o exemplo da publicidade nos comboios urbanos, que surgiu apenas depois da emergência do *graffiti*.

SE: Existe em cada intervenção de arte urbana um objetivo, uma mensagem, um propósito que nem sempre é perceptível à primeira vista?

V: Depende da intenção do autor, não se pode generalizar apesar de que o acto de intervir na rua de forma ilegal seja, em si mesmo, um acto reivindicativo. Mas quanto ao conteúdo que visa expressar, há trabalhos que têm uma carga política, outros que têm uma carga exclusivamente expressiva e outros ainda que não expressam rigorosamente nada além da sua existência.

SE: Têm surgido na arte urbana novas variantes de intervenção, para além do *tag* e do *graffiti*. De que forma vê esta evolução?

V: Têm surgido muitas ao longo das últimas décadas. Mas atenção, porque o *tag* é uma componente do *graffiti* – o *tag* é, aliás, a base do que chamamos *graffiti* clássico que teve origem nos Estados Unidos (nomeadamente nas cidades de Filadélfia e Nova Iorque). O que designamos hoje como *street art* é essencialmente uma amálgama de técnicas e estilos que saíram das escolas artísticas e gráficas e adoptaram o formato do *graffiti* na ocupação do espaço público. Qualquer tipo de inovação e desenvolvimento em termos de técnicas, suportes, ferramentas, estilos etc., é para mim sempre interessante desde que funcione, independentemente dos seus resultados. Nada neste mundo é estático.

SE: Quais as principais transformações que a arte urbana sofreu até chegar ao estado em que a conhecemos atualmente?

V: A pergunta merece uma resposta exaustiva que não consigo dar. Sugeriria uma leitura atenta daquilo que já foi publicado sobre o assunto. Há inúmeros livros; recomendo a nível global: “Getting Up – Subway Graffiti in New York” de Craig Castleman (Massachusetts Institute of Technology Press 1982) para o *graffiti* americano;

“In Situ – Un Panorama de l'Art Urbain de 1975 à Nos Jours” de Stéphanie Lemoine e Julien Terral (Éditions Alternatives, Paris 2005), para a arte urbana europeia e a fusão entre *graffiti* e novas tendências no final da década de 1990 início de 2000;

Sobre o panorama do *graffiti* e da arte urbana em Portugal sugeria a leitura da introdução do livro “Underdogs” (ISBN 2200015717674 – disponível em: www.under-dogs.net); ou consultável na Biblioteca Nacional) que faz um levantamento das suas origens em Lisboa e no Porto.

SE: No que diz respeito à arte urbana, o mercado da arte tem-se demonstrado mais receptivo a artistas emergentes ou é ainda uma excepção para artistas de renome?

V: Em termos de mercado mundial há ainda algum preconceito em relação a este tipo de arte, há ainda certos sectores que não o vêem como uma arte válida. Mas tem havido de facto uma grande procura para certos nomes consagrados como o BANKSY, parece ser uma tendência em crescimento mas gradual. Esta aceitação tem muito a ver com questões geracionais – da relação que a geração que detém o poder de compra estabelece com a oferta que existe. A validação que existe desta arte vem sobretudo da geração que agora começa a ter poder de compra e que cresceu com a sua presença, daí a sua maior aceitação e procura. A arte urbana é para todos os efeitos, a arte desta geração. Por outro lado, o mercado da arte funciona precisamente com base na lógica do mercado, ou seja, valida aquilo pelo qual há procura, e por isso mesmo promove aqueles artistas que são consagrados – aqueles que à partida já são capitalizáveis. O mercado não funciona com base em artistas desconhecidos que (ainda) não são vendíveis. É preciso estabelecer uma diferenciação entre arte considerada válida em termos historiográficos e arte vendível enquanto mercadoria. Por vezes estas duas categorias coincidem, mas não é sempre assim.

SE: Considera que o mercado da arte já abriu definitivamente as suas portas à arte urbana?

V: Acho que depende. Os mercados da arte são muitas vezes mercados locais. Gradualmente parecem estar a abrir-se sob influência dos mercados principais onde existe de facto uma tendência recente para a abertura à arte urbana com coleccionadores a investir nesta área, mas em Portugal por exemplo a abertura tem sido mínima, quase inexistente. São muito poucos os casos de aceitação em galerias comerciais ou meios mais institucionais neste país.

SE: Existe no mercado da arte um nicho de coleccionadores de arte urbana?

V: Acho que existe, mas encontra-se dividido essencialmente em dois grupos: um formado pelos grandes coleccionadores que agora despertam para a crescente procura destas mercadorias e querem investir num produto que poderá tornar-se rentável ou ainda aqueles que começaram a coleccionar na década de 1980 após a explosão mundial do *graffiti* e vêem agora esta nova procura como um reforço para os seus investimentos anteriores; e outro dos pequenos coleccionadores e entusiastas talvez com menos poder de compra mas que têm um interesse genuíno em comprar peças de artistas que lhes dizem algo e que reflectem os seus

gostos. De forma geral é este último grupo que compra as serigrafias e outros produtos mais acessíveis, ou seja é composto essencialmente por admiradores e seguidores destes artistas que estão a começar a coleccionar e que poderão talvez mais tarde ter mais meios para investir de forma mais substancial.

SE: De um modo geral, existe um perfil de comprador de arte urbana?

V: Ver resposta anterior.

SE: As galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal?

V: Não necessariamente. Talvez seja preciso separar as águas aqui e estabelecer uma diferenciação entre aquilo que é feito na rua e aquilo que é feito para a galeria, apesar de ser produzido pelos mesmos artistas e de até, em alguns casos, obedecer ao mesmo propósito. Muitos destes artistas que expõem o seu trabalho em espaços tradicionais não deixam de lado práticas de intervenção ilegal apenas porque agora estão também inseridos num contexto que segue outra lógica. O vandalismo é parte integral deste fenómeno, é a essência do acto de intervir na rua sem autorização – ou seja, mesmo quando a intervenção não é em si materialmente destrutiva, segue a prática vandalizante de ocupação do espaço de forma ilegal. Muitos artistas continuam aliás a recorrer a esta linguagem nos seus trabalhos de galeria. Faz parte do universo de onde vêm e, em certa medida, é um dos factores que os valida aos olhos da comunidade de praticantes.

SE: Considera que o agenciamento de artistas urbanos pode provocar um aumento na oferta/procura no mercado da arte? Uma vez que trará mais artistas, desconhecidos e emergentes.

V: Sim, é a lei básica do mercado em que vivemos hoje em dia, e pode ser aplicável de forma geral a todo o tipo de expressão artística que seja mercantilizável. Quanto maior for a promoção e divulgação, maior o interesse, maior a procura.

SE: Considera importante a existência de um agente que faça a ponte entre os artistas e o mercado e vice-versa?

V: Acho que dependerá do indivíduo. Há artistas nesta área que são totalmente independentes e saem fora do circuito e não vêem a necessidade de ter um agente. Uma das características únicas da arte urbana é o seu livre acesso, uma vez que permite a qualquer pessoa expor e divulgar o seu trabalho na rua sem precisar de agentes intermediários, sejam eles quais forem. No mercado da arte é obviamente útil trabalhar com agentes na medida em que liberta o artista desses encargos e permitem-no concentrar na produção e criação. Mas há muitos artistas neste meio que são independentes, que gerem eles próprios o seu trabalho.

SE: Quais as suas principais influências?

V: Tudo me influencia, tudo o que absorvo de forma consciente e inconsciente. Não costumo fazer distinções nem hierarquizações.

Anexo I – Entrevista Michael DaCosta Babb

Michael DaCosta Babb, ligado às indústrias criativas. Consultor de gestão, especialista em estratégia de marketing. Desenvolveu projectos de investigação sobre empreendedorismo e gestão de arte criativas para a Universidade das Artes, em Londres. Em Portugal ocupou cargos em como: presidente da Etic & Ipa, chefe executivo da ADDICT e consultor de marketing na Ordem dos Advogados, vice-director da Induscria (Agência para as Indústrias Criativas de Lisboa). Participou como co-responsável na conferência “World Creative Form” em 2003 e co-promotor da primeira edição da conferência anual “UK National Public Art”. Michael Babb é membro fundador do “Arts and Business Advisory Council for London”. Integra o conselho editorial do jornal “Arts and Architecture” e pertence ao conselho de administração da IXIA – UK Public Art Think Tank. É um dos fundadores da Transforma Think Tank, uma organização de apoio à cultura sediada em Torres Vedras. Actualmente é conferencista no Mestrado de Gestão de Indústrias Criativas, na Universidade Católica do Porto.

Entrevista realizada via Skype dia 4 de Junho de 2013.

Sara Eugénio (SE): What should be considered urban art?

Michael DaCosta Babb (MB): For me that’s any kind of Creative expression that’s out there in the public realm, commissioned or non commissioned it doesn’t matter.

(SE): What boundaries separate urban art from public art?

(MB): I think it’s probably to do with the non commissioning and commissioning. Public art normally is commissioned and urban art, street art can be commissioned but can also be non commissioned.

(SE): Every time we pay for a work of art in the streets it should be considered public art?

(MB): it could be but it could also be street art, this is where I see the difference between the two. For me public art is the one that’s commissioned, but it’s fluid anyway, the definition is fluid. Basically it’s art that’s out there or creativity that’s out there.

(SE): How urban art should be explained to the new generations?

(MB): To the new generations... I guess it’s about playing. I don’t know if you remember the project “Urban Play”, the one curated by Scott Burnham. I think, from my perspective urban art is about playing in the public realm.

(SE): Do you think that there could be more investment in the education/formation of society about urban art?

(MB): Yeah, I think so, definitely. All the way from... from primary school, all the way through education, I think it has a cultural value and one that isn't always communicated in education.

(SE): What is the impact that urban art causes in society?

(MB): For me, I consider it something related to well being, I think it... it's... it makes you feel better. It's something the cultural sector takes for granted but it has a positive effect in people's well being, on their health.

(SE): When you walk in the streets and you saw something in the wall...

(MB): Yes, exactly. But it also could be, sorry, could be an intervention, it could be a performance, it could be theatre, street theatre... and I think those... the idea of intervention also is there as well.

(SE): Sorry, but you were talking about performance...

(MB): Yeah, imagine someone like... (audio não é perceptível) and think of their work intervening with lasers, the work itself which is the tagging of the building with the laser but there's the whole ritual of gathering people in the street, it almost becomes a form of, a kind of performance, a kind of intervention.

(SE): In your opinion, taking in account the actual state, which is the degree of acceptance of graffiti and street art as work of art?

(MB): That depends, I mean depends on your context. I mean there's been a lot of coverage recently about BANKSY and the value of his works and so in the UK and maybe in the US, there's an easier acceptance or there's more of a heritage related to graffiti and street art. And so there's a market, so it's accepted... but if you talk to certain political people, city halls, sometimes they have a zero tolerance to street art. So it really depends where you are, where you're living.

That question is...

(SE): I don't know... It's very difficult to respond to this question because it has to be with the opinion of each other, right? I don't know if you saw what is happening in Porto? Rui Rio's...

(MB): Oh yeah, the zero tolerance... Yes, yeah, yeah, yeah... (audio não é perceptível) it's kind of crazy but you know, you have to remember he is an economist, he doesn't understand creativity and culture.

(SE): I think that this thing that we should or not consider a work of art just because is in a wall or is illegal, is very problematic here...

(MB): Yeah... and there's always the... when you mix culture and politics is not always a good result.

(SE): How do Design relates with street art?

(MB): Yes, this is interesting. There's a group, we probably came across them in Poland, called "The Truth Tag", they're architects that intervene in 3D. Ok? So, for me there's no boundaries, it's all about creativity, it's all about interventions in public realm. It could be any creative business, it could be an architect, could be a designer, could be an artist, it could be someone doing video, someone doing audiovisual, someone doing digital, it doesn't matter, it's an intervention of the public realm and I like the idea of encouraging connection between the disciplines.

(SE): So it has to be creative...

(MB): Yeah, that's the key.

(SE): How street art is seen by the creative industries?

(MB): Yeah, I think it's probably the other way around, it's how can urban artists somehow include their activities within the creative industries. How is that possible? Ok? So, you've got people customizing trainers, ok? Making money from that and that means that they're included in the creative industries. So you have the guy in (audio não é perceptível)... an incubator, (audio não é perceptível) I think his name is, the guy that customizes Reeboks. So that's creative industries straight away. He's making money through its creativity. He, somehow, has an intellectual property related to it and he's generating wealth through his talent. Ok, so, I think it's definitely possible for street art to be included within the creative industry. You look at the work of the artists related to advertising, for example, there's a lot of street artists related to advertising and event production. For me it's quiet straight forward to include street art in the creative industries. The problem is sometimes, if there is resistance from the street art community and the idea of people selling out, which I think is incorrect, but sometimes the opinion of the of the community is that if you do commercial work then you're somehow affecting the integrity of the work. But I don't see it that way. I see it as always a balance between creativity and commerciality, always.

(SE): Do you think that street art loses its essence when exposed in expositive spaces like galleries, museums?

(MB): No, I don't think so. You know, you have people like Basquiat in the past, kind of a big graffiti influenced on their work. No I don't think so these days, I think it's different, I don't think that loses anything, it's just different.

(SE): it's just because you stopped creating in the walls and you started creating in a canvas, so maybe the essence is not the same?

(MB): Yes, I think, again, it depends on the artist, depends on where they're coming from. But from my perspective the physical, the political space of a gallery, that's not a problem. But if the inspiration of the artist comes from the street and they feel more comfortable in the public realm, then that's a different thing. But if the artist is able to move between the street and the very heavily charged political spaces as the gallery space, I think... I find the contrast interesting; I think it's quiet stimulating playing the codes.

(SE): What makes street artists who make art so their work can be exposed out in the streets, to create pieces that are destined to be shown in restricted places?

(MB): I think that's about money, isn't it? It's about they want to make money from what they do.

(SE): Just about the money?

(MB): Yeah, yeah... yes. Sometimes it's about furthering the work or taking the work to a different place, but I think the lot of that has to do with making money... and that's fine, there's no problem with that.

(SE): Do you think that galleries do help the street art so it can free themselves of the stigma of vandalism and illegal?

(MB): Yes, they do, but the main thing that does is... kind of media or public relations, ok? The role of journalists and maybe the role of social networks as well... again leading to education as well. So they're all intertwined. But the more positive media covers there is, the more acceptant they will be.

(SE): Do you think that street art should be commercialized?

(MB): Commercializable, yeah... commercialized. Yeah, I think like any art form it can be. It treats alongside all the other art forms and that's fine. Yeah, of course it can be commercialized. From my perspective but I'm not a creative practitioner, ok? I'm a boring marketing guy. Street artists they would say no and I would appreciate their stand, their opinion and accept it.

(SE): Do you consider that art market has finally opened its doors to street art?

(MB): Yeah, yeah definitely. I mean, the art market is slow, you know? They have problems with video art, still. Some of them still have problems with photography. It's a slow market

but I think there's no way things will be... will regress. I don't think people will stop collecting BANKSY, for example, SPACE INVADER... (audio não é perceptível).

(SE): Do you think that the art market has proved to be more receptive to emerging artists or famous artists still?

(MB): I think it depends again where you are, doesn't it? There's always your context and there's always a cultural context, you know? In the UK, ten years ago, maybe no one, not many people have heard of BANKSY. Only a few kind of people have heard of BANKSY. I remember, a magazine called Street Nation, organized an exhibition of BANKSY, of Jamie Hewlett, the guy of the Tank Girl, who I used to work with and the guys from Massive Attack.... can't remember his name... Massive D... Anyway. So groups have both died when art is a fail and people could not really really good pricing all the work including BANKSY and that was ten years ago in UK. And now BANKSY is selling hundreds of thousands. Portugal, we got some really good names coming through: VHILS and Miguel Januário, MAISMENOS. Those kind of names are coming through. Obviously we got across the Atlantic OS GÊMEOS and all kind of artists as well. So, yeah, each market moves at his own pace.

(SE): In art market, there is a niche of collectors of street art?

(MB): I don't know if you could call it a niche yet, but I think the important thing here from your question, which is interesting, is that maybe there needs to be a mapping done, and the mapping should be done by the secretary of state for culture, he should investigate this. In the same way that he should map all of the creative industry because we need a definition, a mapping, a new one, not an old one, a new mapping, and when he does the mapping, when he finally does it, he should include street art as one of the sections to investigate.

(SE): There is a buyer profile of street art?

(MB): No, I don't think so. I don't think there's a typical profile for the buyers, I mean, there could be a link, an emotional connection to some people or to some people it's just about business, it's just about selling/buying, but that's the same for all of the art market. I don't think there's a particular profile just for street art collectors... or buyers.

(SE): Do you consider important to have an agent to make the connection between the artist and the market?

(MB): Yes, in the same way of all artists. Yes, sometimes they help. Sometimes artists are happy selling direct, ok? But some artists are not very good at it, they are not very good at selling and so they need to have something in between, and I think the more agents that you have the healthier the market, because it somehow creates a dynamic in the market and bigger

the importance of the sector the more agents there are and bigger name agents there are involved. So it helps, it's a self-perpetuating cycle.

(SE): Do you think that the agency of street artists could increase the supply/demand on the art market?

(MB): The artist has to be producing interesting work and then yeah, there has to be demand for it. The way that it works in terms of the market, generally in terms of the unknown talent coming through, sometimes it's just luck, you know? And sometimes it's just the gallery owner taking a risk and deciding 'oh, ok! I'm gonna show this guy' or he comes from self organization, the artist saying 'ok! We know how to sell, we can do it ourselves!'. The example I mentioned earlier, Street Nation, there is a magazine, a magazine... the little bit like Vice Magazine, I guess, it's not going anymore, but they decided that they would be the agents for these artists and there's a gallery called Lazarides Gallery in London, that still represents BANKSY and some other people, and Lazarides, he started the Street Nation Magazine. So, that's... for me is an interesting new business model, the idea of media intervening and becoming an agent.

(SE): I was talking to you about... the difference between Lisbon and Porto. I don't know if you know or if you have information about it...

(MB): Yeah, kind of, I know that the mayor here is more open, António Costa leaves spaces open in the public realm, he understands that lots of the empty buildings are ugly and so, he sees them as a canvas in a way when he votes. In Porto it's completely different, even if people are more creative in the North there's more repression culturally, they're more conservative. Sometimes when you have a more conservative context it means the work is better and that's why I think people like Miguel Januário (MAISMENOS), their work, somehow, is pushed to be better by difficult contexts in which they're work in. You have to struggle more, you have to fight more but it's interesting the differences.

(SE): The main changes that street art suffered to reach the state in which we know it today?

(MB): I think it's the change from the negative to positive, isn't it? In the past it's always related to negative things but now, because of the power of media, because of the power of the market, it seems... it's accepted more easily, but again it depends where you are and where you're standing, but I think there's more chance of the work being accepted as art than there was in the past, maybe ten years ago, there's a big difference.

(SE): There have been new variants in street art interventions beyond the tag and graffiti. How do you see this development of street art?

(MB): Yes, that for me is what I said before, the exiting part, where you get different disciplines mixing. See, you get video mapping going on, those kind of interventions in the public realm, you get 3D work like TRUTH TAG, these guys in Poland and then you're talking about blurring the boundaries between the different creative disciplines, so that's where the exiting, new work is going to emerge from, where you don't have this (audio não é perceptível) but you encourage multi disciplinary work in the public realm.

Anexo J – Entrevista Lara Seixo Rodrigues

Lara Seixo Rodrigues, membro fundador do WOOL, um festival de arte urbana que se realiza na Covilhã. Tem como base de formação académica a arquitectura. É co-fundadora de diversos projectos: SEIXO RODRIGUES Architects, PACK THE CREW e Balneário. Exerce ainda a função de curadora do projecto FLATTERED TO BE art collection. Integra também a organização do projecto LATA 65, desenvolvido pelo Coworklisboa em parceria com o WOOL, que realiza *workshops* de arte urbana para seniores. Todos estes projectos em que participa relacionam-se com a criatividade e a cultura, bastante direccionados para a arte urbana.

Entrevista realizada dia 5 de Junho de 2013.

Lara Seixo Rodrigues (LSR): Para mim o *graffiti* surge, e é a história do *graffiti*, em Nova Iorque nos comboios. Com o TAKI 183, que decidiu marcar todas as estações onde parava com a sua assinatura. Era o nome dele, a alcunha dele, mais o número da porta de casa. Para mim o *graffiti* começou por aí, uma coisa completamente ilegal e de marcação de território. Para mim o *graffiti* é algo ilegal, que tem muito a ver com o umbigo, porque é marcares na cidade o teu nome, o teu *tag*, em todos os sítios possíveis e imaginários, com quanto mais dificuldade o fizeres, melhor, que é a situação dos comboios, dos metros, das empenas, dos terraços dos prédios, ou seja, o *writer* que faz isto sente-se orgulhoso e é valorizado no grupo por conseguir chegar a estes sítios onde mais ninguém chega. Tem que ter sempre associada esta vertente ilegal. Em algum momento da história, que não se percebe, começaram a existir as paredes legais, onde se podia pintar livremente. Obviamente que quando o *graffiti* começou a ser muito mais aceite e começou a ser tido como uma forma de gerar comunidade, começaram a aparecer as paredes legais e isto levou a um extremo de começarem a aparecer festivais de artistas que saem de Belas-artes, de Design, de todas as áreas das artes, que não tendo locais para mostrar a sua arte o fazem na rua e isto para mim é que é arte urbana. A arte urbana tem a ver com artistas que pintam na rua e que muitas vezes não têm qualquer ligação com o mundo da rua, com o vandalismo, com pintar comboios e existem artistas que juntam as duas vertentes. Tens o exemplo dos GÉMEOS, que vieram a Lisboa e pintaram comboios, e que no Bairro Alto e em Belém, onde eles estiveram em exposição no CCB, encontras *tags* deles por toda a parte, mas eles sabem distinguir muito bem o que é o vandalismo do *graffiti* puro e a parte de arte urbana, de *street art* propriamente dito. Em Portugal existe essa

dificuldade em conseguir separar, muitas vezes uma pessoa que pinta *graffiti*, depois passa para *street art* e é muito mal aceite pelos companheiros, ‘porque já defendeste e agora decidiste fazer só coisinhas lindas’ e claramente que lá fora existem artistas que conseguem fazer as duas coisas. Temos o exemplo do VHILS que também pinta comboios mas eu depois tem a vertente da arte urbana.

Sara Eugénio (SE): possivelmente porque o seu percurso se iniciou no *graffiti*...

(LSR): É o percurso, obviamente! Há exemplos como o Mário Belém que nunca pintou comboios, existem *n* artistas que não andam a “*tagar*” paredes e que, claramente, partem para a outra parte. Tem a ver, obviamente, com o percurso. O que eu acho é que é uma questão de mentalidade que eles conseguiram arrumar na cabeça deles, ‘o que é isto e o que é isto’... e há pessoas que não conseguem, que se são *writers* puros, e isto é a linguagem que eles usam, tu nunca vais fazer isto. E há pessoas que não conseguem estar em nenhum dos lados. O Alexandro (VHILS) é um dos exemplos de quem conseguiu arrumar muito bem tudo isso na cabeça dele. Existem *n* exemplos desses. Para mim, *graffiti* mesmo nunca poderá ser considerado arte urbana, porque não tem a ver com isso, tem a ver com tu deixares a tua marca num território. A partir de um momento em que passa a ser legal, em que não tens o teu nome na parede, é arte urbana não é *graffiti*.

(SE): É interessante porque até aqui ninguém tinha contestado o facto de incluir o *graffiti*, mesmo o *graffiti* ilegal, dentro da arte urbana. Disseram-me apenas para não misturar *graffiti* com *street art*.

(LSR): *Street art* e arte urbana é a mesma coisa, é o termo português e o inglês.

(SE): Mas pelo que li, o termo português ‘arte urbana’ inclui todas as vertentes...

(LSR): Mas *street art* também, mas em Portugal ouvimos sempre *street art* associado com pintura mural.

(SE): Mas o que nós chamamos de *street art*, associa-se muito mais ao *stencil*, às intervenções que são feitas em paredes mas com outras técnicas.

(LSR): Não. Eu acho é que as pessoas confundem muito o que é, e eu noto perfeitamente isso, quando tu pintas na rua com *spray* as pessoas automaticamente associam... ‘isto é *graffiti*!’, e não, *spray* é um material como outro qualquer, como é a tinta plástica, como são os autocolantes, como é o papel, a cola. Eu dou-me com muitas pessoas, vândalos mesmo, e se tu lhes disseres que numa parede legal é *graffiti*, eles passam-se da cabeça e eu concordo muito com eles, porque tu usas uma lata de *spray*... porque tens aqueles preciosismos de quando é legal diz-se aerossol não se diz *spray* e isso para mim é... eu sou arquiteta e é a

mesma coisa que ir para uma obra e dizer esferovite e toda gente me entende, e eu dizer poliestireno extrudido, ninguém me vai entender... portanto, é uma questão do teu discurso, é a mesma coisa. O que eu acho é, *graffiti* é uma coisa ilegal que tem a ver com território e de marcação de território do teu nome, do teu *tag*. A partir do momento em que tu comesças a fazer outras coisas, aquilo não pode ser considerado *graffiti* tem que ser considerado arte urbana. A arte urbana sim, em Portugal representa tudo. Há muita gente que gosta de lhe chamar muralismo, que é quando comesças a fazer murais. Eu não gosto muito do termo porque tem os “ismos”, parece que é uma corrente estética, não gosto muito. Arte urbana, mas já sabes que é um bocadinho... por exemplo, nós no festival, no WOOL na Covilhã, nós pusemos festival de arte urbana porque realmente queríamos alargar, não queríamos fazer só murais. Lá está, depende do entendimento. Se calhar na tua tese o que tu tens que fazer é, arte urbana mas especificamente este aspecto da arte urbana. Não estás a falar de pessoas que cantam na rua e que fazem coisas na rua. Tu é que tens que definir o que é que o termo arte urbana na tua tese significa logo ao início para então as pessoas perceberem. *Street art* é a mesma coisa que arte urbana, é a tradução direta, nós é que normalmente associamos cá quando falamos em *street art*, associamos só à parte de intervenções, de murais...por exemplo, tu tens o caso do BANKSY, em que arte urbana se calhar aplica-se muito mais no termo dele em que ele, por exemplo, aquela cabine telefónica, aquilo não é um mural...

(SE): É uma instalação.

(LSR): É uma instalação. Portanto, ele trabalha um conceito muito mais lato do que é a arte urbana, nós é que em Portugal não temos assim ninguém. Mas para mim, e já tive confusões e já tive muitas discussões, e depois é isto, em Portugal há muita confusão. Por exemplo, quando o Gonçalo MAR fez aquele primeiro mural no LX Factory, aquele mais vertical. Eu já andava há dois anos a tentar fazer lá alguma coisa e finalmente consegui convence-los e fizemos aquele mural. Foi lá a televisão, não sei quê... entrevistaram-me, é sempre aquela coisa, falas 10 minutos metem-te 30 segundos, e metem aqueles 30 segundos que não deveriam meter. E eu disse que o Gonçalo era um dos *writers* mais antigos de Portugal e foi tipo... ‘ele não é *writer* porque ele não está a escrever!’. *Writer* em Portugal entendem como uma pessoa que escreve, enquanto lá fora não, é uma pessoa que pinta o que for.

(SE): Ou seja, é mesmo um problema de linguagem.

(LSR): É. É uma questão de termos e eu depois disse... e depois por acaso nesse dia calhou eu ir à Montana, que eu dou-me muito bem com eles, era dia de inauguração e caiu-me toda gente em cima, ‘porque ele não é *writer*, porque ele nem sequer pinta letras’... e eu só lhes dizia ‘desculpem lá, como é que se chamam as pessoas que pertencem a uma *crew*? São

writers! É que o Gonçalo tem duas *crews*, ele vai a concursos de *graffiti*, e vocês estão a dizer-me que ele não é *writer*? Mas ele ali não está a pintar o nome!’, eu só lhes disse ‘vocês têm que começar a alargar um bocadinho a mente e perceber que há termos que não se podem ler taxativamente, literalmente, o que eles significam, é outras coisas, é a pessoa que escreve, é a pessoa que desenha!’... se fores ao dicionário, *writer* está como a pessoa não só que escreve mas que desenha também, só que em Portugal é isto. Aquilo dos Lusíadas que eles agora estão a fazer, vem lá mesmo a dizer ‘o *graffiti* e os *writers*... os *graffiteiros*’ que é uma palavra que não existe...

(SE): Os “graffiteiros” é uma expressão brasileira...

(LSR): É brasileiro, em português não existe... e aquilo não é *graffiti*, tanto que eu questionei-os ‘então mas isto antes não se podia dizer que era *graffiti*, tu não eras *writer* e agora já fazes *graffiti* legais a vender para a Visão?’. É porque depois quando são trabalhos comercializados, *graffiti* é que não é mesmo.

(SE): Essa cena dos Lusíadas foi uma forma talvez de aproximar mais a comunidade ao *graffiti* mas por outro lado deturpa um bocado...

(LSR): Eles disseram-me ‘não fomos nós que demos as indicações do que eles deviam pôr, foi por iniciativa deles’... mas lá está, há um grande desconhecimento do que realmente se faz na rua, de como é que as coisas devem ser ditas e tu ou és uma pessoa muito atenta e comesças realmente também a arrumar um bocadinho as coisas na tua cabeça...

(SE): Mas é um bocado complicado, eu tenho essa noção...

(LSR): Eu arrumo assim, e tive agora a experiência de estar em Paris e acho que é a arrumação mais fixe que pode existir que é, *graffiti* é ilegal, tem a ver com território, tem a ver com o umbigo. Tens uns filmes na net que é uma *crew* que é o 1UP...

(SE): Eles andaram por Lisboa inteira...

(LSR): Mas os vídeos é uma coisa... eu sou altamente contra aquilo... no Youtube, acho que fizeram dois... de quando cá estiveram em Lisboa, eles foram a sítios que para mim é tipo... é mesmo vandalismo aquilo, eles rebentaram com portas, eles rebentaram com coisas para poderem ir aqueles sítios... aquilo é *graffiti*, aquilo é que é *graffiti*... eu não posso entender o mural dos Lusíadas como *graffiti*, não é a mesma coisa. É legal, assim que passa a ser legal é muralismo...

(SE): Mas não podem chamar *graffiti* por ser a expressão artística identificável?

(LSR): É só com o *spray*! Acho que tem a ver com a técnica e eu acho que é isso que é complicado, porque as pessoas acham que quando usam *spray* é *graffiti*, quando passam a usar outras coisas passa a ser arte urbana, e não... tu podes fazer arte urbana com *spray*. Eu

acho é que existe ainda um bocado deste preconceito, ‘ah eles estão a usar *spray*, é *graffiti*’, e não, não tem nada a ver.

(LSR): Para mim a arte urbana tem que ser algo que não seja para o umbigo, em que tu estás a tentar comunicar uma mensagem... o exemplo do “EU QUERO É SER FELIZ”, serve para tudo, lêς aquilo e ‘sim, eu quero ser feliz’, a pessoa que escreveu, a Sílvia tenho a certeza que é uma coisa completamente diferente na ideia dela da minha ideia. Por exemplo, a maneira como o BANKSY faz as peças dele, são sempre peças muito reativas para te fazer pensar sobre alguma coisa... por exemplo, as peças do Januário (MAISMENOS), são sempre coisas para te fazerem pensar é para tu teres um interação com aquilo, a mim não me interessa peças em que seja um *tag*, seja feito com *stickers* ou o que seja... tu colares um *sticker*, ou a maior parte dos *stencils* que andam pela cidade são coisas ilegais, só que... se isso é tudo considerado arte, ponho as minhas duvidas...

(LSR): Eu acho que se começou a usar o termo “urbana” que tem muito mais a ver com um componente de vida urbana, é a mesma coisa da roupa do “*urban style*”... todos nós nos vestimos na rua mas porque é que determinado tipo de roupa tem muito mais este cariz de urbano? Eu acho que tem um bocado a ver com isso, de coisas que realmente se geram na rua, que é o caso... digo-te isto porque foi uma coisa que eu vi em Paris e que nunca tinha pensado nisto e faz todo o sentido. A *street art* ou arte urbana é o primeiro movimento artístico que não tem um sítio onde nasceu, como o impressionismo ou *whatever*. É o primeiro movimento artístico, apesar de que em Portugal ainda não se percebeu isso, do poder que este movimento tem, é o primeiro movimento que não tem um sítio e em que os artistas viajam por todo o mundo, a fazer tudo e não tens uma coisa de dizer ‘este é português ou este é francês’, não interessa, isso não interessa. O que interessa é realmente é fazer, é ver murais e continuar a fazer. Isto é muito interessante porque não consegues identificar com ‘este é mesmo daqui ou é mesmo dali’, isso não existe. Voltando atrás, acho que a arte urbana tem muito a ver com isso, o facto de ter sido algo gerado na rua, e isto estou a dizer-te não só em relação à pintura de murais, mas mesmo... por exemplo, tu falas de arte urbana, és uma pessoa que está a dançar na rua ou que está a tocar na rua, que está a fazer palhaçadas na rua... imagina o Chapitô, fazem coisas na rua, aquilo é considerado arte urbana. As performances...

(SE): Mas não pode ser considerado arte de rua?

(LSR): Arte de rua é arte urbana, rua urbana, percebes? Rua e urbana para mim é a mesma coisa.

(SE): Mas acaba por não ser, lá está, há uma falta de limites na arte urbana.

(LSR): Há termos a mais.

(SE): Há termos a mais e há falta de arrumação.

(LSR): Há, mas eu acho que não vais conseguir arrumar.

(SE): Que limites separam a arte urbana da arte pública?

(LSR): Acho que tem muito a ver com aquela questão de associação a um tipo de vida, a um estilo de vida. Porque estava a pensar na situação quando tu foste a Londres, das galerias todas que tu viste, existe sempre ali uma componente nos grafismos, no tipo de imagens que os artistas usam que tem sempre uma relação muito estreita com a rua. Não é aquela coisa muito clássica da pintura e as técnicas, até as técnicas, são técnicas que nunca foram muito associadas a galerias, a artes contemporâneas mais inovadas. Acho que tem muito a ver com a questão da rua, da vivência de rua.

(SE): De que forma se deve explicar a arte urbana às novas gerações?

(LSR): *Workshops*; história pura de como é que surgiu; tentar, obviamente que nós não temos distanciamento para estar a dizer ‘isto é isto’, mostrar-lhes as várias coisas, como surgiu, como derivou de umas coisas para as outras; o que é que temos neste momento, as técnicas principalmente; a arte urbana tem uma componente legal e ilegal; temos técnicas diferentes; o *graffiti* é isto; e depois, pô-los a trabalhar e dar-lhes sempre muito bons exemplos, de topo mesmo, porque isso vai despertar neles a vontade de querer lá chegar e não ficar com o exemplo do *tag* e do *graffiti* mau na rua. Isso é péssimo.

(SE): Ou seja, criar boas influências...

(LSR): Sim.

(SE): Consideras que podia existir mais investimento na educação/formação da sociedade no que diz respeito à arte urbana?

(LSR): Devia, devia existir. Ia evitar muitos problemas que depois querem gerir de outras formas como, por exemplo o que se passa no Porto. O Porto para mim é um tabu. Eu estive lá há 15 dias, a apresentar o festival e foi uma reação do mais estranha possível que tive. Estava numa faculdade, e à partida são pessoas jovens, e foi a reação mais estranha que eu tive eu todos os sítios em que eu já apresentei. Eu normalmente até acabo com a Lata 65, como exemplo de como se consegue naquela idade ainda formar pessoas, para um entendimento do que é a arte urbana e toda gente acha imensa piada, no Porto não tive reação nenhuma, a nada. É mesmo um tema tabu no Porto e lá está é falta de formação de todas as pessoas, as ações que eles andam a levar, de pintar os muros todos. É um bocado como aquilo que andamos a fazer na Covilhã. A Covilhã não tinha nada, se deres bons exemplos começam a surgir coisas boas, boas no sentido de cuidadas. Está a surgir na cidade muito *stencil* de qualidade. Quando

tu ensinas a uma criança que um *tag* é feio, não contribui absolutamente para nada. É uma atitude de umbigo, não vai fazê-lo. Obviamente que há sempre pessoas que fazem mas se tu conseguires ensinar a 8 em 10 que isto é mau já estás a ganhar. Portanto, se tu deres formação nesta área vais evitar problemas que vêm a seguir, vais conseguir distinguir perfeitamente o que é que é uma boa peça de uma má peça e do que é um *tag*, mas isto é uma questão de formação.

(SE): Que impacto provoca a arte urbana na sociedade?

(LSR): Eu acho que não é um impacto, o interessante da arte urbana é que à mesma peça as pessoas reagem de maneiras completamente diferentes. Por exemplo, eu sou arquiteta e há muitos colegas meus que não entendem como é que eu consigo ser arquiteta e ter esta paixão por pintar edifícios, porque normalmente querem-se limpinhos, branquinhos. Na Covilhã, e o mesmo se passa aqui na Fontes Pereira de Melo principalmente, quando levas lá pessoas que não estão a contar ver aquilo, as pessoas fica sempre ‘ah! Isto é mesmo fixe!’. Na Covilhã passa-se exatamente o mesmo, eu faço o percurso a pé e as peças, como é tudo muito junto, estão meio escondidas e só quando chegas é que vês as peças, são momentos de surpresa que existem nas cidades. Eu prefiro ver edifícios pintados do que edifícios a cair de podre, cinzentos. O que a mim também me interessa muito é o processo da pintura em que, por exemplo o projecto do CRONO a opção deles foi ‘nós fazemos a pintura e só mostramos depois’. Eu o que gosto é que a comunidade viva o processo da pintura. Isto na Covilhã muda e muito, é um universo mais pequeno, estás a perguntar-me qual é o impacto que tem, tem um impacto brutal. Em todas as ações que nós fizemos na Covilhã a comunidade está lá em peso. A primeira peça que nós fizemos dos ARM, houve noites que nós estivemos lá até às 3 ou 4 da manhã a pintar e as pessoas estiveram lá connosco e estão lá durante o dia a mandar bitaites, a falar com os artistas, a dizer ‘isto está muito giro e veio trazer cor aqui à rua’. Obviamente há pessoas que não gostam mas o facto de nós vermos que, por exemplo num dia de semana em que os velhotes que vivem no centro histórico combinam e tocam às campainhas uns dos outros para virem em procissão para ficarem a ver os artistas pintar, acho que tem um grande impacto. E quando nas outras intervenções já são eles que nos perguntam ‘então quando é que começam?’. Houve uma senhora que nos ofereceu a parede para fazermos uma das intervenções que queria que fizéssemos na casa dela. Acho que tem impacto, é uma questão de observar. Obviamente que tens que levar intervenções boas, se calhar se eu tivesse um *graffiti* manhoso à minha porta de casa, eu tipo ‘pa, não gosto disto!’, agora quando tu fazes peças de qualidade e a verdade é que, por exemplo a Btoy deixou-nos cartazes pela cidade, colados em portas antigas e estão lá todos, já vai fazer três anos. Está lá

tudo e ninguém mexe, porque quando tu trabalhas com a comunidade e quando passas a mensagem de que estamos a contribuir para a comunidade, a animar a comunidade, a comunidade assume as peças como dela e estima-as. Portanto, tem um impacto, acho é que as pessoas ainda não perceberam realmente o impacto que tem, porque por exemplo no LX (Factory), um universo completamente diferente, antes aquilo era tudo cinzento, cinzento, cinzento, quando nós começámos a fazer a primeira peça foi um impacto brutal, ‘está muito fixe, e a cor, e tal...isto é que é criativo e estamos num polo criativo e nunca se fez nada’, agora já são as pessoas que pedem para nós fazermos nos vários patamares, nos vários pisos porque estão muito brancos, ‘podiam era fazer isto no elevador porque ficava muito fixe no elevador’, ou seja, as pessoas gostam, desde que sejam peças boas as pessoas gostam. Portanto, algum impacto traz. Há uma coisa em Barcelona, não sei se conheces muito bem Barcelona. Em Barcelona há perto da Sagrada Família, é um sítio que raramente as pessoas visitam mas foi dos sítios que eu mais gostei de visitar. Há um hospital que é o Hospital de Sant Pau. Um hospital super antigo, é contemporâneo da Sagrada Família. Foi feito por um arquiteto, eu não tenho a certeza se também foi o Gaudi que fez, ainda não consegui perceber, disseram-me mas não consigo nunca lembrar-me se sim ou não. O conceito do hospital foi: a arte cura, e então tudo no hospital é por “pavilhõezinhos” e é brutal, porque tu vês arte em todo lado, em todo lado, cor em todo o lado, e o arquiteto e os diretores do hospital acreditavam mesmo que os espaços com arte, trabalhados, coloridos, ajudavam no restabelecimento de saúde das pessoas. Isto para mim é exemplo, em que eu prefiro uma parede pintada do que uma parede branca, ponto final. Obviamente que não vou pintar tudo porque isso também não tem lógica nenhuma, porque depois não consegues distinguir as peças. Eu acredito que melhora, as pessoas gostam. Obviamente que há pessoas que não gostam, mas...

(SE): Mais conservadoras?

(LSR): Não é uma questão de conservar, é de mente aberta e mente fechada. Acho que é um bocado mais isso. Dei um *workshop* a uns miúdos, em que mostrei o festival e eles odiaram. Houve um miúdo que odiou, que disse que os edifícios eram para estar branquinhos e recuperados, eu disse-lhe ‘isso é muito bonito’, aliás eu disse-lhe ‘ok! Já percebi que os teus pais, um deles deve ser arquiteto. Eu sou arquiteta e obviamente, eu gostava de ver as cidades completamente recuperadas e todas a funcionar espetacularmente bem, agora, isso é uma utopia e a nossa realidade é que tu tens edifícios a cair de podre, cinzentos em toda a cidade, se eu puder usar isso para mostrar arte, melhor! Enquanto eles não são recuperados, depois podem fazer, isto são artes efémeras, tu não vais fazer um mural a achar que aquilo vai ali

ficar sempre, para toda a vida, não vai! Mas enquanto não for recuperado, ótimo, tenho um momento na cidade, um acontecimento em que tenho arte, em que tenho cor, em que tenho a arte de alguém exposta e não tenho que ir a uma galeria. Sim, porque isto é uma coisa que é muito importante, a arte urbana tem uma componente de democratização da arte, que é, a arte urbana faz parte da arte contemporânea e é a democratização, eu não tenho que ir à galeria para ver arte, eu vejo na rua e é muito importante este aspecto, é a única arte que se expõe na rua.

(SE): Na tua opinião, tendo em conta a atualidade, qual o grau de aceitação do *graffiti* e da *street art* enquanto obra de arte?

(LSR): O *graffiti* para mim não tem, não é obra de arte, nunca poderá ser... é assim, nunca poderá ser... não, obra de arte não é, para mim não é, para mim são atos de umbigo e acredito mesmo nisto. Acredito porque é como eu os vejo fazerem. Tudo bem, um artista quando está a pintar uma tela está a pintar para o umbigo. Eu acho que a arte urbana deve ser a única arte plástica em que se pretende uma comunicação com a pessoa que vai na rua. Obra de arte, para mim é... O mundo inteiro já percebeu que é porque há peças a venderem ao preço que há. É uma arte tão válida como outra qualquer, agora, é mostrada na rua, é só o suporte, o modo como mostram é que é diferente, e lá fora tu tens muitos artistas a mostrarem-se na rua, muitos artistas que conseguiram pelo talento que mostraram nas paredes, ir para a galeria. Há muitos que ainda não o conseguiram fazer. Por exemplo, tens os Interesni Kazki que vieram cá agora, a primeira *print* que fizeram foi agora, eles já pintaram paredes no mundo inteiro. É um modo diferente de chegares ao mercado da arte. A verdade é que todos os artistas, e mesmo no universo português, todos eles gostavam de viver só disto, de fazer pinturas e murais. Agora é o ‘viveres só disto’ no mercado baixo ou num mercado um bocadinho mais alto que te dá um nível de estabilidade fixe. Acho que tem muito a ver com isto.

(SE): Como é que o Design se relaciona com a *street art*?

(LSR): Não consigo distinguir. Ainda no outro dia perguntaram-, aliás, houve pessoas da rua que me disseram que uma pessoa que venha do Design pintar para a rua, são contra. Eu não consigo fazer distinções. Se eu gosto de uma peça na rua, que venha de que área vier, pode vir do Design, pode vir de história da arte, pode vir do que for, é-me indiferente. Eu sou arquiteta e estou a falar-te de arte urbana. Eu não sou muito de gavetas, ‘ah! Porque és Designer tens que fazer sempre isto...’, não, eu acho que só se ganha quando se mistura. Por exemplo, no WOOL nós tentamos fazer isso, já lá tivemos o ZAMITH, que é tipo... escola, galeria pura a pintar ao lado da KRUELLA e do CORLEONE que são *graffiti*, na altura estava o CORLEONE com *spray*... Nessa levada, teve o (THE) CAVER que é mesmo *graffiti*,

mesmo...e o Pedro que vem de um universo de ilustração e de Design, portanto, eu gosto é quando eles estão todos a trabalhar uns ao lado dos outros porque aprendem imenso uns com os outros. Por exemplo, o caso do Mário (Belém) gosto de o usar, o pai é pintor, ele foi para arquitetura, desistiu de arquitetura foi para Design, tornou-se um dos Designers digitais, ele passou anos sem desenhar e de repente no ano passado começou outra vez a desenhar, o Mário Belém, e ele usa tudo nas peças dele, tudo. Usa pintura, usa *spray*, usa tudo. Agora, ‘ah! Ele Designer’... ele quando está a pintar na rua é o que quiser, a mim é-me indiferente.

(SE): De que forma a arte urbana é vista pelas indústrias criativas?

(LSR): Em Portugal é muito giro mas... ainda não se percebeu o potencial, em Portugal ainda não. Por exemplo, naquele livrinho que eu te comentei do “Lisboa Cidade Criativa”, vem lá uma fotografia do mural do (Hugo) MAKAROV e do Mário Belém no LX (Factory), e eu fiquei mega contente. Nesse dia de apresentação, era a apresentação pública de um senhor que é o Charles Landry, investiga tudo sobre ele que acho que tem imenso para a tua área. Ele é o maior guru do mundo no que diz respeito a cidades criativas e fez uma visão dele do que é Lisboa e ele chegou à parte dos *graffiti* e falou ‘pois, isto há pessoas que gostam, há pessoas que não gostam e eu acho que tem um imenso potencial’ e não falou mais nada, percebes? De todas as outras áreas ele falou imenso e debitou... e novas formas de trabalho... e a recuperação de edifícios antigos para novas formas de empresas e de trabalho... e a parte da *street art* mostrou exemplos só de Londres, ‘ah! Isto é muito bonito. Há muita gente que gosta, há muita gente que não gosta. Eu acho que tem imenso potencial’. Há muito interesse, tu vês isso no *open day*, as pessoas vão, vêem, ‘ah! Isto é muito giro, afinal estar a pintar com latas não é só uma cena de vandalismo...’, mas eu acho que é falta de formação em todas as escalas, em todas as faixas etárias. As indústrias criativas são geridas neste momento ainda por uma faixa etária nos quarenta, trinta e cinco, quarenta. São pessoas que não têm qualquer formação ao nível da arte urbana.

(SE): A arte urbana perde a sua essência quando exposta em espaços expositivos?

(LSR): Eu acho que a arte urbana perde a essência quando... o exemplo da glória, do elevador, em que está na rua mas não é rua. Isso para mim perde porque ou é rua ou não é rua e o que eu gosto nos artistas que pintam na rua é, os que conseguem levar a identidade do seu trabalho para o interior da galeria, ou seja, conseguem de alguma forma, nos suportes, as temáticas, os materiais que usam, usa-los na galeria. Obviamente que os formatos têm que ser diferentes e os suportes têm que ser diferentes. Por exemplo, tens o caso do VHILS, tem a peça que faz na rua que são as paredes picadas, agora o que ele está a fazer nas galerias é, manda construir uma parede dentro da galeria, que faz essa ligação de rua e galeria, mas as

peças que ele expõe na galeria são completamente diferentes das que ele faz na rua. Trabalha muito mais com as placas de metal, com os cartazes, com as resinas, as esferovites, as madeiras, ou seja, o tipo de suportes que ele e as escalas que usa na galeria são completamente diferentes mas tu consegues ver a continuidade no trabalho dele porque muitas vezes as caras que usa, em escala mais pequena, nas peças de interior. Consegue fazer-se essa transposição de outras maneiras.

(SE): sem perder a essência?

(LSR): Sim. Obviamente que andares na rua e veres uma peça tem uma essência que não escapa que é a escala, que é brutal a escala de pintares uma parede e que isso não consegues “meter” dentro de uma galeria. Por exemplo, tiveste a António Prates em que fizeram lá mas eles estão a pintar sobre telas. A parede tem uma textura fixe e que transmite também isso à obra não é a mesma coisa que estares a pintar em cima de plástico, aí perde-se a essência completamente... ‘ah! Vou fazer uma exposição de artistas de rua e meto-os dentro de uma galeria e para isso vou pintar as paredes todas mas atenção, eu vou pintar em cima de tela para não me sujarem a parede, não... há aí qualquer coisa que não está a funcionar muito bem...

(SE): Que razão leva os artistas urbanos que criam com o intuito de ver as suas obras expostas na rua, a produzir obras destinadas a espaços confinados?

(LSR): O artista pinta na rua por pura paixão, ponto. É a paixão de pintar parede, pintar grande escala principalmente, é isso que os seduz e a obra poder ser vista por muita gente. Passar pela galeria, mercado, subsistência. Todos os artistas que pintam por paixão gostam e gostariam de viver só a fazer aquilo, só. Porque os artistas que eu vejo, eles trabalham com paixão, eles vivem para aquilo, portanto não interessa se é pintar uma parede, se é pintar... exemplo do PANTÓNIO, o PANTÓNIO pinta tudo em todo lado. Pinta uma árvore cortada, pinta uma parede, fica em Paris a pintar tábuas, como ficou, percebes? Eles pintam por paixão. Quem quer mesmo, pinta mesmo por necessidade. É uma necessidade que eles têm, mesmo com os que dizem ‘já te vendeste!’. Tomara toda gente que anda aí a pintar conseguir viver só daquilo, sem ter que andar a fazer coisinhas por trás, e com trabalho de publicidade aqui e a ilustração... tomara eles só fazerem mesmo aquilo que gostam.

(SE): As galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal?

(LSR): Sim, mas em Portugal isso não existe. Isto só para te responder, porque se o teu trabalho é sobre Portugal, digo-te já que isso não acontece. Ajuda imenso e, por exemplo, aquilo que nós tentámos fazermos com o festival é tentar mostrar às pessoas que a arte urbana não tem que ser um ato de vandalismo. Conte-te este caso do António Prates que ‘sim, sim vou trazê-los para a galeria, mostrar que isto não é nada de ilegal’... mas pô-los a pintar em

cima de lonas. Obviamente, não só pelo facto de não sujar paredes como pelo facto de ‘eu enrolo lona e se um destes artistas daqui a uns anos for muito valioso, eu tenho aqui uma obra de arte’ e posso vender caro. Em Portugal, ainda não houve uma exposição propriamente dita em que te querem mostrar que isto é bom, que há bons artistas. Até agora eu acho que foi puro mercado. Aproveitamento. Tiveste a INFLUX (galeria) que fez a exposição do Gonçalo, eu tive muito por dentro e não vi nenhum gesto de quererem aproximar isto com isto. Não houve assim nenhum gesto de aproximação e de ‘pinta as paredes à vontade!’. Não vi isso.

(SE): A arte urbana deve ser comercializável?

(LSR): Já é! Lá fora é muito, muito mesmo a níveis surreais, cá não.

(SE): Considera que o mercado da arte já abriu definitivamente as suas portas à arte urbana?

(LSR): Em Portugal não, não abriu. Puxou um bocadinho a frecha, mas ainda não. Aliás, a única pessoa que tem contribuído muito para isso é o VHILS. Eu ontem estive com um coleccionador de arte, quando fui apresentar o Lata 65, ele veio dizer-me que gostou muito e eu por acaso sabia quem ele era, o mercado da arte em Portugal é muito pequeno e são sempre as mesmas pessoas, sempre os mesmo coleccionadores, sempre as mesmas galerias e eu apesar de ter pessoas que conheço, ouço sempre falar nos mesmos nomes, mas realmente o meu interesse não é aquele e eu por acaso sabia quem era este senhor. Ele estava a contar-me sobre o projecto que gostava de fazer, de arte urbana também, ‘ah conheces o Alexandre Farto (VHILS)...’ e eu ‘sim, claro que conheço o Alexandre Farto (VHILS)’, e é o único exemplo que eles têm, porque o Alexandre realmente conseguiu passar das paredes para a galeria. Uma coisa também muito boa e muito má em Portugal é, como ele esteve muito tempo fora é porque é bom e como ele está muito lá fora é porque é bom. Portanto, tem toda a legitimidade para estar cá nas galerias boas em Portugal e de ser artista como são os outros todos e ele meteu o Alexandre ao nível da Joana (Vasconcelos) e de pintores mega conhecidos em Portugal, mas ele é o único que realmente conseguiu fazer essa passagem.

(SE): No que diz respeito à arte urbana, o mercado da arte tem-se demonstrado mais *receptivo* a artistas emergentes ou é ainda uma excepção para artistas de renome?

(LSR): Em Portugal é excepção. Houve esta exposição na António Prates têm esta postura com o PANTÓNIO, ‘acho que tu devias assinar o teu nome pessoal nas telas’, portanto, isto para mim não é nada, é areia para os olhos. Da INFLUX, o Nuno viu que realmente há aqui um negócio que pode ser aproveitado, não sei se ele o estará a fazer da melhor maneira, mas é muito recente. No resto do país não tens. Foram as únicas duas aproximações que eu vi e não vejo nenhuma galeria a querer aproximar-se. Em Lisboa especificamente, há um mercado que

nem sequer cá entra que é o da ilustração, não tens uma galeria específica de ilustração. Portanto, há muitos nichos e a arte urbana está fora.

(SE): Existe no mercado da arte um nicho de colecionadores de arte urbana?

(LSR): Só conheço uma pessoa que anda a comprar, é meu amigo. Ele é viciado, ele é viciado em arte, viciado em comprar peças e compra muito. Começou a comprar há um ano para cá tem comprado bastantes coisas e gosta imenso, vai às exposições e anda na rua a ver coisas e gosta mesmo. Não conheço mais ninguém, de certeza que tens muita gente principalmente da carteira de clientes da Vera Cortês que compraram peças do Alexandre (VHILS), mas também que não é porque compras um artista que gostas de arte urbana, não acho que seja por aí. Acho que é um mercado mesmo todo por descobrir.

(SE): De um modo geral, existe um perfil de comprador de arte urbana?

(LSR): Não sei. Eu acho que deve haver. Em Portugal não há, mas pelo universo lá fora houve muita gente que já comprava. Eu acho que para comprares peças de arte tens que gostar muito e compras muito pelo que tu gostas, este é o bolo grande, compra por investimento. A partir do momento em que lá fora há artistas que vendem peças a dez mil, vinte mil, quarenta mil euros... isto é um bom investimento e há muitos que compram por aí. Tens compradores de arte cuja maior parte é puro investimento. Depois tens os que gostam de um peça ou de outra peça. Eu acho que as pessoas da minha idade, lá fora cá não, cá eu conto pelos dedos de uma mão pessoas da minha idade que compram arte seja que arte for. Eu acredito que tem muito a ver com a nossa urbanidade. Lá está, foi a maneira como eu cresci, foi ver pessoas a pintar na rua, se eu puder ter uma peça desta pessoa é muito fixe. Por exemplo, o C215 veio cá e deixou-me uma peça, eu tenho uma peça do C215 em casa. É porque gosto mesmo, são pessoas que eu sempre gostei do trabalho. São pessoas novas que às vezes surgem que eu gosto dos trabalhos e que compro, nenhuma delas foi por investimento. Portanto, são de pessoas que eu gosto, se calhar tenho mais apetência para comprar... por exemplo, este meu amigo que compra arte, ele tem quarenta e seis (anos)... eu sei que o Nuno da INFLUX vendeu peças do Arraiano mas que já tem muito mais pintura a pessoas que têm sessenta e tal anos. Portanto, tem muito a ver com o artista. Tem muito, muito, muito investimento, isso sem dúvida alguma e depois o resto.

(SE): Considera importante a existência de um agente que faça a ponte entre os artistas e o mercado e vice-versa?

(LSR): Eu acho que é muito importante. Eu acho que seria importante haver agentes no sentido também de credibilizar este meio. De não ser um comércio por comércio. É muito difícil tu comunicares com um artista e uma agência, por exemplo, assumir ‘eu vou contactar

diretamente este artista para me fazer isto’. Pelo bom funcionamento, digamos assim, do mercado, acho que é saudável haver.

(SE): Consideras que o agenciamento de artistas urbanos pode provocar um aumento na oferta/procura no mercado da arte? Uma vez que trará mais artistas, desconhecidos e emergentes.

(LSR): Não. Acho que o que promove mesmo é a rua, é o tu fazeres acções. Por exemplo, a mim não me interessa ter uma agência em que estou sentada na secretária e que ‘este cliente pediu-me para não sei quem fazer isto e eu vou lá e faço’, mas se tu não mostras isso a ninguém não é difusor. Tem que haver acções difusoras. Aquilo que eu te disse que se passa no WOOL no *open day*, que nós temos os artistas a pintar e a TAMARA e o zé (José Carvalho) saíram dali com trabalhos, é isto que difunde a arte, não é o ‘eu tenho aqui 20 artistas e para quê?’ eu tenho é que os ter a pintar na rua, tenho é que mostrar trabalho deles para as pessoas se entusiasmarem, porque existe muito preconceito em relação à arte urbana e tu tens que quebrar é o preconceito. Por exemplo, ontem todas as pessoas que estavam lá, em que eu estive a apresentar os velhinhos, bateram palmas. Já perceberam que isto pode ser... eu disse mesmo: ‘isto é uma forma de quebrar preconceitos’, a arte urbana não tem que ser uma coisa má, pode ajudar imenso a sociedade, mas para isso é preciso atuar, é preciso mostrar, porque as pessoas só quando vêem é que acreditam. Se vir uma coisa que eu não gosto, eu não vou chamar aquele artista, agora se eu vir uma coisa que eu goste, eu vou chamar aquele artista. Estes meus amigos que começaram a comprar peças de arte urbana, mais urbanas, eles viram trabalhos que gostaram e sabem muito bem o que é o bom e o que é o mau, e o que é que tem trabalho por trás e quando há conhecimento por trás.

(SE): provavelmente porque vêem muito...

(LSR): Vêem muito, conhecem muito e não lhes atirem areia para os olhos, porque não interessa. As últimas peças que eles compraram foram do Mário Belém. O Mário para mim tem uma coisa muito fixe, ele tem uma portugalidade nas peças dele, nas figuras que desenha são muito portuguesas, por ele usar sempre provérbios portugueses e expressões portuguesas, ou seja, tu denotas, para além da parte técnica que é exemplar há ali conteúdo e as obras também têm que ter conteúdo, não é o rabisco, ‘ai isto é muito giro e foi o artista não sei quê que fez...’. É o que eu acho.

(SE): Quais as principais transformações que a arte urbana sofreu até chegar ao estado em que a conhecemos atualmente?

(LSR): Acho que sofreu transformações a nível, basicamente, de aceitação. Primeiro *graffiti*, depois paredes ilegais daí artistas começam a pintar na rua, a proliferação de festivais que

aconteceram no início do Século XXI, festivais de tudo e mais alguma coisa, em que houve possibilidade de muita gente talentosa mostrar o trabalho. Há demasiada produção a nível da arte, todas as artes produzem demasiado, portanto, nem toda gente consegue ir para uma galeria. Se eu não consigo chegar a uma galeria eu tenho que mostrar o meu trabalho de outra maneira, portanto vou começar a pintar paredes. É uma coisa que nós fazemos desde sempre, pintar paredes, faz-se desde sempre. É uma inversão, antes as galerias iam buscar às faculdades diretamente para as galerias e se calhar nas galerias começavas a fazer coisas de muito maior escala, estátuas e assim, passavas a ser tão bom que expunhas estátuas e agora é um bocado ao contrário, mostras o teu trabalho na rua e se for válido passas para a galeria, é um bocado ao contrário. Se bem que eu acho que isto vai começar a funcionar ao contrário. Tu desafias muita gente a trabalhar na rua e eles gostam porque trabalham numa escala completamente diferente e obviamente, depois é o mercado da arte a funcionar, ‘gosto, este artista de certeza que vai vender, bora lá!’ e obviamente, o BANKSY veio abrir muitos caminhos, da mesma maneira que o VHILS em Portugal tem aberto muitos caminhos. Há muito mais pessoas atentas ao universo da arte urbana, tu agora vês notícias todas as semanas nos jornais sobre arte urbana, há um ano atrás tu não vias isso acontecer, há dois muito menos. Portanto, tem sido uma aceitação e está muito na moda.

(SE): Está muito na moda mesmo, eu tenho reparado nisso... mas tanto ao nível da arte urbana, ao nível do *graffiti*, intervenções nas paredes, como ao nível do *hip hop*. O *hip hop* está muito na moda.

(LSR): É tudo o que foi tido como... das minorias, agora é muito apreciado.

Anexo K – Entrevista Diana Sousa e Rui Freitas

Rui Freitas integra a equipa de organização e Diana Sousa é co-fundadora do Festival WALK&TALK, que se realiza no Açores mais precisamente em São Miguel. Trata-se de um festival de arte pública que reúne dezenas de artistas das mais variadas disciplinas para intervirem no espaço público. Diana Sousa e Jesse James fundaram em 2011 a associação cultural ANDA&FALA – Interpretação Cultural, que se dedica à dinamização da esfera pública. Esta associação é responsável pela organização do Festival WALK&TALK, que se tem realizado anualmente desde 2011.

Entrevista realizada dia 6 de Junho de 2013.

Sara Eugénio (SE): O que deve ser considerado arte urbana?

Rui Freitas (RF): Para mim arte urbana é tudo o que seja no espaço urbano, é um bocado por aí.

Diana Sousa (DS): Numa cidade cosmopolita, num espaço público.

RF: A partir do momento que é num espaço público, que está na rua é para toda a gente, até pode não ser numa cidade.

DS: Para ser urbano requer uma grande teia da área metropolitana e eu acho que os Açores nesse aspecto não se enquadram nesse conceito de arte urbana...

RF: Não é bem por aí... aquilo é um espaço urbano, nós não vamos pintar para a Lagoa das Sete Cidades, pinta-se na área urbana da ilha...

DS: No que é considerada área urbana...

RF: Exactamente... a partir do momento está no espaço urbano é arte urbana... a partir do momento que está na rua acho que é pública, é urbana... é para toda gente. É um bocado essa a lógica do Festival, fazer um museu ao ar livre.

SE: Como é que vocês começaram com a questão do festival? De onde vem essa vontade? Só mesmo para interesse pessoal, se não se importarem, claro.

RF: Acho que foi a vontade conjunta de fazer alguma coisa interessante.

DS: A arte nos Açores tem dois polos, ou em São Miguel, tem dois polos, ou é extremamente populista ou é extremamente elitista. Lá não havia esse meio termo das pessoas se dirigirem aos grandes centros para irem contemplar arte e essa facilidade e esse *boom* de arte urbana que se fazia notar há dois ou três anos, se calhar foi o que nos levou a querer também levar um pouco disso e a maneira mais fácil de conseguirmos aproximar-nos da comunidade local.

SE: Mas porquê, especificamente, *graffiti*...?

RF: Isso foi um bocado, porque era o que estava na berra na altura!

DS: Não era o que estava na berra, era esse *boom* que estava a surgir há dois ou três anos nas redes sociais acima de tudo e o interesse que todas as pessoas têm sobre esse tema. Se fores a ver, só em termos de estatística, há uma página que é “Street Art save my life”, que já tem um ano e meio quase dois anos e tem cento e tal *likes*, só para veres a proximidade ou a relação próxima que as pessoas criam com esse tema. A arte urbana ou *graffiti* é sem dúvida a forma mais directa que tu tens para conseguir captar a atenção da população.

RF: Se o fizesses numa galeria metade não ia, assim na rua são obrigadas, praticamente, a ver. Não são obrigadas a gostar mas são obrigadas a ver.

DS: ... e delas começarem a dar a sua opinião sobre arte, coisa que não existia lá e continua a não haver assim muito...

SE: Foi bem aceite por parte da comunidade residente?

RF: Sim, pode dizer-se que sim, claro que não foi tudo assim de braços abertos.

DS: tem sido cada vez mais acarinhado e abraçado pela comunidade, porque eles ajudam-nos em questões logísticas...

RF: Tivemos uma boa aceitação, por acaso estava à espera que fosse pior... por acaso correu bem. Houve um ou outro que as senhoras mais antigas adoraram e pronto já gostaram do festival.

DS: Tentamos a nível de expressões, tanto no primeiro ano como no segundo ano, em muralismo, tentamos ser o mais transversais possíveis para as pessoas terem uma percepção do género de arte ou do género de técnica que se aplica naquela intervenção.

SE: Que limites separam a arte urbana da arte pública?

RF: Eu sinceramente não conheço esses limites...

DS: Há uma linha ténue que separa *graffiti* de *street art* ou arte pública da arte urbana. Ao fim e ao cabo, são conceitos que têm pontos comuns e não podemos ignorá-los, de certa forma. É tudo arte.

RF: Eu por acaso, não encontro... não sei onde é que existe uma grande união... Acho que é um bocado assim, as pessoas quando falam de arte urbana associam logo ao *graffiti* e a arte pública é para te mostrar que não é só o *graffiti*, é tudo o que seja posto na rua, num espaço urbano... é público... toda gente tem acesso a ela, não têm que entrar em lado nenhum para ver. A cena da arte urbana é que toda gente pensa logo em *graffiti*. Acho que é mesmo só uma questão de português. Falas de arte urbana e as pessoas pensam logo ‘*graffiti*, vândalo’, falas de pública... acho que é uma palavra mais intelectual.

SE: De que forma se deve explicar a arte urbana às novas gerações?

RF: Eu acho que isso é uma coisa que não tens que explicar porque as pessoas ao longo da vida vão obtendo conhecimentos, vendo coisas...

SE: Mas por exemplo àqueles miúdos que andam na rua e que simplesmente querem fazer riscos?

DS: Há que entender aqui uma coisa, quando iniciámos este festival, a ilha era praticamente imaculada, não havia um *tag*, havia um *graffiti*, mas antigo e ali ficou intacto e perdura durante anos e não há sacrilégio dessas pequenas peças que já têm algum tempo. Temos o caso de Rabo de Peixe, que é uma das freguesias mais pobres da União Europeia, e o ano passado tivemos a oportunidade de alargar o nosso circuito de arte pública para lá. Se calhar desenvolvendo esse género de actividades junto com a comunidade, gera esse processo educacional e que elas consigam perceber, de certa forma, o que é essa expressão que estamos a tentar passar.

SE: Consideram que podia existir mais investimento na educação/formação da sociedade no que diz respeito à arte urbana?

RF: Eu sinceramente acho que não é só na arte urbana, é em toda a arte, e então na arte urbana nem se fala. Toda a gente sabe que o artista em Portugal é o que é. Se bem que agora a arte está na moda, as pessoas até dão valor, mas não se investe em formação. Não quero ser mauzinho, mas a maior parte dos artistas que há aí agora são pessoal que estudou Belas-Artes na faculdade e agora como está na moda aprenderam a mexer com a lata e a pintar na parede, passam aquilo que aprenderam no papel para a parede. A verdade é que o artista tem que se adaptar às berras que existem.

DS: Deve ser educado, deve ter-se em conta a legislação para se precaver, eu acho que é importante... deve saber onde é que tem que pintar para também não ferir a paisagem à sua volta. Tem que ter em conta certos e determinados conceitos... essa educação devia se feita nesse sentido não noutro.

SE: Que impacto provoca a arte urbana na sociedade?

RF: Isso é daquelas coisas que uns gostam, outros não gostam.

DS: Em vez de estarem a investir em estátuas de bronze, porque é que não investem na arte urbana ou arte pública.

SE: Eu vou na rua, vejo uma obra ou uma intervenção qualquer, achas que isso faz com que as pessoas tentem perceber mais... que se interessem?

DS: Mais próximo e isso acima de tudo... já houve o exemplo de turistas que vieram para cá (Lisboa) e ficaram a conhecer Lisboa através do circuito de arte pública da cidade. Se tiveres

uma intervenção perto de cafés ou restaurantes claro que vai haver um consumo e havendo consumo...

SE: Na vossa opinião, tendo em conta a actualidade, qual o grau de aceitação do *graffiti* e da *street art* enquanto obra de arte?

DS: Acho que a sociedade portuguesa precisa de mais dois olhos para encarar isso como grandes obras de arte.

RF: Fora daqui já é muito considerado, agora aqui... ainda por cima é uma cena que não é transportável, não podes estar a dar um valor àquilo... estando na rua nunca vais conseguir colocar na sala, não vais levar uma parede inteira para a sala... nunca vai ser considerado uma obra de arte assim... de grande valor, que passa de geração em geração, na minha opinião...

SE: Só por ser feita num suporte diferente?

RF: Acho que é um bocado por aí, porque é um suporte diferente, é um suporte que não é móvel. Ainda por cima a arte urbana é super efémera, não dura muito tempo. Hoje pintas naquela parede e amanhã podem querer pintar a parede de outra cor ou pôr a parede ao chão. Já ouvi histórias noutros países de cortarem bocados de parede...

DS: O que se passou há pouco tempo com o BANKSY...

RF: Sim, cortaram um bocado da parede...

DS: E aqui levanta-se outro problema de ‘ok, é pública está na rua, direitos de autor’...

RF: Se formos falar do valor que às vezes... imagina, uma pessoa quer pintar uma parede em casa, há um valor, a pessoa vai pagar-te para ter aquilo, mas não é uma cena que daqui a uns anos queira vender numa galeria, não vai agarrar na parede e vender porque não é possível... o máximo que pode haver é uma fotografia daquilo.

SE: Como é que o Design se relaciona com a *street art*?

DS: No nosso caso em particular oferecemos total liberdade criativa ao artista. Temos cuidado em escolher os artistas para determinados locais sabendo à partida que tipo de peça ou de intervenção é que ele vai fazer para aquele sítio, para também não haver essa poluição visual, para também ter em conta o meio envolvente e a forma como se calhar as pessoas vão encarar...

RF: Se formos entrar na onda da arte pública, o designer escapa-se perfeitamente se fizer uma instalação... tem que ser pensada e o designer pensa nisso tudo...

DS: Sim, desde que seja um autodidata e que gere impacto, acho que não precisa de ter necessariamente formação em Belas-Artes ou formação em qualquer área ligada às artes para concretizar a peça.

SE: Qual é a vossa formação de base?

RF: Design de Moda.

DS: Gestão Hoteleira.

SE: De que forma a arte urbana é vista pelas indústrias criativas?

DS: Temos o exemplo dos Açores, temos algumas indústrias criativas. Temos o Re.Function na Terceira, não tenho grande proximidade com eles, logo não tenho muitas informações. Eles convidaram o Paulo Arraiano, por isso... acho que eles aceitam bem.

SE: A arte urbana perde a sua essência quando exposta em espaços expositivos?

RF: Perde de certeza, para já, na minha opinião a arte urbana é uma coisa que é pública, ou seja, é dada a toda a gente. A partir do momento que vai para uma galeria perde logo a sua essência, mas a verdade é que as pessoas têm de ganhar dinheiro de alguma maneira, mas não deixa de ser arte urbana. Pode ser um exemplar de arte urbana, mas não é urbano porque está à venda numa galeria.

SE: Que razão leva os artistas urbanos que criam com o intuito de ver as suas obras expostas na rua, a produzir obras destinadas a espaços confinados? É por causa do dinheiro?

DS: Eu acho que é legítimo eles transportarem os trabalhos urbanos deles para galerias, têm que arranjar alguma forma de sustentabilidade e de abranger outros públicos...

RF: Eu acho que sim, mas se formos ver, o verdadeiro artista de rua, aquele que nasceu no meio, que não tirou um curso na faculdade, de certeza que não vai levar as suas obras para uma galeria, prefere mil vezes trabalhar no Mc Donalds, para ganhar dinheiro e depois vai pintar na rua, porque esses são os verdadeiros “graffiters”, os verdadeiros da arte urbana. O verdadeiro “graffiter”, aquele que nasceu na rua, que anda a pintar na rua, nunca vai expor uma obra dele, nunca...

DS: É legítimo que haja essa transacção da arte urbana para galeria, até porque eles têm que atingir outros públicos e têm que comunicar a sua arte com pessoas que se calhar não têm tempo suficiente para andar nas ruas a apreciar as obras de arte pública

SE: Ou seja, para além da remuneração é também uma forma de divulgação?

RF: Eu acho que tem tudo a ver com o lado monetário, porque se formos a ver esses putos que andam aí e que fazem grandes trabalhos e que se calhar agora são conhecidos porque isto está na berra, mas quando não estava não eram... trabalhavam no Mc Donalds e à noite iam fazer *graffiti*. Esses é que são os verdadeiros que aprenderam na rua... a verdade é que toda gente precisa de dinheiro e a verdade é que se está na moda vamos aproveitar agora.

DS: Também é uma plataforma deles... é uma plataforma deles comunicarem a sua linguagem, de se aproximarem de diferentes públicos que estão habituados com quadros do Picasso, do Monet, do Rembrandt...

RF: A verdade é que o WALK&TALK projecta bué pessoal...

DS: À que reinventar também as expressões artísticas, não nos vamos colar só ao expressionismo, ao realismo...

RF: É a tal cena... se não passarmos a arte urbana para quadros e galerias, daqui a uns anos ninguém se vai lembrar da arte urbana, porque estava tudo na rua e desapareceu. Convém também passar para outros suportes, se não daqui a uns anos ninguém ouve falar de arte urbana porque era na rua...

SE: As galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal?

RF: Sim, sem dúvida.

DS: Sim, porque há muitos deles que eram *writers* ou “graffiters”, que se apresentam agora em galerias.

RF: E tem de ser, porque toda a gente precisa de dinheiro para sobreviver.

SE: E a edição deste ano, vai correr tão bem? Expectativas?

RF: Espero bem que melhor, espero bem que sim... à que evoluir. No primeiro ano foi o que foi, era o primeiro e ninguém sabia muito bem ao que é que ia. O segundo já correu bem, agora o terceiro espero que corra super bem.

SE: Tentaram parceria com a SATA?

DS: Tentamos todos os anos parecia com a SATA, mas não... não resulta.

SE: A arte urbana deve ser comercializável?

DS: Sim. Quando é transposta para outros suportes, correcto? Sim...

RF: Sim, também para ela não desaparecer totalmente.

DS: E a arte urbana devia conter aquele factor de valorização de algum prédio ou de alguma parede...

RF: Aí está um bocado a cena da arte urbana... para mim a arte pública é a mesma coisa que a arte urbana mas pode ir para a galeria... a arte urbana é aquela cena do *graffiti*... isso tem um bocado... esses significados têm um bocado a ver com isso, acaba por ser a mesma coisa...

DS: Deviam pensar se calhar em mudar esse termo, de arte urbana para pública...

SE: Consideram que o mercado da arte já abriu definitivamente as suas portas à arte urbana?

RF: Sim, sem dúvida. Há já imensa gente a fazer muito dinheiro.

DS: Há muitos deles a adoptar a técnica de se aproximarem mais do público, em vez de exporem entre portas, exporem fora para atrair... não querendo ligar isso só com arte urbana, tem a ver também com arte pública.

SE: No que diz respeito à arte urbana, o mercado da arte tem-se demonstrado mais receptivo a artistas emergentes ou é ainda uma exceção para artistas de renome?

RF: Para serem de renome, têm automaticamente que ter sido emergentes um dia. Acho que eles estão a apostar um bocado nos bons...

DS: Eu acho que se faz muito investimento nos que andam aí na berra... não há grande valorização para esses artistas emergentes. No nosso caso tentamos ser o mais transversais possível e se calhar convidar um ou outro que ainda não se... ao fim e ao cabo, apadrinhar... não querendo ser prepotente, mas apadrinhamos esses artistas emergentes...

SE: São um veículo para eles se lançarem...

RF: Sim, exactamente. É um bocado por aí...

SE: Existe no mercado da arte um nicho de coleccionadores de arte urbana?

RF: Sim já existem. Aqui em Portugal não digo, mas lá fora sim, já existe.

DS: Se bem que agora, esse nicho cá em Portugal ainda está muito virado para os trabalhos do Alexandre Farto (VHILS) e esses trabalhos ainda não são consumíveis para o comum dos mortais. Mas sim, há grande valorização e aquisição de peças por parte dos portugueses.

SE: De um modo geral, existe um perfil de comprador de arte urbana?

RF: Acho que esse perfil ainda não está definido. Qualquer um que goste de uma boa obra...

DS: Há muito mais interesse por pessoas da nossa idade... dos 17 aos 34 anos.

SE: Ou seja, pessoas que convivem mais lado a lado com este tipo de arte...

RF: Eu conheço uma pessoa que trabalha no Ministério das Finanças que tem imensa *street art* em casa, e tem quase 50 anos. Tem imensos tipos de arte e tem lá uma ou duas pecinhas... não há muito, não há.

SE: Consideram importante a existência de um agente que faça a ponte entre o artista e o mercado e vice-versa?

DS: O artista podia ser o seu próprio agente. Aí está, eu acho que o artista devia ter formação suficiente para conseguir catapultar o seu trabalho para o mercado. Deviam ser os gestores, deviam ter esse papel de conseguirem fazer a comunicação...

SE: Mas de certeza que o artista se vira muito mais para a parte criativa...

DS: Se estão a exigir que as pessoas sejam flexíveis, polivalentes... eu acho que eles também devem ter esse papel. Temos o caso Alexandre (VHILS), agora tem uma máquina a trabalhar atrás dele... mas mesmo assim nunca se descolou de investir em comunicação...

RF: Seja em que arte for, a maior parte das pessoas que trabalham em arte, teatros... todos têm alguém que vai procurar trabalho para eles... acho eu...

SE: Tu tens essa ideia de que o artista deve ser o seu próprio agente e deve fazer a gestão do seu trabalho, mas...

RF: sim, mas a verdade é que se não tiveres muitos conhecimentos também não te safas, então é sempre bom ter alguém com alguns conhecimentos para te safares e acho que é um bocado por aí...

SE: E acaba por ser importante para o artista?

RF: Acho que acaba por ser um bocadinho, vá... o mundo onde nós vivemos ainda vai muito de... opiniões, um tipo pode ser muito bom mas se não aparecer outro que diga 'realmente és mesmo muito bom', ele primeiro que mostre que é muito bom vai andar a penar uns bons tempos...

SE: Acham que esse agenciamento poderia provocar um aumento na oferta e procura no mercado da arte urbana?

RF: Completamente. A partir do momento que se cria um núcleo do agente, um núcleo do cliente e um núcleo de artistas, vai haver sempre procura.

SE: Quais é que vocês acham que são as principais transformações que a arte urbana sofreu até chegar ao estado atual?

RF: Conheço mais internamente a arte urbana há 3 ou 4 anos, mais dentro dela, antigamente era uma coisa que eu gostava de ver mas não conhecia nem pesquisava grande coisa...

SE: Mas mesmo de há 4 anos para cá, vês algumas transformações?

DS: Em 1998 foi quando houve os primeiros surtos de arte urbana, com *graffiti* puro e duro nos comboios, no metro...

RF: Antigamente o pessoal... a verdade é que, o gueto faz é aquelas letras, que é uma boa técnica mas criatividade zero e hoje em dia tu vês trabalhos com alta criatividade...

DS: A verdade é que há aí um impedimento... por aquilo que se tem vindo a analisar... as pessoas não se conseguem identificar um tanto ou quanto bem com aquela forma de expressão e sim, tem havido um grande aumento e tem-se feito outras expressões e há um maior interesse quando algo diferente surge nas paredes de Lisboa... e em São Miguel.

SE: Então o desenvolvimento é positivo?

DS: Sim, isso só vai trazer mais-valias a nível socio-económico para o país se continuarem a apostar cada vez mais... eu não estou a falar só de arte urbana, as intervenções também têm esse cunho, por isso não nos vamos focar só em murais... (áudio não é perceptível) trazer alguma obra para a cidade e ocupar e ocupar os espaços com esse género de expressão, é importante.

SE: Em lisboa o impulso/estímulo da criação artística urbana é institucionalizado, no Porto o mesmo não se verifica. Tendo em conta este aspecto, que diferenças aponta entre a arte urbana da cidade de lisboa e a do porto?

DS: Eu não sei até que ponto é que o Sr. Rui Rio... não sei até que ponto é que isso é uma acção para depois tentar ordenar o território e legalizar as paredes para os artistas. Este assunto agora pôs-se sobre a mesa... As pessoas estão a tornar-se cada vez mais críticas e a verdade é quando tu plantas um jardim em tua casa, o próximo passo é que o teu vizinho te copie, ou seja, que tenha um jardim igual ao teu... Se calhar daqui a uns anos o Rui Rio, já não está lá e as pessoas vão poder ter outra abertura em relação a este género de arte, o que não falta são bons artistas no Porto.

Anexo L – Entrevista Pauline Foessel

Pauline Foessel é a actual gestora do estúdio de VHILS e directora da Galeria Underdogs. De origem francesa, formou-se em empreendedorismo na Skema Business School, em Lille. Antes de ingressar no projecto Underdogs, colaborou enquanto assistente na Galeria Magda Danysz, em Xangai.

Entrevista realizada dia 16 de Julho de 2013.

Sara Eugénio (SE): How did the Underdogs started? How did you involved in it?

Pauline Foessel (PF): So two things. It started... it was Alexandre Farto (VHILS) who started it like three years ago now. It was a project... he started with Vera Cortês Art Agency and basically there was to give some room for street artists, so it was many street artists from Portugal that were exhibited during the shows and there was like kind of the curator who is Vera (Cortês) and so on and as we know he has been really busy with his own career and it's a project he put in parenthesis for three years and we have been joining the team, like VHILS team so now I'm the manager of VHILS studio.

(SE): The only manager?

(PF): Yeah, I'm the manager of the studio and then we have one producer, who is doing all the production of the work; we have one designer; and we have like an assistant for general stuff. So this is the studio of VHILS, and I have a background in galleries because I was managing an art gallery in Xangai, in China for two years and a half, and with Alex (VHILS) who is the artist, I'm more like the business part of it, and we had this idea to restart the project with a different way to do things which was not doing one group show during one year or two group show a year. We will go to do something quite complete that is inviting artists for shows or group show or solo shows, doing murals in Lisbon and to pretty like release a prints on our website. So that was really like three targets of people, the ones who are in the streets who have never ask to see anything on murals, if you want, and we have the public from galleries who are like, want to go and see art, and we have the edition wish is opening the projects...

(SE): When you put in the gallery you are creating a kind of a niche of collectors?

(PF): Yes, of course...

(SE): A profile of a buyer?

(PF): Yes, of course. Definitely. I mean, if you put artworks into walls it rings the bell to people who wants to buy...

... we restarted the project with something really complete and, I mean, Alex (VHILS) knows a lot of artists because he is travelling a lot, doing festivals and so on. So he was bringing this input and we are choosing the artists together and so on, and I'm more doing the organizational part. And yeah, you were talking about collectors...

(SE): Can you explain this business model? You said that you put in on the streets, you put it on the gallery and you put it on the site, but to sell through the site and to sell through the gallery, right? That's the business model...

(PF): Yeah, basically, we didn't wanted to discredit the outside work with inside work, so in a way we need to have money going inside with another way because it's not with the murals that we're going to have money, so it's a way sustain the project, so... to release prints, to have art works on sell, definitely.

(SE): This space (Underdogs Gallery) belongs to Câmara Municipal?

(PF): No, no, no. We are renting the space for six months. We were looking for a space at the beginning and, I think, in the end we choose to keep the idea of the very very beginning of the project, was to change from one space to another for each show but is logistically difficult and if you want to have a (audio não é perceptível), like a high standard space in a way art space, meaning white walls, nice floor and something that looks like a gallery, with lights and so on, it was difficult to change from one place to another. And each time these places that are a bit like a factory, underground and so on, so you need to redo everything and... I mean, It was not doable to do four different places in seven/eight months, so we decided to go in one place, choose one place to make it like look good and... go ahead with this one at least for this year.

(SE): But you have sponsors?

(PF): We do have sponsors, yeah. We work with... for this show we work with the American Embassy, with Câmara Municipal, they are not giving money but they are helping a lot with all the walls, with the police, all those stuff, all the logistic part of the murals which is a big thing. We had Redbull who is helping also. On this show we had after four drinks and so on, like Desperados. I forget the cherry picker, so we have a sponsor for the big machine to paint the walls.

(SE): It's easy to get a sponsor to things like street art?

(PF): To be honest I'm quite surprised because, yes, we have a lot of... I mean, even if it does not... the contact that you had at first does not transform into a big amount of money... they're

all interested, they are available for meetings to hear what we have to say and so on. After I think it's a... big company they have like budgets for the partnership and it's not like in the middle of the year, it should be done like the year before, six months before. So it should be done, for example, for next year it should be done in September because they have a sort amount of money for partnerships and they already have given everything that they have in a way. So, they are up to with but more for next year and I joined the team only in January so it was been a big work since January but all this things needs to be done even before, you know?

(SE): What should be considered urban art?

(PF): That's a difficult question. I have to say... I've never been so much in street art, I've been in a gallery before, like the gallery I was running in Xangai, that had something for street art but it was not like... I've never been like super passionate for street art. I'm really discovering it, so it's... I mean, I'm discovering, I know what it is about and I'm working with Alex (VHILS) now so it's something I get more used to it but... I mean, street art it's...

(SE): In your opinion...

(PF): I mean, everything that I find interesting in the streets, of course you have the ugly stuff and... but I mean, it has a meaning it's not just an ugly thing like signature on the wall, there is a meaning, there is those like guys who are trying to spread their names in the city and it has a sense, you know? Trying to push the limits and paint trains and all those stuff but... after where to define the line, that is difficult. I mean, for me street art is also what we do, even if it's illegal, it's giving art to people who are, like, giving the possibilities to artists to put what they have to put on walls and to give them freely to people, not ask people to go in some places but just going back from work and seeing that stuff, you know? And they have an opinion because art is for me and street art is to give to people something to see that they would not see, you know? So, that's the power of street art which it's not the power of contemporary art that are in galleries or museums. I'm sure you have much more like people seeing what we have done with interest everyday then those people who never go to a museum, probably. So that's... yeah... I mean, I don't know if I really replied to your question.

(SE): What boundaries separate urban art from public art?

(PF): I mean, public art is not obviously street art, it can be... it can a sculpture in the street, it can be... street art... we are putting a name on something which is the guys who are doing murals, after public art can be something else. The thing is, for me public art it's authorized by public authorities to be able to do it, to be able for artists to do it.

(SE): But you have a kind of this in street art, you have walls in Lisbon that are free to paint...

(PF): I think street art can be inside public art, you should do two bubbles and you have one that's joining which it can be public art and street art can be public art, but you have also street art that is not public art and you have public art that is not street art.

(SE): How urban art should be explained to the new generations?

(PF): I think we need more images and work than words, so if you give them images you show them that's... yeah, I mean graffiti is one thing but you can also have artists, like, guys who are creating outside and... like not only signature but like... it's more showing them than talking to them, I think... to kids. And it's funny because we are working to do kids workshop in the gallery also, to show them like what... because in the end we talk a lot about street art and so on but I think it's interesting to show to young generation that it's... art is even more open that what they can think.

(SE): That it's not about vandalism...

(PF): Yes, completely, but it's like what we are saying, where to draw the line? Between vandalism, even sometimes, you see illegal stuff because vandalism isn't all the things... but illegal stuff sometimes are so good, you know? And you're like, 'who is that guy!', and I would tell you for me is street art and it's good, it's not because illegal that is not good.

(SE): When you pass and you see a graffiti or something in the roof top and you think 'oh my god...'

(PF): how did they did this?! It's all about that, it's about challenge and so on, but now we are making something legal out of something that is illegal, but it's good because it gives voice to people, to express themselves and is also to educate in a way, people and kids that can be heard and it's not really something negative all the time, you know?

(SE): Do you think that there could be more investment in the education/formation of society about urban art?

(PF): I think it's better and better, I mean, if you look just at Portugal look at the Council, what they are doing, I mean, Lisboa because Oporto is something else, but, I mean, they are helping us to find walls to put stuff on their walls, like, they are helping a lot, and I mean, It's kind of a way to try to educate people through it, you know? And it's sort of... is the Government that needs is to do this and they are doing it in a way.

(SE): So you think people in Lisbon are more prepared to understand?

(PF): I think so, yes. I mean, it's not the case everywhere. In Paris, putting stuff on walls is difficult, it depends on the Arrondissement so it's like the city is divided by districts, if you

want, and it really depends on the council of the place and can take months and months and months to have walls in Paris.

(SE): Legal...

(PF): Yes, I'm talking about legal stuff. Because you tell me for education, for me it needs to go through the state, you know? I mean we can do a little job, that's what we are doing, but you know you can never put like big murals without the State helping you, I mean, you can do on or two times, you can put a cherry picker or illegal and going for it but at one point they will know if you are a organization like us but they will know at one point that it's you and they will never help you, never again and that's not the point. I think here, I mean, I'm happy to say it they are helping and they are doing it, you know?

(SE): What is the impact that urban art causes in society?

(PF): I'm repeating myself but it's giving art to people who would not see it, which is enormous because you have a lot of people who never put a feet in a museum or a gallery, you should do like a (audio não perceptível) all the people in the world and goes in those places, I think is the power of street art.

(SE): In your opinion, taking in account the actual state, which is the degree of acceptance of graffiti and street art as work of art?

(PF): On a scale of ten?

(SE): Yes.

(PF): Maybe six. I mean, I'm not Portuguese, I'm going to tell you the first thing that shocked me when i arrived in Portugal, like six months ago, was the amount of graffiti you have in this city. Is it because is a poor city in a way? Because, I mean, it's just by washing walls, it's just by cleaning them, in Paris you probably have the same amount but you have guys coming and cleaning all the time, all the time. It's just... here they are not cleaning as much as Paris or London, but you go to Greece, it's the same, is covered of graffiti everywhere. I think that people are used to see it, you know?! It's part of their... I mean, if I go in France I see walls like this everywhere I'm going to say 'oh! That's weird'... so I have a less acceptance of it, you know, if you want... but here, it's just I'm use to it. So I supposed there is something but after I'm not really sure that people are really ready to see like a wall that is orange or Indian and cowboy wall, I think they can like it but they can also really dislike it, so... but in terms of, like, the degree of the acceptance, yes, i would say six or seven.

(SE): But in comparison with other cities in Europe? Do you think that here...

(PF): That's more, again, because the council is helping. You know? I mean, I've never seen a city with so much stuff happening in terms of street art...

(SE): But we have two big cities here in Portugal, we have Lisbon and Porto, and is two completely different realities...

(PF): Different cities,,, Yes, I've heard about Oporto... it's really difficult to do anything...

(SE): I've been in Porto last month and I saw somethings and I speak with artists and they are all very furious about it...

(PF): I heard that it was two different things but here if you think you have this huge wall not far from Amoreiras, you know, you have this wall there... I'm not telling that is good or bad, I'm just telling there is stuff to express your self... that are giving to people.

(SE): Maybe that's difference, here in Lisbon you have space to do it...

(PF): Anyway, everywhere you're going to have people who wants to do it but here the Câmara give more space to do it and in a way it's not stupid, because when you give more space people are aware and do less... probably it's a way to deal with vandalism to... I mean, they don't do it for free and of course they have an interest by doing it, but is normal, I mean...

(SE): I think that here in Lisbon they have a lot of walls with many tags... so, in my opinion they think that if they can put a piece, a masterpiece, in that wall the tags disappear...

(PF): Yes, yes of course. But I mean, it's a win win situation. Of course they are expecting something out of it but I understand them in a way, so... it's the way it is.

(SE): How do Design relates with street art?

(PF): Design? I mean... In what terms, what do you mean?

(SE): like... you have things like stencil and others creations that is more like Design...

(PF): You have artists who are using more design to create, right? Yes, but it's... I don't know, if the technique of the artist is typically CYRCLE are using a lot of design but it's their essence, after... INTERESNI KAZKI is all inspired by surrealistic cartoon from the old Russia and all that stuff... I mean depend on the artist I would say.

(SE): it's like just a technique?

(PF): yes, I would say it's a technique...

(SE): How street art is seen by the creative industries?

(PF): there are more and more recognized, I think... because I truly think that you have galleries that started to recognize them, ten years ago, fifteen years ago, galleries who dare saying 'this is something, you need to look at it' and... I mean, for Portugal I don't know, I don't want to tell you anything wrong but I'm seeing a bit the thing in France and you had galleries that, like, fifteen years ago was doing shows with (audio não é perceptível), JONONE, all those guys which have been...that now are quite famous and they are just saying

‘look at this because it’s going to come one day’ and yeah, now I mean you had shows in the TATE, I mean, the TATE did the wall and other thing. In Paris you have the Fondation Cartier that has done a huge show about street art and the Grand Palais, so is a collection of collector like...

(SE): And I saw something of VHILS in Pompidou...

(PF): yes, in Pompidou they have been doing this with street artists, also it’s not a museum its an institution, which is the most important now are giving voice to those kids, I mean, they are not kids because guys like FUTURA is like fifty five or sixty, JONONE is forty something but it’s... if Institutions start to giving some room then everyone’s going to look at them, you know? So that’s... galleries dare to do it but now institutions are putting the...

(SE): Do you think that galleries do help the street art so it can free themselves of the stigma of vandalism and illegal?

(PF): Kind of, yeah... I think it helps, I don’t think they do it to be nice or anything, I think they are doing it because they truly believe that it can be the next, or it is, today the movement, like impressionism, I mean, those guys, those galleries has made the street art a movement but it was for money too. Yes, I think it’s helping in a way but without them we would not have any exhibition, we would not have any people looking at us and so on... so in a way, yes, it’s helping, I suppose. I mean I’m having a more gallerist talk, if you ask to an artist he will tell you something completely different. But yeah, I suppose that you are doing it, so it’s interesting.

(SE): Do you consider important to have an agent to make the connection between the artist and the market?

(PF): At a certain point yes, definitely... and trust me, I have worked with a lot of artists and I’m telling you, I’ve never met an artist who is able to do the job of a manager, more or less well, but it’s not their job, I cannot be an artist but I can be a manager, so why an artist could be a manager? It’s a job, I mean, we are all trained in a way to be some... like to have a job you know, and that’s it I cannot paint something but I can do something but why a painter could do my job, not me in specially but in general. I cannot be a doctor, I don’t have the skills for that and how can you ask an artist to know how to deal with a company, to know how with the accountancy, with galleries, with all that stuff. At one point it’s skills and it is essential to go forward to me.

(SE): Maybe is just the new artists, the emergent artists, who don’t think that they need someone...

(PF): Yes, and they probably don't need it at first, you know, because at first you don't have that much like stuff, but at one point when you start to do more and so on, if you want to follow everything, I mean, you need someone to take care of it, I think. It's all about the... an artist has a relationship with the gallery that is completely different from a manager and a gallery, because it's different, feelings are not the same, a manager can talk about money the artists is more difficult, it's a lot of stuff, you know?...

(SE): I think it's the best way, it's to have a manager who do all that job...

(PF): But you need to can... to employ someone and to able to pay someone and artists who are starting are not able to do this, you know?

(SE): Maybe you can start from zero...

(PF): Both persons can start from zero you mean...

(SE): Like pro bono, like if I was an agent and you were an emergent artist, I see your work and I think that you have value and I can try to sell your works. I think that's not impossible to do that...

(PF): yes, but here what you do is in a way... you do the work of a gallery not of a manager. Manager is on the side of the artist and he's not trying to sell art works, he is doing all the connection and all the... all the... organizing everything, you know what I mean?

(SE): Yes, you are talking about make connections with galleries, events... to promote the artist...

(PF): Yes, all the projects, I mean, if you had... because street artists they have walls to do and if you had the walls undone you have coordinate with the project there, the flies, the accommodation, the fees, material and all those stuff, you know? This is something else, you don't try to sell artworks here, so it's difficult to make money out of it, I mean, you can start like this, if you had an artist fee I'm taking twenty percent of it and I'm paying like this for the job I would do. I don't know, I never thought about it...

(SE): Sometimes I think about it to try to understand how this can be a business...

(PF): It can...

(SE): yes, it can... there are a lot of business... like, agents of street artists...

(SE): Do you think that street art should be commercialized?

(PF): Sellable? In an extent yes, and in an extent no. Yes because it makes it go in inner circle that is smaller and I don't think that any wall of the city should be on sell. Outside work I would say no, because market... what you think is like putting it into a market that can be bought by your colleagues and so one, yes? So, some artists will decide to do it, some others no but I, I mean... I could consider really good street artists who is doing only things in the

street there are not on sell, so... I think it's easier and better if you want to earn money, but you can be a really good artist without earning money from it.

(SE): Do you consider that art market has finally opened its doors to street art?

(PF): I don't know... I would say on my city, I know in Paris you have auctions with street art stuff, BANKSY and all... European world yes, but in Portugal I've no idea...

(SE): I was thinking that you could have an idea because of the gallery and the exhibitions...

(PF): Yes, I mean, yes we have people who are willing to buy but art market I was thinking like more auction and so on...

(SE): I think that is not too much developed here...

(PF): That's why I was saying no but, of course, if you are doing a show that you are expecting to sell art it's better.

(SE): Do you think that the art market has proved to be more receptive to emerging artists or famous artists still?

(PF): yes, because street art is kind of a movement, so, you have a lot of other movements that are recognized collected by other people. I think in Portugal you don't really have any galleries that are really focus on street art and everything, so I don't think there is really an eye on it yet and I'm really happy, actually, to do Underdogs because of that because give to people another view on what is street art and the pieces inside galleries and so on... and to give more awareness, you know?

(SE): we have some galleries here but do not focus only...

(PF): No, it's more conceptual... I know... There is another level of artists with galleries today in Portugal that are issued from street art... Alex (VHILS), that's it. And I mean, if you look at Vera (Cortês) what she has is not at all street art, except Alex (VHILS) and if you go talk to her she will tell 'no, Alex (VHILS) is an artist, he's not a street artis'.

(SE): She reject...

(PF): She doesn't rejected but she like the idea of considering him as an artist, because is so putting a sticker on the face, you know? I mean, today everyone is, like 'yes, it's street artists' but look at the work he is doing inside... yes, the stuff are coming from the street but it's not street art...

(SE): The main changes that street art suffered to reach the state in which we know it today? We don't have just graffiti anymore, we don't have just tag anymore... we have a lot of things like, performance... do you think that is a good development...

(PF): Yes, I think it's good because is not you always use the same techniques it looks like the same, at one point stencil... ok... but let's go and look for new techniques, which is really

strong with the work of Alex (VHILS), he put another technique, you know? Which is cool and I like the fact that we can... you always can push it, it's in the streets so you can always find new stuff...

Anexo M – Entrevista Sílvia Câmara

Sílvia Câmara é Técnica Superior na Câmara Municipal de Lisboa e actual coordenadora da Galeria de Arte Urbana. Licenciada em Relações Públicas e Publicidade, no Instituto Superior de Novas Profissões. Junta ao seu currículo, o Mestrado em História da Arte Contemporânea e a Pós-graduação em Teoria e Ciência Política.

Entrevista realizada dia 30 de Setembro de 2013.

Sara Eugénio (SE): O que deve ser considerado arte urbana?

Sílvia Câmara (SC): Arte urbana para mim é aquilo que é produzido, em termos artísticos, em espaço urbano, ou melhor, é aquilo que teve origem na malha da cidade em termos criativos e é característico por ter aí surgido, é característico... emana dessa realidade da cidade, da urbe. O que não quer dizer que não haja também registo de arte urbana em locais rurais, mas não é aí que ela nasce, ainda que possa depois extravasar para esse tipo de realidades e para esse tipo de espaços. Portanto, a sua lógica de funcionamento, os próprios actores que estão envolvidos nela, as temáticas, estão directamente relacionadas com aquilo que é a realidade e ambiência da cidade. O que é a realidade urbana.

SE: Por exemplo, quando definimos o que é arte urbana como é que a separamos do que é arte de rua, ou é as duas coisas? Por exemplo um músico...

SC: Para mim, eu encaro de uma forma muito abrangente. A história da arte ainda não estabilizou todas estas noções, são fenómenos muito recentes para que isso possa ter acontecido em termos do pensamento historiográfico e até, acho eu, do pensamento estético. Todas essas definições para ainda se estão a sedimentar, ainda se estão a estabilizar. Portanto, para mim a arte urbana inclui isso que disseste, mas também inclui outro tipo de manifestações e de expressões que nascem, que têm a sua origem aí, na cidade e não a sua origem noutro tipo de espaços, nos espaços campestres ou rurais.

SE: Que limites separam a arte urbana da arte pública?

SC: Eu acho que a arte urbana pode ser criada em espaços privados, enquanto que a arte pública tem esta característica de estar, por sua natureza e por sua condição, aberta a qualquer cidadão, é por definição aquela que não tem ou tem um número limitado de restrições ou ao acesso do cidadão e portanto implica, obviamente, uma dose elevadíssima de liberdade em termos de apreciação e de observação. A arte urbana pode efectivamente ser criada em espaços privados, portanto, ainda que nasça na cidade, a cidade não é só composta de espaço

público ou da esfera pública, é também composta de toda a esfera privada e eu acho que a arte urbana pode efetivamente ser produzida em espaços privados, com acesso muitíssimo restricto em termos do cidadão comum. Conheço vários casos, e tu também, de produções, enormes produções, que foram feitas em locais tremendamente inacessíveis, fábricas abandonadas, espaços destruídos e aí realmente as tuas limitações enquanto observador, comum dos mortais, as tuas restrições ao acesso são tremendas. Primeiro, muitas vezes esses espaços são desconhecidos, só a própria comunidade é que os conhece, depois, ainda que tu os possas conhecer muitas vezes não consegues aceder-lhes, não sabes a sua localização e ainda que soubesses podias ter muitas limitações em termos de acesso, isto contrasta tremendamente com o que é a arte pública, que é aquela que está por sua natureza com acesso facilitado. Dentro da arte pública inclui-se variadíssimas expressões artísticas, se calhar mais canónicas, mais ligadas a certas disciplinas, como a escultura. Diria que a história da arte estabilizou mais esse conceito da arte pública como estando ligada a este tipo de expressões ou a este tipo de vocabulários plásticos, enquanto que a arte urbana é uma coisa que, diria que mais recente, mais a ver com uma certa contemporaneidade, da transição do último quartel do século XX transição para o século XXI e a esse nível da arte urbana, como eu estava a dizer, realmente a história ainda não trabalhou o suficiente, ainda não há o recuo temporal suficiente para estabilizar.

SE: Acho que nem sequer há uma necessidade de todas as partes para que haja uma definição do que é, do que inclui...

SC: Porque o fenómeno em si, é um fenómeno altamente complexo, ambíguo, contraditório, com grandes paradoxos, que encerra grandes contradições e para um historiador enfrentar esta situação... um historiador, por princípio, o que faz, se calhar numa visão um bocado limitada, mas o que faz é de algum modo estruturar, tem uma visão estruturalista da realidade, é de algum modo organiza-la, arruma-la, criar fronteiras, separar e criar muitas vezes taxionomias, é criar classificações. O princípio é mesmo esse, é classificar e classificar numa realidade altamente complexa, emergente, onde constantemente estão a acontecer e a aparecer agentes novos, que é uma realidade muito recente por outro lado, que ainda se está por si própria a definir em muitos aspectos é muito complexo para um historiador.

SE: De que forma se deve explicar a arte urbana às novas gerações?

SC: quando dizes novas gerações, as actuais ou as futuras?

SE: Penso mais numa faixa etária a partir dos 10 anos até aos 18...

SC: Nós temos feito algum trabalho a esse nível. A GAU como sabes tem um programa pedagógico que tenta desenvolver paralelamente com todas as outras actividades. Para nós é

muito importante fazer com que as crianças e os adolescentes percebam o que é que está a acontecer à sua volta na cidade, em termos de manifestações artísticas, porque todos eles são confrontados diariamente com um *throw-up* que aparece na rua, com um vidrão que foi pintado, portanto isto é uma realidade muito presente no seu quotidiano e é importante para nós que eles comecem a perceber, a entender o que é que está a acontecer neste momento pelo menos em Lisboa e também que comecem a perceber qual o papel que estas expressões podem ter na cidade, como é que estas se podem relacionar de uma forma harmoniosa com as outras manifestações que já estavam presentes, a azulejaria, a calçada portuguesa, a estatuária. Como é que tudo isto de algum modo pode conviver e por outro lado, fazê-los perceber que há esta vertente mais subversiva e de elevada rebeldia, quase postura anti-sistema que a própria arte urbana encerra e que até certo ponto pode atingir de forma danosa o próprio património. Fazer-lhes perceber o que é que nós entendemos como vandalismo e como é que isso se relaciona e o que é que daí deriva para a arte urbana.

SE: De forma teórica ou também...

SC: Não! De forma teórica sim, mas de uma forma muito acessível e com um discurso próprio para as diferentes faixas etárias que estamos aqui a falar mas também de forma prática. Sempre que fazemos este tipo de formação, fazemos *workshops* com artistas e eles aprendem algumas técnicas ou trabalham e desenharam um determinado tema, muitas vezes em escala muito maior que a sua folha de caderno na qual estão habituados a trabalhar. Eu acho que é mais até a vertente propriamente prática que se entranha e que traz ensinamentos e sentimentos mais profundos, do que propriamente toda a parte teórica. A parte teórica é um auxiliar, dá-lhes algumas palavras, algumas noções, mas pouco mais do que isso, é na prática que uma pessoa aprende.

SE: Considera que podia existir mais investimento na educação/formação da sociedade no que diz respeito à arte urbana?

SC: Claro que sim. Eu acho que genericamente todos nós achamos que em Portugal precisávamos de um maior investimento em termos de educação e a este nível também. Realmente, tem-se dado o caso de muitas escolas nos procurarem, dentro até de faixas etárias muito distintas, interessados em recorrer a nós para explicar aos alunos o que é que é isto que está a acontecer, portanto também a esse nível eu sinto que há uma abertura cada vez maior dos professores, muitas vezes professores ligados à educação visual, até não necessariamente, mas muitas vezes parte daí, porque realmente temos professores de ensino primário que nos procuram e querem que se faça alguma coisa, no sentido de se desenvolver alguma actividade com os alunos. Eu noto da parte dos professores uma abertura cada vez maior e uma

necessidade até de participação, no projecto “Reciclar o olhar” isso tem acontecido pontualmente. Há escolas interessadas em trabalhar os vidrões. Portanto, eu acho que sim que podia haver um investimento maior até de forma genérica naquilo que é a educação pela arte, que foi se calhar um conceito debatido há umas décadas atrás e um pouco frustrado em termos da sua missão, mas acho que se podia regressar aí e pensar na arte urbana como um exercício de cidadania, o que nós afirmamos muitas vezes. É participando de forma criativa no espaço público que cada um de nós pode deixar o seu contributo por uma sociedade melhor e para de algum modo facilitar a vida de todos deste espaço onde todos estamos. Portanto, acho que sim, acho que era importante.

SE: Que impacto provoca a arte urbana na sociedade?

SC: São inúmeras as vertentes, porque não é só uma questão estética mas é também uma questão que é mais obvia se calhar, é a tua oportunidade de fruïres obras de arte de uma forma muito fácil, muito imediata e acho que cada vez mais se tem promovido isso, cada vez mais as pessoas podem ter acesso a essas peças porque realmente temos vindo a conseguir fazer cada vez mais na cidade, mas também em termos patrimoniais, em termos da herança artística que podes ligar a gerações futuras. O *corpus* plástico que a cidade de Lisboa já tinha antes e que de algum modo agora foi um pouco renovado e ajeitado com este novo tipo de intervenções. Também em termos urbanísticos, estou a pensar na Fontes Pereira de Melo (avenida), como é que num dos principais eixos da cidade surgem peças de arte urbana, como e porquê, e que impacto é que efectivamente isso tem na cidade, em termos urbanísticos ou até em termos turísticos, que é outro plano para nós importante, porque temos plena consciência de que nos diferentes roteiros da cidade, a cidade turística, começam a surgir apontamentos e começam a fazer-se roteiros e visitas apenas dedicadas a arte urbana. portanto, acreditamos que há pessoas que vêm a Lisboa para ver, ou que buscam também ver a arte urbana que é produzida e começa a ser reconhecida também em termos internacionais. Depois obviamente que em termos sociais, porque a arte urbana também tem esta capacidade e quando nós fazemos intervenções em bairros sociais ganhamos cada vez mais essa consciência. A arte urbana tem muitas vezes esta capacidade de dignificar e de tonar mais identificável, no sentido em que as pessoas se identificam mais com o lugar, reforça a identidade do lugar, muitas vezes se essa comunidade que está próxima de determinado espaço, participar, entender e encarar como sua a intervenção de arte urbana, são múltiplos e variadíssimos os impactos mas é um fenómeno altamente complexo onde tu não consegues alinhar uma única faceta, paralelamente a essa há todo um conjunto de facetas que correm simultaneamente.

SE: Na sua opinião, tendo em conta a atualidade, qual o grau de aceitação do *graffiti* e da *street art* enquanto obra de arte?

SC: Eu acho que conseguem reconhecer mais e acho que um dos objectivos da GAU tem sido e continuará a ser enquanto existir, esta tentativa de desconstruir os preconceitos que as pessoas tinham sobre arte urbana, no sentido até de tomar o vandalismo ou ataque ao património através de algum tipo de inscrições, como todo, como o que exclusivamente acontecia dentro do universo da arte urbana e acho que as pessoas começam a perceber que para além disto, que existe efectivamente e que é um problema que temos que enfrentar e que encarar, há toda uma panóplia vastíssima de expressões, de artistas, de temáticas, de técnicas que derivam daí muitas vezes mas que são muito mais e muito maiores que esse núcleo central ou que essa área que é esse registo mais vandálico. Acho que as pessoas hoje têm mais consciência pelo menos em relação à cidade de Lisboa. Eu sinto muitas vezes quando estou a falar para públicos de uma faixa etária muito mais elevada, até pessoas idosas, sinto que há uma apetência maior e até se calhar uma abertura maior destas pessoas para com este tipo de trabalhos, do que propriamente para outros registos que estão a acontecer em termos da produção de arte contemporânea que muitas vezes produz para dentro das galerias e produz trabalhos muitíssimo herméticos, em termos conceptuais e plásticos, que não chegam a uma população geral e se calhar a uma população média que se calhar não tem uma cultura visual assim tão vasta. Sinto que a arte urbana chega muito mais facilmente a essas pessoas, não só por estar em espaço público mas também porque as toca, as comove e as atinge de uma forma mais imediata. Portanto, eu acho que as pessoas começam a ter consciência cada vez mais em Lisboa, porque também se pensares em projectos como o “Reciclar o olhar”, os vidrões, há cada vez mais pessoas de diferentes tipos a participarem não necessariamente só artistas, muito pelo contrário, é um projecto dos 8 aos 80, qualquer pessoa pode fazer aquele projecto. Isso podia ser uma premissa e depois não se concretizar, mas efectivamente concretiza-se. Portanto, acho que sim, acho que cada vez mais as pessoas começam a perceber o que é isso da arte urbana, ainda que eu ache que é um longo a percorrer, mas acho que as pessoas começam a entender cada vez mais.

SE: Como é que o Design se relaciona com a *street art*?

SC: O que nós temos verificado nos últimos anos, pelo menos em Lisboa, é que há cada vez mais estudantes, alunos artistas que vêm de outras áreas, não necessariamente da rua, a integrarem-se dentro do universo da arte urbana. Gente que vem da ilustração, gente que vem das belas-artes e gente que vem do Design, há cada vez mais pessoas que integram a arte urbana e portanto, deixou de ser aquele núcleo iminentemente autodidata das pessoas que

aprendiam na rua e aprendiam com o *old school*, com os mestres da *old school* e que precisavam de 10 ou 15 anos de rua para aprenderem a fazer qualquer coisa que eles considerassem minimamente de qualidade. Isso deixou de ser o percurso comum, habitual, ainda que se mantenha de algum modo, para surgirem cada vez mais artistas que têm formação superior, que estão cada vez mais interessados também porque encaram como oportunidades até muitas vezes comerciais e financeiras, estão cada vez mais interessados em trabalhar em arte urbana. Por exemplo, nós fizemos agora uma intervenção aqui na Rua de São Bento, no contexto do Festival Todos, com o CORLEONE e com o IM FROM LISBOA, que são ambos designers e a quem pedimos que trabalhassem num muro grande ali na rua e um conjunto de armários técnicos e que trabalhassem ao nível da tipografia, da caligrafia, da letra. É um trabalho que se relaciona intimamente, por um lado, com a origem caligráfica do *graffiti*, em como tudo começou na letra e até na demarcação do território através do teu *tag*, mas que hoje de algum modo já derivou para outra coisa, já bastante distinta que é ter quase um trabalho gráfico sobre as próprias fontes da letra. Eu acho que aquilo é um bom exemplo de uma fusão quase entre o trabalho de rua e com essa origem do *graffiti*, com o trabalho de alguém que já está a adquirir uma grande experiência na área do Design gráfico. Como tu vês ali, algo de novo resulta, quando muitas vezes tu juntas pessoas ou dentro da comunidade tu encontras pessoas que provém de outras origens, isto faz com que os discursos se modifiquem, com que as técnicas se modifiquem, com que as atitudes se modifiquem, portanto há assim quase como uma pequena revolução dentro da própria comunidade e muita gente vem do Design gráfico. Por outro lado as marcas cada vez mais procuram a arte urbana como fonte de inspiração e no trabalho da criação dos seus objectos comerciais.

SE: Para além da apropriação que eles fazem...

SC: Sim, exactamente. Cada vez mais pedem a artistas para customizarem os seus ténis, os seus carros, os seus Iphones, os seus telemóveis, etc. Portanto, também há uma apropriação a esse nível.

SE: De que forma a arte urbana é vista pelas indústrias criativas?

SC: Eu acho que a arte urbana já entrou para as grandes indústrias culturais, nomeadamente ao nível dos grandes museus, das grandes plataformas de criação de discurso plástico e até de pensamento plástico, casos notáveis como a Tate Modern, que organizou, se calhar, a grande exposição de arte urbana até hoje. Claro que há outras que marcaram a história da arte ou a história da museografia, por exemplo, a Fundação Cartier. Nesse sentido a arte urbana começa a entrar para esse universo das indústrias criativas, em Lisboa era importante salientar a exposição d' OS GÉMEOS realizada no Centro Cultural de Belém, que é uma das nossas

grandes plataformas da indústria criativa ou cultural em Lisboa e até em Portugal. Noto que ao nível das galerias, a coisa está a acontecer agora, está a começar a acontecer agora e eu acho que ainda não se despertou muito da parte dos galeristas para aquilo que é a arte urbana, mas já começam a aparecer algumas exposições, nomeadamente a Agência Vera Cortês tem uma ligação muito próxima com o Alexandre Farto (VHILS), já organizou uma individual do Alexandre, já organizou uma grande exposição colectiva também com artistas de *street art*. Portanto, acho que isso está a começar a acontecer. Não acho que, por exemplo, ao nível da criação do pensamento estético não sei se se pode chamar a isto uma indústria, mas para mim há um estrato de pessoas que criam pensamento e crítica sobre objectos artísticos, eu acho que ainda não entrou de todo, não há pessoas neste momento a fazerem crítica sobre arte urbana, há jornalistas muito interessados que recorrentemente agarram no tema como matéria de trabalho, mas acho que ainda falta percorrer muito para se chegar a um pensamento crítico. Também ainda não há curadoria feita a este nível. Uma das preocupações da GAU é também criar curadoria, criar um astro de curadoria a este nível, fazer com que a nova geração de curadores que está mais relacionada e vocacionada para outras áreas, comece a pensar e a reflectir sobre a forma como pode agarrar a arte urbana e trabalhar. Há muito ainda para fazer, acho que as indústrias culturais se começam a abrir mas ainda há um longuíssimo caminho.

SE: A arte urbana perde a sua essência quando exposta em espaços expositivos?

SC: Eu acho que há artistas que pensam que sim e há outros que não. Por exemplo, inaugurou recentemente a exposição do MAISMENOS, no contexto do projecto Underdogs e a sensação que eu tenho é que esta é uma fase muitíssimo significativa no percurso deste alter-ego do Miguel Januário (MAISMENOS), muito por aquilo que ele conseguiu produzir dentro do espaço da galeria, mais até do que propriamente por aquilo que lhe foi possível criar em espaço público neste contexto. Para mim a exposição deriva muito directamente do seu trabalho de rua, mas realmente é uma nova fase e é uma fase muito marcante e determinante naquilo que vai ser o percurso do Miguel. Eu acho que neste caso não se perdeu nada, muito pelo contrário, até se exponencia em muitos sentidos a profundidade da crítica e da reflexão que está associada ao trabalho dele, mas obviamente que há artistas que acham que quando vais para dentro de uma galeria mataste o espírito da coisa, mataste o espírito da arte urbana, que lá está, deve ser produzida em espaço urbano e não em espaço mais privado. Eu também acho que não são todos os artistas que conseguem fazer essa transição, mas isso também acontece ao nível dos artistas iminentemente de galeria que muitas vezes quando transitam para o espaço público não ficam completamente confortáveis nessa escala. A mudança de escala é uma coisa muito radical e muito difícil de se conseguir, enquanto que numa galeria tu

estás a produzir 1 metro por 2, que é a dimensão de uma peça, em espaço público estás a produzir em áreas monumentais, nem sempre os artistas se sentem confortáveis nessa transição, nalguns é quase um dado adquirido estava a lembrar-me, por exemplo, do ARIS que é um miúdo muito novo e que consegue de forma muito imediata e rápida essa transição, consegue produzir em escalas enormíssimas, com uma facilidade surpreendente e há outras pessoas que não, que se sentem mais acanhadas. Há artistas que se sentem insatisfeitos nessa transição, não conseguem chegar lá e há outros que naturalmente com o talento e intuição que têm quase que chegam lá de forma imediata. Eu não tenho o preconceito das galerias, não acho que os artistas se estejam a vender quando entram para uma galeria. Admiro muito os que conseguem fazer essa transição de forma satisfatória para eles próprios e para o seu público também, não acho que estejam a vender a alma ao diabo quando entram no mercado da arte urbana, não encaro nada assim e sou muito pouco... diria que encaro essa vertente comercial ou retiro toda a parte quase pecaminosa, ou com a vertente materialista e comercial que possa ter, acho que isso faz parte da carreira de uma pessoa. Quem quiser dedicar-se à arte urbana como via profissional é impossível não venderem trabalhos, é impossível não entrar mais tarde ou mais cedo para uma galeria para se sustentarem. Não tenho nada essa visão, acho que é o percurso naturalíssimo e que quem optar por fazê-lo tem totalmente o nosso apoio, assim como outros têm e que não optam por fazer isso. Aceito totalmente.

SE: Que razão leva os artistas urbanos que criam com o intuito de ver as suas obras expostas na rua, a produzir obras destinadas a espaços confinados? Talvez tenha a ver com aquilo que estava a dizer em relação à subsistência...

SC: Tem a ver com isso, claro que sim, mas eu acho que também tem a ver com um outro tipo de público. O público que acede às galerias ainda é uma determinada elite, ainda que as indústrias culturais forcem cada vez mais esses limites e há cada vez mais gente a esses espaços culturais, quebrou-se um pouco esse elitismo da cultura, pelo menos em termos das grandes exposições. Se fores ver os números médios da Tate Modern ao final de um ano, são milhões e milhões de pessoas. Cada vez mais a galeria ou esses espaços sacrossantos ou sagrados da cultura, são espaços muito restrictos vocacionados para um determinado público e cada vez mais isso está aberto e é expansivo a mais pessoas. Mesmo assim, em Portugal, nomeadamente em Lisboa, eu acho que as galerias realmente ainda são espaços de culto personalidades, culto de figuras e culto até de obras, portanto, eu acho que quando um artista entra para esse tipo de situação procura de algum modo um reconhecimento dessa elite, procura ser reconhecido e procura, muitas vezes, quebrar essa fronteira que é a vinda da arte urbana, diria que não das belas-artes ou não das artes elevadas, vinda da arte urbana, das artes

que estão cá em baixo e que partem da rua. Acho que há muitos artistas que encaram a entrada para uma galeria como um salto, uma progressão, como um outro patamar que conseguiram atingir entrando dentro do universo das belas-artes, das artes ditas mais elevadas ou canónicas.

SE: As galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal?

SC: Eu acho que sim, também pelo novo tipo de público que conseguem contactar a esse nível, pelo tipo de obras que se produz também nesse contexto. Acho que são um contributo para que isso aconteça, porque muitas vezes as galerias até proporcionam aos artistas condições que não têm na rua, conseguem fazer-los crescer num certo sentido. Acho que isso pode contribuir de forma significativa, para que as pessoas percebam que não é só isto, não é só *throw-up*, na rua há muito mais e há gente com imenso talento e a produzir muitas outras coisas para além daquilo, não é só a carruagem que está “bombada” mas é isso e muito mais. Eu acho que as galerias podem contribuir de forma decisiva e espero que isso venha cada vez mais a acontecer.

SE: A arte urbana deve ser comercializável?

SC: Claro que sim. A minha perspectiva é sempre muito liberal nisso também, liberal no sentido em que acho que os artistas têm direito, se os galeristas os acolherem os artistas têm direito de estar nesse tipo de espaços, muitas vezes eles encaram isso como uma conquista, um salto, um *upgrade* que de alguma forma conseguiram atingir. Acho que tanto os galeristas como os agentes e como os próprios artistas podem e devem ganhar dinheiro com a sua própria produção. Vi que era uma visão muito romântica e muito edílica de um artista conseguir viver do ar, produzindo apenas para sua própria fruição ou para fruição dos seus pares, isso não existe no mundo actual, a não ser que faças a tua produção artística mas também trabalhes noutra área qualquer. Uma pessoa que quer dedicar-se a isto e o quer fazer a tempo inteiro, tem necessariamente que ganhar dinheiro e vender as suas peças, claro que há artistas que se recusam a trabalhar com marcas e que se recusam a entrar para galerias, mas eu não conheço ninguém em Lisboa que o consiga fazer estando a trabalhar a tempo inteira em arte urbana. Os que conseguem ser profissionais, que são muito poucos ainda em Portugal, em Lisboa pelo menos, têm que responder às encomendas, têm que ter dinheiro para subsistir, ainda para mais estamos a entrar numa fase em que eles começam a constituir família, começam a ter filhos. A *old school* ou as gerações mais recuadas começam a ter outras necessidades e outras exigências em termos monetários, portanto têm que se vender. Eu não considero que o facto de uma peça ter um valor pecuniário que lhe vai retirar qualidade ou valor estético.

SE: Considera que o mercado da arte já abriu definitivamente as suas portas à arte urbana?

SC: Em Portugal não, noutros países sinto cada vez mais. Na última Feira de arte contemporânea (Arte Lisboa) havia duas ou três presenças de artistas de arte urbana, pouco mais. Para mim sintomático que no ano passado já estivessem dois ou três presentes, espero que este ano isso comece a acontecer mais e acho que progressivamente isso irá cada vez mais acontecer, porque realmente os galeristas vão começar a perceber o quão interessante são e, por outro lado, quão vendáveis são e quão talentosos são. A comunidade em si também está a expandir-se imenso, o que se calhar há 10 anos atrás era constituído por 40 pessoas, 50, hoje existe uma comunidade muito mais vasta do que isso de gente da arte urbana, a produzir em Lisboa, ou a ser convidada para fazer alguma coisa nesta área. A comunidade engordou e alargou, expandiu-se imenso e há medida que se vai expandindo, os galeristas vão se identificando e vão se reconhecendo noutros artistas. Essas oportunidades naturalmente vão acontecendo e espero que aconteçam.

SE: No que diz respeito à arte urbana, o mercado da arte tem-se demonstrado mais *receptivo* a artistas emergentes ou é ainda uma exceção para artistas de renome?

SC: Obviamente que os artistas de renome têm um peso brutal no mercado, ainda que com esta crise financeira, o que se verifica é que os valores das obras decresceram drasticamente, hoje consegues comprar uma peça de um expoente da produção artística nacional por menos de metade do preço que conseguias há 5, 6 ou 7 anos. Isso de algum modo constitui por outro lado uma oportunidade para artistas que produzem em valores muito mais baixos e eu acho que o interesse dos galeristas também pode ter a ver com isso. Os artistas de arte urbana genericamente ainda têm valores cotados muito baixos, comparados com os grandes nomes da produção nacional em termos plásticos. Muitas vezes, quer os coleccionadores quer os galeristas, particularmente até os coleccionadores agora podem encarar como grandes oportunidades, a compra de obras a um valor muitíssimo acessível em termos de mercado para que daqui a uns anos a obra valha muitíssimo mais. Ainda que por outro lado eu ache que há cada vez mais espaços informais, não propriamente dos galeristas convencionais. Há cada vez mais espaços promovidos e organizados pelos próprios artistas, onde mostram o seu próprio trabalho. Espaços informais de alguém que abre a sua casa para mostrar uma obra ou outra, ou até um edifício abandonado que se recupera para mostrar... A galeria já não é só aquela *white cube*, acho que actualmente se está a mostrar obras de arte em muitos outros tipos de espaços e isso faz com que haja mais oportunidades para artistas emergentes.

SE: Existe no mercado da arte um nicho de coleccionadores de arte urbana?

SC: Ultimamente eu apercebo-me disso. Eu nem sei, se é que posso colocar assim quase como uma disputa, quem é que está a ganhar neste momento se são os coleccionadores privados em termos de atenção dedicada à arte urbana. Se calhar neste momento, eu começo a ter consciência que são mais os coleccionadores do que propriamente os galeristas. Eu acho que os galeristas estão a chegar mais tarde ao fenómeno do que propriamente os coleccionadores. Os coleccionadores já começam a perceber se calhar mais e isso nota-se na última exposição do MAISMENOS que a arte urbana pode ser um bom investimento, que há aqui um nicho de mercado que pode ser muito interessante em termos financeiros, não só a esse nível mas também porque se interessam e porque gostam, porque têm prazer em possuir e em ter esse tipo de obras. De qualquer modo é uma coisa muito residual ainda, muito mínima, serão necessários alguns anos para que haja uma consciência maior a nível dos coleccionadores do que é isto da arte urbana, mas mesmo assim acho que está a começar.

SE: De um modo geral, existe um perfil de comprador de arte urbana?

SC: Eu acho que se calhar é gente mais nova, de uma faixa etária mais nova que de algum modo ganhou algum arcabouço financeiro e que começa a estar mais interessada. Não noto tanto isso ao nível dos “velhos” coleccionadores, ou dos coleccionadores que embarcaram na história da arte em Portugal nas últimas décadas é gente que adquiriu alguma estrutura financeira que lhe permite comprar algumas peças, é gente cultivada, é gente com uma grande cultura urbana, gente que viaja que está habituada a ver arte urbana exposta noutros países também e muitas vezes até procura ver, que tem uma cultura visual razoavelmente elevada, que começa a estar interessada e que começa a adquirir. Como estava a dizer, é um fenómeno tão diminuto e tão residual que acho que é difícil traçares um perfil do comprador de arte urbana ainda.

SE: Considera importante a existência de um agente que faça a ponte entre os artistas e o mercado e vice-versa?

SC: Eu acho que sim. A GAU não é propriamente um agente no sentido tradicional do termo, porque nós não procuramos ganhar dinheiro muito pelo contrário, a Câmara tem permissão de beneficiar o espaço público, praticar o bem comum e de algum modo melhorar a vivência das pessoas e a experiência das pessoas. Diria que somos mais interlocutores, somos pessoas que auxiliamos a que a coisa se concretize. Ao nível do agente, no sentido mais tradicional e convencional do termo, eu acho que há artistas que se sentem confortáveis com agentes e há outros que não, de todo, não encaram, não percebem, não querem ter. Por outro lado, também acho que há artistas que não sabem lidar com o mercado da arte e com todos os rituais, todos os preceitos e todas as condições do seu funcionamento, e há outros que facilmente

conseguem lidar com isso. Acho que alguns artistas naturalmente vão precisar de agente e outros não, saberão como lidar com os galeristas. Eu acho que o agente pode ser sempre uma figura auxiliadora e facilitadora daquilo que é o trabalho, e acho que naturalmente isso vai começar cada vez mais a acontecer, assim como acontece com outro tipo de artistas. Começam a aparecer pequenas empresas, micro negócios de pessoas que querem assumir esse papel de agente.

SE: Considera que o agenciamento de artistas urbanos pode provocar um aumento na oferta/procura no mercado da arte? Uma vez que trará mais artistas, desconhecidos e emergentes.

SC: Acho que sim. O objectivo do agente é exactamente isso, é promover, é marcar presença, é dinamizar, é ganhar dinheiro. Tem mesmo que ter essa repercussão.

SE: Quais as principais transformações que a arte urbana sofreu até chegar ao estado em que a conhecemos atualmente?

SC: As mais marcantes ao nível de toda a história da arte urbana?

SE: Sim.

SC: Em Portugal?

SE: Sim.

SC: Eu acho que há um momento muito importante que é quando alguns artistas do *graffiti* caligráfico, da letra, começam a produzir figurativo. Nomeadamente quando os artistas que ainda assim provinham dessa origem, abandonam totalmente a produção da letra caligráfica e dedicam-se totalmente à produção figurativa e começam a aprofundar os seus universos estéticos e plásticos a partir daí. Para mim essa transição é muito importante e muito significativa e muitas vezes com alguma resistência por parte por parte desses que ainda se mantêm ligados à origem, há artistas que não se reconhecem no figurativo e que acham que quem produz figurativo, de algum modo, perdeu o sentido dos primórdios, o sentido original daquilo que era a arte urbana. Essa transição é muito importante para mim. Depois, eu acho que há outro aspecto que é começar a entrar na comunidade de artistas de arte urbana gente que provem de outras formações, com formação superior, não só pelo facto de ter formação superior, pelo facto de ter outro tipo de fontes de inspiração, outros conhecimentos em termos plásticos e visuais, o que faz com que os discursos se tornem muito mais heterogéneos, por exemplo, que surjam discursos por vezes até da abstracção e que como o ARRAIANO... bem, o RAM chega lá com a sua experiência de rua mas é um caso quase raríssimo. Realmente comesas a ver alguns discursos plásticos produzidos a esse nível, depois mesmo ao nível técnico, o desenvolvimento do *stencil*, ainda que de algum modo o *stencil* tenha

marcado muito a origem da arte urbana em Lisboa, a origem até da produção da *street art* em Lisboa. Estou a lembrar-me de dois ou três muito marcantes ao nível da produção do *stencil* em Portugal, como por exemplo, o João Samina e o EIME, que começam a atingir patamares na sofisticação plástica e técnica muitíssimo elevada. Eu acho que de algum modo esta entrada, pelo facto de se ter começado a dar mais oportunidades às pessoas, aos artistas, faz com que outro tipo de pessoas entrem dentro da comunidade, portanto, esta outra fase para mim é determinante naquilo que vai ser e está a ser a história da arte urbana em Lisboa. Há também uma coisa importante que é uma coisa com muito pouca expressão, mas para mim o que existe já é marcante, que é alguns artistas estarem a regressar de algum modo ao mural político e algumas peças que estão a surgir nas Amoreiras. Tem a ver obviamente com este contexto da crise financeira e que faz com que haja uma necessidade da parte de alguns artistas de criticar e de reflectir sobre aquilo que se está a passar no país. A Mostra de Arte Urbana do ano passado na GAU, praticamente não havia um painel em que tu não tivesses uma crítica aos problemas financeiros e políticos que estávamos a enfrentar. Este regresso, de algum modo, a uma origem quase de reivindicação política que tinha, de algum modo, estado na origem dos murais do 25 de Abril, também é um aspecto muito importante para mim. Depois, acho que o trabalho da GAU também marcou um bocado a história da arte urbana na cidade, o facto de haver mais oportunidades, de haver esta capacidade, ou esta tentativa de diálogo entre a Câmara e este tipo de artistas, de podermos transmitir aquilo que são os nossos princípios até um público mais vasto faz com que haja uma renovação, uma pequena revolução dentro da comunidade de arte urbana.

SE: Têm surgido na arte urbana novas variantes de intervenção, para além do *tag* e do *graffiti*. De que forma vê este desenvolvimento da arte urbana?

SC: Muito bem. Acho que é uma evolução naturalíssima e acho que cada vez mais vai acontecer, ainda que me parece que hajam também movimentos no sentido contrário, eu diria que mais conservadores dentro da arte urbana que defendem aquela origem caligráfica do movimento, que também parecem fazer sentido por outro lado. Vamos continuar a apoiar obviamente pessoas que permanecem nesse tipo de registo, mas acho que o contributo de todos os outros é muito importante e essencial.

SE: Em lisboa o impulso/estímulo da criação artística urbana é institucionalizado, no Porto o mesmo não se verifica. Tendo em conta este aspecto, que diferenças aponta entre a arte urbana da cidade de lisboa e a do porto?

SC: Em termos da produção?

SE: Da produção; da forma como a cidade encara a arte urbana...

SC: Eu acho que as cidades têm ciclos, muitas vezes ciclos de maior abertura e mais liberais, de maior aceitação daquilo que podem ser genericamente as expressões artísticas e outros contraciclos onde a cidade se fecha, o controlo é maior, como aconteceu, por exemplo, em Barcelona. Isso é muito característico, não quer dizer que não possa acontecer em Lisboa, tem marcado muitas das grandes cidades que produziram arte urbana muito relevante durante alguns anos e depois em determinada altura fecham-se completamente e têm uma tolerância quase zero em relação à produção de arte urbana. Acho que o olhar da cidade pode evoluir dessa forma e se calhar o Porto está nesse contraciclo e nós (Lisboa) estamos no ciclo. Noto que há muitos artistas a virem do Porto para produzir em Lisboa, até a virem viver para Lisboa, por exemplo, o Miguel Januário (MAISMENOS), o EIME e outros que realmente decidiram vir para cá, porque conseguem ter mais oportunidades cá e sempre que nós podemos, a GAU convida gente do Porto para trabalhar em Lisboa. Estão a fazer-se pequenas coisas no Porto muito interessantes, acho que há gente da arte urbana muito interessante no Porto também e em Lisboa há oportunidade para eles trabalharem, portanto, estamos completamente abertos a isso. Não quero diabolizar a posição do Porto, assim como não quero santificar de Lisboa nesta circunstância...

SE: Até porque a própria GAU surge no momento em que a Câmara limpar o Bairro Alto, por exemplo.

SC: Exactamente. Isto é muito sinuoso sempre, rapidamente podemos evoluir para uma outra situação. Se a GAU hoje fechasse portas, obviamente que eu dar-me-ia por muito contente por tudo aquilo que já fizemos até hoje e não quer dizer que daqui para a frente não se venha a fechar, depende do executivo, depende de quem está a gerir e do olhar que tem sobre isto da arte urbana.