



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

**Arte e comunicação. Projeto de intervenção sociocultural:
Café Cultural Residências Artísticas**

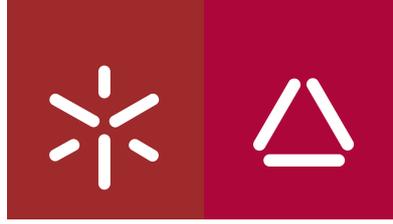
José Vicente Dos Santos

José Vicente Dos Santos

**Arte e comunicação. Projeto de
intervenção sociocultural:
Café Cultural Residências Artísticas**

UMinho | 2023

julho de 2023



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

José Vicente Dos Santos

**Arte e comunicação. Projeto de
intervenção sociocultural:
Café Cultural Residências Artísticas**

Tese de Doutoramento
Doutoramento em Ciências da Comunicação

Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor Jean-Martin Rabot
e do
Professor Doutor Moisés de Lemos Martins

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



**Atribuição
CC BY**

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

AGRADECIMENTOS

Eulália Almeida, Lucinda Aurora, Leonardo Bandeira, Jussara Freire, Deise Santos, Enrico Giovani, Neilton Costa e Silva, Emerson Lima e Rose Anne Santana e Sérgio Prasan.

E especialmente à minha mãe, Iole da Glória Santiago (*in memoriam*), Guiomar Santos (*in memoriam*), Cléber Santana (*in memoriam*) e Sune Nesu (*in memoriam*).

*Todo artista tem de ir aonde o povo está.
(Milton Nascimento & Fernando Brant)*

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Arte e comunicação. Projeto de intervenção sociocultural:

Café Cultural Residências Artísticas

Resumo

A presente tese resulta do trabalho de investigação sobre o projeto de residências artísticas desenvolvido em parceria com a Câmara de Celorico de Bastos e Fafe, intitulado Café Cultural Residências Artísticas, um polo de estímulos a pesquisas, intercâmbio e interação social entre artista e público. Tal trabalho propõe ao artista refletir sobre essa relação de reciprocidade, em seu processo de criação através de murais, do teatro, da música, ensino e aprendizagem. A tese discute também a importância das residências artísticas no aspecto relacionado às intervenções nas cidades através da arte urbana, com ênfase no graffiti. Analisa também a comunicação através da arte, dando especial atenção às novas tecnologias de comunicação e às suas transformações sociais diante da pós-modernidade. A sinergia artística, no decorrer do projeto Café Cultural Residências Artísticas, é outro ponto a ser analisado desde a sua primeira e única residência na vila de Celorico de Basto até ao seu recomeço na cidade de Fafe, que perdura há cinco anos. As Residências Artísticas são concebidas como uma forma de estimulação de trocas de conhecimentos e de experiências entre os artistas residentes, os artistas da comunidade e os seus públicos. Contribuem para a valorização do graffiti enquanto arte agregadora de valores artísticos para o espaço urbano, assim como para a necessidade de repensar o processo de ensino das artes, com ênfase nos *workshops* artísticos. A importância do acolhimento de diversos artistas, provenientes de vários países e cidades, para o desenvolvimento de trabalhos artísticos de diferentes linguagens, faz do projeto Café Cultural Residências Artísticas uma plataforma de intercâmbio artístico entre artista e público local que são também objeto de análise desta tese. A tese aborda ainda questões ligadas à pós-modernidade, à importância que as novas tecnologias nela assumem, como aborda também questões referentes à moda, ao teatro e à música. Interessamo-nos, mais particularmente, ao significado do graffiti no contexto das artes e culturas urbanas, assim como ao processo de resiliência e de comunicação entre o artista e o público local nos processos de criação, pontos esses que constituem o foco da nossa investigação.

Palavras-chave: Artes e Culturas Urbanas; Comunicação; Graffiti; Residências Artísticas; Sinergia.

**Art and communication. Sociocultural intervention project:
Café Cultural Residências Artísticas**

Abstract

This doctoral thesis is the result of research work on the project for artistic residencies developed in partnership with the Câmara de Celorico de Bastos and Fafe, entitled Café Cultural and Residências Artísticas, a pole of stimuli for research, exchange and social interaction between artist and public. This work proposes that the artist reflect on this reciprocal relationship in your creation process through murals , theater, music, teaching and learning. The doctoral thesis also discusses the importance of artistic residencies in the aspect related to interventions in cities through urban art, with an emphasis on graffiti, analyzes communication through art, paying special attention to new communication technologies and their social transformations in the face of post-war modernity. The artistic synergy, during the Café Cultural Residências Artísticas project, is another point to be analyzed since its first and only residence in the village Celorico de Basto until its recommencement in the city of Fafe and, which has lasted for five years, as a stimulator of exchange of knowledge between resident artists and community artists and to contribute to the appreciation of graffiti as an art that adds artistic values to the urban space; the need to rethink the arts teaching process, with an emphasis on artistic workshops; the importance of hosting different artists from different countries and cities for the development of artistic works in different languages makes the Café Cultural Residências Artísticas project a platform for artistic exchange between artists and local audiences, who are also the object of analysis in this thesis. The doctoral thesis also addresses issues related to postmodernity, the importance that new technologies assume in it, as well as issues related to fashion, theater and music. We were more particularly interested in the meaning of graffiti in the context of urban arts and cultures, as well as the process of resilience and communication between the artist and the local public in the creation processes, points that constitute the focus of our investigation.

Keywords: Arts and Urban Cultures; Communication; Graffiti; Residências Artísticas; Synergy.

ÍNDICE

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS	ii
AGRADECIMENTOS	iii
DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE	iv
RESUMO	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE	vii
LISTA DE FIGURAS	x
Notas introdutórias	1
Problemáticas da investigação e objetivos do Projeto Café Cultural Residências Artísticas	1
A Contextualização do projeto de intervenção Café Cultural Residências Artísticas na era da Indústria Cultural	2
Capítulo 1- As residências artísticas no panorama dos Estudos Culturais	10
1.1 Alicerces teóricos: o conceito de residências artísticas.....	10
1.2 Do projeto Café Cultural Encontro de Ideias ao projeto Café Cultural Residências Artísticas. Dois projetos complementares.....	15
1.3 As Residências do projeto Café Cultural Residências Artísticas e os intervenientes.....	17
1.4 As Instituições Parceiras: A Câmara Municipal de Celorico de Basto e a Câmara Municipal de Fafe.....	19
1.5 Projeto Café Cultural Residências Artísticas: metodologia como investigação-participação.....	22
Capítulo 2 - Pertinência e originalidade do projeto Café Cultural Residências Artísticas no âmbito das Ciências da Comunicação	26
2.1 Residências Artísticas e Comunicação.....	26
2.1.1 Arte, Comunicação e seus nichos.....	30
2.1.2 Comunicação, desenvolvimento social e humano.....	40
2.2 O Mundo Pós-moderno: homem, informação/tecnologia.....	45
2.2.1 O Pensamento que calcula e o pensamento que medita.....	49
2.2.2 A Pulverização Pós-moderna.....	51
2.2.3 A verdade não contada.....	56
2.2.4 Equilíbrio tecnológico: uma questão de sobrevivência.....	57
2.2.5 Confiança e liberdade no mundo Pós-moderno.....	59

2.2.6 A Inteligência Coletiva na Praticidade tecnológica	68
2.2.7 Natureza, técnica e máquina - O homem pós-moderno e a caverna tecnológica	70
Capítulo 3 - As residências artísticas no panorama das culturas urbanas.....	77
3.1 O Homem, a natureza e as desigualdades	77
3.2 Arte e contracultura: A Força da comunicação no Universo <i>Hip-Hop</i>	80
3.3 Moda: da comunicação, da indústria e do self social aos movimentos culturais da relação da humanidade com as vestimentas	87
3.3.1 A Indústria da Moda.....	91
3.3.2 A moda e seus signos	95
3.3.3 A Identidade <i>self</i>	101
3.3.4 A moda como comunicação através da música popular e movimentos culturais.....	105
3.3.5 Anos 20 do Sec. XX	106
3.3.6 Anos 50 do Séc. XX	107
3.3.7 Anos 60 do Séc. XX	111
3.3.8 Anos 70 do Séc. XX	117
3.4 Engolidos pela Indústria da moda, engolidos pelo sistema	120
3.5 Moda hip-hop	124
Capítulo 4 – As Artes Cênicas no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas	126
4.1 Teatro.....	126
4.2 Performance.....	136
4.3 Música.....	138
4.4 Residências artísticas e iniciativas comunicacionais: Cartazes e matérias jornalísticas referentes ao projeto Café Cultural Residências Artísticas	142
4.5 Projeto Café Cultural Residências Artísticas: uma estética sociocultural	145
4.6 A Arte e o Mundo Imagético da Pós-Modernidade Tecnológica	159
4.7 A Arte Urbana e o Graffiti: a importância da Arte Urbana e do Graffiti como elementos de intervenção comunicacional	166
4.8 Paredes e murais realizados no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas: antes e depois.	183
4.9 O Graffiti e a Comunicação	187
Considerações Finais	200

Referências Bibliográficas.....	205
Webgrafia.....	236
ANEXO I.....	238

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 O pesquisador José Vicente dos Santos na preparação para as pinturas de graffiti do artista residente AlexSenna, (ao lado), Fafe, junho,2018. Foto. Fábio Leite.	23
Figura 2 O pesquisador José Vicente dos Santos a ministrar workshop sobre graffiti com crianças da escola, Fafe,junho,2019, Foto. Eulália Almeida.	24
Figura 3 Ensaio, sinergia artística (Teatro) “Lendas e Romarias”, Celorico de Basto, 2017.	37
Figura 4 Sinergia Artística, Construção da cadeira de Alice,(Teatro musical), Fafe maio 2017	38
Figura 5 Sinergia Artística, Apresentação, (teatro musical) “A viagem de Christine ao universo da Geração Beat”, Fafe, maio, 2017.	38
Figura 6 Workshop de poesia Hip-Hop ministrado pelo artista Andy Scoth. Escola de profissional de Fafe, maio,2018, no âmbito do Projeto Café Cultural Residências Artísticas.	84
Figura 7 Atriz lêda Dias em cena no monólogo “Frida e Eu”. Janeiro, 2017, Celorico de Bastos/Portugal.	127
Figura 8 Actor Rui Rodrigues em cena no monólogo "Pêndulo" direção e texto: José Vicente dos Santos-Fafe-Portugal. Café Cultural Residências artísticas.	129
Figura 9 Atriz Giuliana Maria em cena no monólogo “Batatas Fritas em Óleo Quente”, Fafe, março, 2018. Fotos:Manuel Meira.	131
Figura 10 Atores em cena na peça “Lendas e Romarias”. Celorico de Basto, janeiro de 2017.	133
Figura 11 Performance solo da atriz Dalila Lourenço. Celorico de Basto, janeiro, 2017.	137
Figura 12 Dançarina e coreógrafa Alexandra Fonseca em performance através da sinergia artística com os graffitters Vasco Maio, Pedro Loureiro e músicos da cidade de Fafe março, 2017. Fafe, Portugal..	138
Figura 13 Cantor Rapadura (Brasil) em concerto na abertura do Projeto Café Cultural Residências Artísticas,janeiro,2017. Celorico de Basto, Portugal.	139
Figura 14 Apresentação do artista Luiz Fontineli e banda., março 2017- Fafe. Foto: Manuel Meira...	140
Figura 15 José Miguel, artista Fafense e colaborador do projeto Café Cultural Residência Artísticas. Julho 2020.Fafe, Portugal	142
Figura 16: Cartaz.....	144
Figura 17: Cartaz.....	144
Figura 18 :Cartaz.....	144
Figura 19: matéria jornalística	144
Figura 20: matéria jornalística	144
Figura 21: matéria jornalística	144

Figura 22 Apresentação da cantora Joana York na sinergia artística. Fafe, maio, 2017. Foto: Eulália Almeida.....	148
Figura 23 Workshop de graffiti, CerciFaf, ministrado pelo artista Cadumen – Fafe, junho, 2017.....	150
Figura 24 Workshop de graffiti, Multiuso, ministrado pelo artista Maio e Pedro Loureira – Fafe, março, 2017.....	151
Figura 25 Workshop de música, ministrado pelo artista Saulo Ferreira, Reitoria da Universidade do Porto. Junho, 2017.....	152
Figura 26 Workshop de teatro, ministrado pela artista Giuliana Maria, CerciFaf, Fafe, setembro, 2018.	152
Figura 27 Workshop de teatro, ministrado pela artista Giuliana Maria, CerciFaf, Fafe, setembro, 2018.	153
Figura 28 Projeto elaborado pelo artista Vasco Maio para a realização do Mural na Praça da Comunidade, Fafe. março, 2017.....	157
Figura 29 Mural “Bicho de Sete Cabeças”, artista João Vasco Maio, Praça da Comunidade, Fafe, março, 2017. Foto: Fábio Leite.	157
Figura 30 Projeto elaborado pelo artista Cade Moreno, (México), para a realização do mural, Parque da Cidade Fafe, 2019.	158
Figura 31 Mural “Chega de bois”, artista Cade Moreno, Galeria a Céu Aberto Parque da cidade. Fafe, setembro, 2019.	158
Figura 32 Escadaria localizada no Parque da Cidade antes da realização da pintura, Fafe.....	184
Figura 33 Escadaria pintada, artista Spike Spike (México), Galeria a Céu Aberto Parque da Cidade Fafe, setembro, 2018.	184
Figura 34 Parede localizada no Parque da Cidade, antes da realização do mural. Fafe.....	185
Figura 35 Murais “Natureza viva”, artistas Clara Leff, “Baleia”, artista Celso Gatuno, (Brasil), Galeria a Céu Aberto, Parque da Cidade, Fafe, junho, 2019.....	185
Figura 36 Paredes localizadas no Parque da Cidade, antes da realização do mural. Fafe.	186
Figura 37 Panorama dos Murais realizados pelos artistas Celso Gatuno, (Brasil), Carlo Silva (Brasil) e Hech Uno, (México). Galeria a Céu Aberto, Parque da Cidade – Fafe – Portugal, março e julho, 2019. Foto: Fábio leite.....	186
Figura 38 Parede localizada no Parque da Cidade, Fafe, antes da realização do mural. Foto: Vicente Coda.....	187
Figura 39 Mural “Coruja” artista Farid Rueda (México), Galeria a Céu Aberto, Parque da Cidade, Fafe,	

junho, 2018. Foto: Fábio Leite.....	187
Figura 40 O pesquisador José Vicente dos Santos ao receber o troféu “Prémios Embaixadores 2019”, pela criação e curadoria do projeto Café Cultural Residências Artísticas. Lisboa, Portugal. Foto: Eulália Almeida.....	204

Notas introdutórias

Problemáticas da investigação e objetivos do Projeto Café Cultural Residências Artísticas

A melhor forma de iniciar uma investigação no domínio das Ciências Sociais consiste, segundo Quivy & Campenhoudt (1998, p. 33), em enunciar o projeto sob a forma de uma pergunta de partida que permita ao investigador exprimir o mais fielmente possível o que procura elucidar, inclusive por saber que essa questão de partida servirá de fio condutor da investigação. Os referidos autores advertem, porém, que não é evidente traduzir um projeto de investigação sob a forma de uma pergunta de partida e que essa deve preencher vários requisitos, como por exemplo a clareza (a questão tem de ser precisa, concisa e unívoca), a exequibilidade (a questão deve ser realista) e a pertinência (a questão deve traduzir-se numa verdadeira pergunta).

Assim, propomo-nos apresentar a seguinte questão: Que condições têm os encontros entre artistas, no quadro do projeto Café Cultural Residências Artísticas, para despertar os processos de criação artística, nas suas diferentes expressões (teatro, pintura, música, performance, etc.), para fomentar reflexões e partilhas de experiências em torno da arte e do que é ser artista, para estimular a aproximação entre os artistas e seus públicos, no sentido de promover a aprendizagem e a comunicação da arte, a favorecer assim o exercício de uma cidadania plena? Assim como o filósofo Marc Sautet (1997), que idealizou o *Café Filosófico (Café Philo)*, que se deu pela primeira vez na França, precisamente em Paris, no endereço: 7 Place de la Bastille, nº 75004, no *Café des Phares*, em 1992, compreendeu que havia uma necessidade de colocar a filosofia de volta às ruas, fora de um espaço académico, a organização do Café Cultural Residências Artísticas tem como ambição contribuir para a divulgação e popularização da arte, assim como para o enriquecimento intelectual do cidadão, na somatória entre encontros artísticos e local voltado para as pesquisas.

Nesse sentido, propomo-nos desenvolver um trabalho de investigação-ação, no âmbito do doutoramento em Ciências da Comunicação, denominado Café Cultural Residências Artísticas, orientado pelos seguintes objectivos: Pretendemos proporcionar aos artistas residentes, a cultura do pensar sobre a sua condição de artista, consciencializá-lo acerca do seu papel de multiplicador e preceptor de conhecimentos e acerca da importância de vivenciar processos criativos através de novos desafios em parceria com demais artistas pertencentes a diversas expressões da arte.

Pretendemos também proporcionar um contato mais íntimo entre o público e os artistas que culminará numa aprendizagem para todas as partes, assim como numa partilha de ideias, de

experiências e de emoções, através de pesquisas sobre as histórias e lendas da cidade acolhedora e eventos culturais como concertos, exposições, moda, espetáculos teatrais. Como objetivos mais específicos, propomo-nos:

- Estimular a pesquisa através de novas experiências entre artistas e público, num processo de construção, desconstrução e interação mútua de expressões artísticas.
- Oferecer matéria-prima para a realização dos projetos, para oficinas e espaços para criação e difusão da arte.
- Incentivar as criações artísticas, assim como o fomento de espaços apropriados para ensaios e apresentações, como auditório, local para apresentações musicais e espaço para exposição de artes visuais, e facilitar a realização de projetos artísticos desenvolvidos não previamente, mas durante a residência.
- Proporcionar o acesso ao público, de idades diferentes e oriundo de diversos extratos sociais, às diversas manifestações artísticas e culturais de forma interativa.

A Contextualização do projeto de intervenção Café Cultural Residências Artísticas na era da Indústria Cultural

Toda elaboração e criação de projetos culturais, onde o eixo principal consiste em encontros, debates e interações de diversas ordens, sem a necessidade dos convidados, palestrantes, artistas serem famosos ou ligados à grande mídia; representa, para nós, um grande desafio, pois a sociedade costuma valorizar muito mais a fonte de divulgação como uma espécie de simbologia que está em volta do produto, do que o próprio conteúdo.

A mídia vem se configurando como uma poderosa ferramenta formuladora e criadora de opiniões, saberes, normas, valores e subjetividades. A utilizar de manobras estratégicas, a mídia, na maioria das vezes, não dialoga, mas sim unidireciona a sua mensagem para o interlocutor, fazendo com que um grande contingente de pessoas aviste o mundo por suas lentes, seus vieses (Silva & Santos, 2009, p. 1).

Esse facto de avistar o mundo de acordo com o direcionamento imposto pela mídia sempre esteve presente em todas as classes sociais, independentemente do nível cultural de cada uma delas. Nesse processo:

Ela surge como um novo fenómeno que invade a todos, que arquiteta, numa sociedade

mediada, uma cultura mediática. Utilizada como instrumento de manipulação a serviço de interesses particulares, reordena percepções, faz brotar novos modos de subjetividade, o que trás vantagens e/ou desvantagens, tanto noespecto individual como no especto social (Silva & Santos, 2009, p.2).

Para quem não possui a seu favor os recursos da indústria cultural, pode parecer uma luta inglória a divulgação dos seus projetos, objetos ou serviços, que vão nacontramão da cultura de massa.

Tanto na lógica dos signos como na dos símbolos, os objetos deixam de estar ligados a uma função ou necessidade definida, precisamente porque correspondem a outra coisa, quer seja a lógica social quer a lógica do desejo, às quais servem de campo móvel e inconsciente de significação (Baudrillard, 2008, p.89).

A indústria cultural produz sonhos previsíveis, porém inalcançados para grande parte da sociedade, uma vez que é condicionada não só a aceitar esta condição, mas de, somente através dela, reconhecer valores. Nesse sentido:

Os talentos pertencem à indústria muito antes que esta os apresente; ou não se adaptariam tão prontamente. A constituição do público, que teoricamente e de facto favorece o sistema da indústria cultural, faz parte do sistema e não há desculpa. Quando um ramo artístico procede segundo a receita de outro, sendo eles muito diferentes pelo conteúdo e pelos meios de expressão, quando o elo dramático da *soap opera* no rádio se transforma numa ilustração pedagógica do mundo por meio do qual se resolvem dificuldades técnicas, dominadas como *jam* nos pontos culminantes da vida do *jazz*, ou quando a 'adaptação' experimental de uma frase de Beethoven se faz segundo o mesmo esquema de um romance de Tolstoi em um filme, o recurso aos desejos espontâneos do público torna-se um pretexto inconsistente (Adorno & Horkheimer, 1947, p.3).

As críticas que os membros fundadores da Escola de Frankfurt dirigiram contra a indústria cultural conservam a sua atualidade e podem ser aplicadas aos médias digitais. Nesse sentido, para Moisés Martins (2002, p.75) “a sociedade mediática revela a crise da modernidade, o que quer dizer, a crise da historicidade”. E esta realidade tomou grandes proporções com o avanço das novas tecnologias.

O conceito de cultura digital parte da ideia de que a revolução das tecnologias é, em essência,

cultural; o que implica uma mudança de comportamentos. De facto, como refere o sociólogo britânico Anthony Giddens, “vivemos numa era marcada pela interconexão, na qual as pessoas de todo o mundo participam numa única ordem de informação, o que decorre, em grande parte, do âmbito internacional das comunicações modernas” (2008, p.456). Este fenómeno subentende a convergência de comportamentos no que diz respeito à produção, à distribuição e ao consumo de informação.

As diversas formas de comunicação que no passado eram bastante independentes têm vindo a entrelaçar-se substancialmente, a motivar mudanças profundas causadas pelos avanços tecnológicos e pela rápida disseminação da internet. Esta revolução das comunicações leva Giddens (2008) a abordar as transformações que afetam os *mass media* e as comunicações, como parte da globalização. Os *mass media* – em português, meios de comunicação de massa – incluem várias formas de comunicação, tais como a televisão, os jornais, as revistas, a rádio, a publicidade, a internet, os jogos de vídeo, os CDs, os discos de vinil etc., e abrangem um grande número de pessoas.

A globalização dos *média* conduziu a formas “horizontais” de comunicação, que contrastam com as formas tradicionais, que, por sua vez, asseguravam uma comunicação “vertical”. Significa isto que, para além de as pessoas comunicarem a um nível básico, os produtos *média* são amplamente disseminados para lá das fronteiras de cada país. Contudo, os *média* não se resumem aos meios de comunicação anteriormente elencados. Um dos seus aspetos mais importantes diz respeito à própria infraestrutura através da qual a informação é comunicada e transmitida.

Neste sentido, Giddens (2008) destaca a transformação vertiginosa das telecomunicações – a comunicação da informação, sons ou imagens à distância – durante a segunda metade do século XX, originada pelos importantes avanços tecnológicos; e elenca quatro tendências que contribuíram para esse imparável desenvolvimento: o aperfeiçoamento constante dos computadores e a diminuição dos preços, a digitalização da informação, o desenvolvimento das comunicações por satélite e as fibras óticas.

Moisés Martins pronunciou-se sobre esta transformação operada nas telecomunicações e pelas chamadas novas tecnologias. Nas últimas décadas e no caso concreto de Portugal, as mudanças ocorridas na comunicação em geral, e no panorama dos *média* em particular, processaram-se no sentido de uma passagem de uma “utopia da comunicação”, que é, na verdade, uma “utopia de comunidade”, a uma “comunicação sem utopia”, isto é, a um “simulacro de comunidade” (2011, p.95). Destaca-se nas sociedades cosmopolitas e industriais dos anos 1980 e 1990, um fulgurante desenvolvimento das indústrias culturais, não só nos produtos culturais de massa, como também no multimédia; é o caso, por exemplo, da presença maciça do computador na cultura portuguesa.

O Portugal moderno e cosmopolita é o Portugal que tem no centro do espaço doméstico, a televisão, cada vez mais integrada, com vídeo, telefone e computador, no centro do lazer, a animação urbana; e, no centro da expressão juvenil, a música, a dança e o concerto. O Portugal moderno e cosmopolita é o Portugal que tem, ainda, a moda no centro da apresentação de si, o turismo e as férias no centro da evasão simbólica. O Portugal moderno e cosmopolita é, finalmente, o Portugal que tem no centro da relação de comunicação, a Internet, que realiza o computador como «máquina universal», na expressão certa de Alan Turing (Martins, 2011, p.97).

Estes processos inserem definitivamente Portugal na definição de país moderno, que não escapa aos desígnios da indústria cultural, como argumenta ainda Moisés Martins, ao afirmar que:

Pode dizer-se, sim senhor, que, também em Portugal, o desenvolvimento das indústrias culturais, que incluem os *media*, tornou hegemônica no nosso tempo, a cultura mediática. A culminação desse processo fez confluír, num mesmo sentido, a comunicação, o consumo e o lazer, fechando deste modo, o ciclo da estruturação de Portugal como sociedade moderna (Martins, 2011, p.96).

Os processos de uniformização induzidos pela sociedade de massas e pela indústria cultural não invalidam, no entanto, a procura de novas formas de socialização, de novas formas de comunidades, de partilha de ideias e experiências, de modos de aprendizagem e de aperfeiçoamento profissional, pois, como nos diz Rabot (2011, p.98):

Se é legítimo pensar que a técnica toca na 'raiz da alma' (Bernanos) e que desapossa o homem de toda a vida interior, se é ainda legítimo encarar a técnica como uma forma de imposição de um novo meio que se impõe ao homem, retirando-lhe todas as suas prerrogativas e colocando-se a ele como o único horizonte de vida possível, ao determinar e constranger assim de maneira panóptica o seu modo de pensar e de agir, não é menos legítimo pensar que a técnica se opera no sentido de um reforço da interação entre os homens.

Ora, é isso mesmo que pretendemos mostrar em nossa investigação. Essa interação é a mais espontânea e democrática possível, por isso, a mais poderosa, em termos de valor artístico intrínseco entre artista, cidade e público. Pretendemos também apresentar a importância que a arte urbana representa para a sociedade contemporânea, através de reflexões promovidas em murais, prédios,

casas, muros e, por consequência, o embelezamento da cidade para que as pessoas tenham acesso a obras de arte de forma pública.

A presente tese encontra-se dividida em quatro capítulos de teor teórico, metodológico e empírico. No primeiro capítulo da nossa investigação, analisaremos em “Enquadramento teórico: o conceito de residências artísticas”, a definição de residência artística e sua importância para os artistas que pretendem vivenciar novas experiências profissionais como plataforma de intercâmbio.

Analisaremos as condições que o projeto Café Cultural Residências Artísticas tem para oferecer aos artistas, não somente na sua infraestrutura, mas em termos psicológicos, pelo facto de a maioria desses profissionais deparar-se com novas experiências; um novo espaço urbano de um outro país, com outras diferentes culturas e costumes, a conviver, por um tempo determinado, com diversas atividades educativas e sociais, a atuar como multiplicadores e recetores de conhecimentos, entre eles, com a comunidade e toda a urbanização que os cerca. Analisaremos as definições de residências artísticas, com suas diferenciações e pontos em comum, a colocar aspetos importantes da resiliência para o artista, diante de diversas atividades com prazo determinado para finalizar, numa convivência com o desconhecido, em uma dinâmica de criação/ensino/aprendizagem, onde ele é o fator-chave de todo esse processo. Examinaremos os pontos em comuns e diferentes entre esses dois projetos “Café Cultural Encontro de Ideias e projeto Café Cultural Residência Artísticas: Dois projetos complementares”.

Ainda nesse capítulo, apresentaremos os nomes dos intervenientes do projeto Café Cultural Residências Artísticas, as instituições parceiras, seus endereços, cargos executivos, assembleia, seções e geminações. Apresentaremos também as características e objetivos do projeto Café Cultural Residências Artísticas, sob uma intervenção sociológica e trilha metodológica, por meio da investigação-ação.

No segundo capítulo, a referida tese analisará aspetos referentes às residências artísticas e à comunicação; bem como sobre arte e comunicação e seus nichos, que discutirá questões referentes a transformações causadas pela indústria cultural. Nesse capítulo denominado “Pertinência e originalidade do projeto Café Cultural Residências Artísticas no panorama das Ciências da Comunicação”, também analisaremos o mundo pós-moderno, através da comunicação, suas transformações no campo social e humano, e a posição do homem diante da sua relação frente às novas tecnologias da comunicação. Examinaremos as duas espécies de pensamento, o que calcula e o que medita, as suas características e de que forma, geralmente, são aplicados.

Estudaremos a pulverização pós-moderna no âmbito da comunicação, e a que ponto essa

realidade, relacionado à sua autonomia de imaginação e decisão, é benéfica e/ou prejudicial para o indivíduo. Em “A verdade não contada”, investigaremos o nível de desenvolvimento que a sociedade adquiriu diante das novas tecnologias de comunicação, sob a premissa de que o mundo está totalmente conectado. Analisaremos em “Equilíbrio tecnológico: uma questão de sobrevivência”, o comportamento do indivíduo contemporâneo diante das novas tecnologias da informação, suas mudanças de comportamento e de que maneira ele vem a administrar esse universo tecnológico. Em “Confiança e Liberdade no mundo pós-moderno”, estudaremos as novas relações de confiança do indivíduo em diversas ocasiões da sua vida, além de como se dá a separação do tempo através de mecanismos de desençaixe e fichas simbólicas.

Ainda no segundo capítulo, analisaremos, através do tema “A Inteligência Coletiva na Praticidade tecnológica”, as constantes transformações de paradigmas devido à velocidade da evolução tecnológica e ao surgimento dos novos meios de comunicação, às inteligências coletivas e individuais do homem contemporâneo, e de que forma o projeto Café Cultural Residência Artística coloca-se diante dessa realidade para com os artistas residentes. Em “Natureza, técnica e máquina - O homem pós-moderno e a caverna tecnológica”, examinaremos a importância dos desenvolvimentos tecnológicos, da comunicação para a espécie humana e de como ele se posiciona, na contemporaneidade, diante das novas tecnologias.

No terceiro capítulo, denominado “As residências artísticas no panorama das culturas urbanas”, analisaremos em “O Homem, a natureza e as desigualdades”, as diversas formas de poder entre os homens - um paralelo entre o homem livre e o homem social - a questão das desigualdades sociais, os posicionamentos do poder público diante das questões artísticas, como a exemplo das políticas e da indústria culturais, além de questões referentes às diversidades culturais e às desigualdades das classes artísticas. Também examinaremos a comunicação através do movimento *hip-hop* e suas linguagens artísticas, como e por que a razão da popularização desse movimento cultural.

Em “Moda: da comunicação, da indústria e do *self* social aos movimentos culturais e da relação da humanidade com as vestimentas”, examinaremos o universo da moda na ótica da indústria do *self* social e dos movimentos culturais, a exemplo de suas tendências, a comunicação através das vestimentas enquanto necessidade e ordenação simbólica, e as influências dos movimentos culturais através das roupas. Em “Engolidos pela indústria, engolidos pelo sistema”, a investigação versa sobre as formas de comunicação e a forma de distinção dos movimentos culturais para fortalecimento de suas ideologias. No capítulo “Moda *Hip-hop*”, analisaremos os elementos formadores dessa cultura, suas características e seus vestuários.

No quarto capítulo, "As Residências Artísticas no panorama das Artes Urbanas", a análise se dará também no universo das artes cênicas, sob a perspectiva dos monólogos produzidos pelo projeto Café Cultural Residências Artísticas, onde serão discutidas as particularidades para a realização de um monólogo, de um musical, de performance e o papel do ator enquanto preparação e encenação. No subcapítulo "Residências artísticas e iniciativas comunicacionais", a investigação versa sobre como o projeto Café Cultural Residências Artísticas fez uso da comunicação para a divulgação das residências artísticas e seus eventos, e a situação da tradicional imprensa na era das novas tecnologias de comunicação. Em "Projeto Café Cultural: uma estética sociocultural", abordaremos a questão das diversas atividades realizadas no âmbito do referido projeto, referentes às produções culturais e ao seu contributo no contexto sociocultural. Em "Arte e o mundo imagético da Pós-modernidade tecnológica", analisaremos a relação da arte/novas tecnologias/mundo imagético, a exploração da imagem para a venda de produtos de consumo e o papel do artista como ser criador diante dessa nova realidade tecnológica.

No subcapítulo "A Arte Urbana e o Graffiti: a importância da arte urbana e do Graffiti como elemento de intervenção comunicacional", analisaremos a linguagem do graffiti numa perspectiva histórica e sua importância para o desenvolvimento cultural na ótica do segmento da arte contemporânea e da intervenção artística. Nesse mesmo subcapítulo, também abordaremos conceitos e questões relacionados aos espaços públicos, lugares e não lugares na perspectiva social e dos artistas urbanos. Observaremos a importância das residências artísticas para a sociedade e para o incremento sociocultural como alternativa de desenvolvimento humano e artístico, e a arte do graffiti como componente do universo urbanístico de imagens, seus discursos e sua importância como signo interativo. "Paredes e murais realizados no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas: antes e depois" versa sobre o contributo do referido projeto, relacionado com as transformações do espaço público na cidade de Fafe. Em "O Graffiti e a Comunicação", pesquisaremos o graffiti como componente comunicacional na complexidade urbanística e suas particularidades enquanto emissor de mensagens, assim como a situação dos artistas urbanos e os *writers*, e as questões referentes à legalidade e à ilegalidade da arte urbana.

A referida investigação, tem como principal exemplo o projeto Café Cultural Residências Artísticas, visa analisar a arte e a comunicação nos mais variados aspetos, como, por exemplo, a interação entre artistas, o público e a sociedade em geral; além de contribuir para a divulgação da arte urbana, que é uma cultura independente, ainda desfavorecida dos grandes veículos de comunicação de massa e dos circuitos balizados que ela impõe.

Não a posicionar-se de forma parcial, esta investigação entende que o projeto Café Cultural Residências Artísticas está desimpedido de usufruir deste tradicional veículo de comunicação, mas que, através dele e dos demais capítulos, entende ser pertinente analisar todas as questões que o envolve, assim como os demais assuntos ligados às novas tecnologias da comunicação, comportamento do indivíduo/ser artista na sociedade contemporânea.

Capítulo 1- As residências artísticas no panorama dos Estudos Culturais

1.1 Alicerces teóricos: o conceito de residências artísticas

Entre várias definições, podemos conceber as residências artísticas como espaços destinados à criação, aprendizagem e difusão artística, que acontecem num período determinado, assim como um ambiente que possibilita novas relações de convivências artísticas, onde cada residência acolhe e fomenta a criatividade, incubadora de múltiplas expressões da arte. Para Amorim e Teixeira (2020, p.3) “a residência artística propõe um distanciamento das condições habituais de criação do artista, um novo contexto em que as novas condições materiais podem ajudá-lo na pesquisa de novas linguagens e técnicas”. A reunião de artistas residentes de diversos estilos, o compartilhamento entre eles, através da convivência e principalmente através das sinergias artísticas, possibilitam para esses residentes a condição de ampliarem os seus conhecimentos.

Segundo Moraes (2009, p. 10), “as residências artísticas podem, assim, começar a ser pensadas como um espaço destinado à criação da materialidade e da vida que a anima”. Elas são plataformas de intercâmbio cultural e de formação, criação e difusão da arte contemporânea e de novas experiências, na qual o artista recebe e dispõe-se para novas ideias sobre seu fazer artístico.

Diante disso, vale enfatizar que:

As residências artísticas constituem um dos principais modos de atuação na produção contemporânea. Com presença visível a partir dos anos 1960 e acentuada expansão desde os anos 1990, os programas promovidos, tanto pela iniciativa privada quanto por órgãos governamentais, têm sido ampliados em escala global, seja integrando atividades relacionadas à programação de instituições e de grandes eventos como Bienais, seja constituindo políticas públicas voltadas à cultura. Decorre dessa abertura de espaços de atuação que as residências ganharam maior relevância não só por atender a finalidades no plano institucional-político, mas também por incidir no âmbito das práticas e da reflexão artísticas (Dalco, 2015, p.2).

As residências artísticas são plataformas de desenvolvimentos culturais e artísticas, para o artista e para sociedade, num momento crucial da nossa contemporaneidade.

Em muitos casos, são instituições autônomas criadas por empresas particulares, associações ou por instituições governamentais. Sua origem está no séc. XVII, no entanto, Jean-Baptiste Joly (1996),

como citado em Amorim & Teixeira (2020) propõe que a *Académie de France in Rome*, em 1666, poderá ter sido o primeiro exemplodo que hoje é entendido como residência artística.

A academia recebia jovens artistas que recebiam uma bolsa de Luís XIV para executarem uma comissão – no caso ‘copiar esculturas clássicas em Roma para o Jardim de Versalhes’. Já no século XIX surgem as colônias de artistas – aquilo a que hoje poderíamos chamar *artist-run residencies* – que pretendiam romper ‘com academicismo prevaemente na capital francesa’ ao possibilitar aos artistas ‘sair dos estúdios e estabelecer um contacto direto com a natureza’ (Joly, 1996, citado em Amorim & Teixeira 2020, p.2).

Por intermédio de prémios, jovens artistas permaneciam em Roma com a incumbência de copiar esculturas clássicas, que seriam transportadas para o Jardim de Versalhes. Para Jean-Baptiste Joly (1996), esse acontecimento pode ser visto como o início do que se reconhece como residência artística.

O deslocamento do artista provocado pelas residências artísticas, o estar em outros ambientes, a convivência com as diferentes culturas e o conhecimento de novos conceitos artísticos, fazem das residências artísticas instrumento de experiências transformadoras para o artista que deseja vivenciar novos desafios através de trocas de ideias. Moraes, (2009, p.1) afirma que “estudar as residências artísticas constitui-se em algo que deve levar em conta a especificidade destas, o que significa buscar referências e metodologias próprias, uma vez que se trata de uma distinta tipologia de espaço de atração do artista”. Nessa perspectiva, passamos a especificar, no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas, o nome e a qualidade dos artistas convidados, e a discriminar as residências que já tiveram lugar e que foram objeto de análise da nossa parte, por meio da observação participante, das gravações e filmagens, das entrevistas e animação de debates.

Depois, evocamos as instituições parceiras, apontamos sua localização e descrevemos suas estruturas orgânicas e modos de funcionar.

São vários os motivos que convergem numa residência artística, juntando artistas, instituições de acolhimento, mecenas, público e outros intervenientes. A residência funciona como uma plataforma de intercâmbio num contexto muito concreto, em que as suas condições materiais estão (mais ou menos) determinadas à partida. Apesar de uma residência artística estabelecer, nos bons exemplos, aquilo que nas relações ecológicas se define como mutualismo – uma relação em que todas as partes são beneficiadas – o facto é que o artista assume uma posição central como agente da partilha. É a criação artística

que estabelece a ligação entre os diferentes intervenientes (Amorim & Teixeira 2019, p. 1).

Muitas residências artísticas, além de possuírem o artista como posição central em seus projetos, também acrescentam a comunidade em que elas atuam, como ponto importante para a definição dos seus objetivos. A diferença é que algumas residências são voltadas para pequenos grupos de artistas, que funcionam como uma espécie de oficina de arte e desenvolvimento artísticos somente para os profissionais e estudante da referida área. Outras, no entanto, além de estarem voltadas para as necessidades dos artistas, também estão voltadas para as necessidades da comunidade, no sentido de conscientização, divulgação da importância de diversas linguagens artísticas e nas realizações de intervenções urbanas, além de *workshops*, palestras e demais atividades artísticas voltadas para o público.

Para Moraes (2009, p.1)

A residência artística é um instrumento de transformação ao promover o estabelecimento de relações mais amplas, do que aquelas que se oferecem no ambiente escolar e mesmo em determinados circuitos de atuação ao mesmo tempo em que permite apontar alguns dos conflitos e contradições da relação entre arte e seus espaços, incluindo os da formação como a escola.

As residências artísticas vêm a ganhar nas últimas décadas um relevante papel na contribuição de produções de diversos seguimentos das artes, e atua como uma plataforma de intercâmbio, que, em muitos casos, é uma conexão direta entre arte e comunidade.

Nesse sentido,

É possível identificar as residências artísticas, como espaços específicos de criação artística, que se convertem em lugares de troca e reconhecimento, nos quais os artistas/criadores, com seus trabalhos/intervenções recuperam a complexidade e o valor das relações arte e vida. Nesse sentido, pensar sobre processos de criação, em deslocamento, como formação contemporânea de produção, no qual conceitos como participação, troca e vida coletiva se tornam peças fundamentais uma estratégia de atuar (Moraes, 2009, p.1).

A convivência, o trabalho em grupo com demais residentes que fazem parte de linguagens artísticas comuns ou diferentes, e com acompanhamento de curadoria, materiais para execução do

trabalho à disposição, e desafios a serem enfrentados, são dispositivos de entusiasmo criativo para o artista residente que deseja experimentar novas possibilidades, tanto no ofício das artes como no exercício de desenvolvimento da resiliência para atingir objetivos.

A resiliência é uma propriedade da física. Significa a capacidade de um corpo, que após ter sofrido uma pressão, devolve toda a energia nela depositada quando cessada a força. Por exemplo: uma barra de ferro, uma vez sofrendo uma pressão, atinge um ponto de compressão. Quando a pressão cessa, ela devolve a energia depositada, retornando não ao seu ponto inicial, mas a um terceiro ponto, equidistante entre sua origem e o de compressão. Em nossa concepção a "resiliência" está presente no processo de comunicação. Ela se apresenta na aptidão do receptor, de não apenas interagir, mas reagir às proposições da fonte emissora (Barros, 1997, p.6).

O projeto Café Cultural Residências Artísticas acolhe o artista e o transporta para a execução de diversas atividades. Um processo de convivência com o desconhecido, na luta contra o tempo, com o objetivo de concluir as atividades planejadas. A rotina de trabalhos, a dinâmica do processo de ensino/aprendizagem e o equilíbrio entre o "eu artista" e o artista como peças integrantes de todo processo, pode deixar o residente estressado ou a sentir-se desconfortável em alguns momentos durante a residência. Faz-se necessário que o mesmo tenha consciência da importância do estado de resiliência, que o fará ser capaz de superar e de manter o equilíbrio necessário diante das adversidades.

De qualquer modo, quando falamos de resiliência no sentido etimológico, apontamos para a ideia de elasticidade, flexibilidade física, química, biológica, psicológica e aspectos socioculturais. A resiliência tem a ver mais diretamente com a flexibilidade do ser humano, o único que ao longo processo evolutivo atingiu níveis de desenvolvimento corporal e do seu sistema nervoso capaz de suportar esse tipo de transformações, capacidades, competências e comportamentos (Tavares, 2014, p.69).

A residência artística é um lugar que propõe ao artista residente um novo ambiente arquitetônico e natural, novos objetos geográficos disponíveis às novas experiências e interferências criativas, conferem ao artista o exercício da flexibilidade psicológica.

Os objetos que interessam à Geografia não são apenas objetos móveis, mas também imóveis, tal uma cidade, uma barragem, uma estrada de rodagem, um porto, uma floresta,

uma plantação, um lago, uma montanha. Tudo isso são objetos geográficos. Esses objetos geográficos são do domínio tanto do que se chama a Geografia Física como do domínio do que se chama a Geografia Humana e através da história desses objetos, isto é, da forma como foram produzidos e mudam, essa Geografia Física e essa Geografia Humana se encontram (Santos, 2006, p.46).

Santos também afirma que “para os geógrafos, os objetos são tudo o que existe na superfície da terra, toda herança da história natural e todo resultado da ação humana que se objetivou. Os objetos são esse extenso, essa objetividade, isso que se cria fora do homem e se torna instrumento material de sua vida, em ambos os casos uma exterioridade.” (2006, p.46). A forma como foram produzidos esses objetos altera a tanto a geografia física como o comportamento humano, por consequência o desenvolvimento artístico.

O diálogo, através de intervenções artísticas em espaços públicos é uma das formas mais imediatas de interação. Murais, paredes, armários de eletricidade, cabines elétricas: todos esses locais e mobiliários urbanos podem sofrer intervenções de pintura através do graffiti. Assim como as praças, vias públicas, avenidas podem também sofrer interferências de outras manifestações artísticas urbanas como dança, música e teatro.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas diferencia-se dos conceitos tradicionais das demais residências artísticas, pelo facto de não existir, no referido projeto, uma residência, uma casa única para o desenvolvimento das atividades artísticas e, sim, a cidade. A cidade é a própria "residência artística", as localidades desta cidade são usadas para as atividades da referido do projeto Café Cultural Residências Artísticas.

Os artistas ficam hospedados em um hotel e desenvolvem diversas atividades culturais, como ensaio musical e teatral, pintura em tela ou em graffiti, palestras, *workshop*. Essas atividades acontecem em diversas localidades da cidade, como, por exemplo, praças e escolas, e funcionam como se fossem os cômodos de uma residência. A cidade de Fafe, para o projeto Café Cultural Residências Artísticas, é uma analogia de uma residência.

“A analogia, desse modo, pode ser concebida como um processo no qual, mediante a comparação entre o alvo e o análogo, uma correspondência de relações é estabelecida entre as características similares de ambos.” (Silva, 2015, p.33). É importante salientar que a analogia que o projeto Cultural Residências Artísticas faz com a cidade de Fafe, proporciona uma participação direta e indireta da população com as atividades ali praticadas. Murais em espaços públicos, atividades culturais em teatros e em auditórios com entradas gratuitas. Um processo mais participativo, uma

relação mais eficaz entre arte e comunidade.

1.2 Do projeto Café Cultural Encontro de Ideias ao projeto Café Cultural Residências Artísticas. Dois projetos complementares

O projeto de intervenção, denominado Café Cultural Encontro de Ideias, que teve nove encontros na sua programação, de setembro de 2015 a junho de 2016, contou com a presença de diversos especialistas convidados na área de teatro, (dois encontros), música popular e erudita, pedagogia, literatura infantil, ciências sociais, literatura digital, dança e fotografia. Esse projeto promoveu a interdisciplinaridade e estimulou a pesquisa nas diversas áreas acadêmicas e artísticas, através de encontros de professores, pesquisadores e artistas com estudantes do ensino secundário, universitários, de pós-graduação e público interessado em ampliar os seus conhecimentos. Este referido projeto aconteceu fora dos recintos das escolas e universidades e abordou temas de diversas áreas do universo acadêmico e artístico, proporcionou, assim, maior acesso ao conhecimento sem distinção e sem pré-requisitos para a participação do público. Os temas foram abordados por palestrantes convidados, especialistas em diversas áreas, com encontros que aconteceram uma vez por mês com o objetivo de explanar, discutir temas propostos pela produção do projeto.

O projeto Café Cultural Encontro de Ideias foi um projeto de intervenção no âmbito do Mestrado em Comunicação, Arte e Cultura da Universidade do Minho, que teve como espaço acolhedor a Biblioteca Lúcio Craveiro da Silva, localizada no centro histórico da cidade de Braga. Este referido projeto proporcionou discussões e ideias, sobre diversos temas artísticos e científicos, com a participação do público presente, a estimular o exercício do pensamento teórico, algo muito importante para o desenvolvimento do senso crítico.

A participação dos palestrantes no projeto Café Cultural Encontro de Ideias se deu através de convites do curador e apresentador do referido projeto. Para isso, o curador se valeu do êxito profissional de cada um dos convidados, e a descoberta da existência de cada um deles se deu através de pesquisas em revistas especializadas, jornais, livros publicados, sugestões de professores e redes sociais. O que difere do processo de participação dos artistas no projeto Café Cultural Residências Artísticas, que acontece através de editais de candidatura.

No primeiro encontro do projeto de intervenção Café Cultural Encontro de Ideias, datado em 24 de setembro de 2015, o tema apresentado foi “O diálogo entre Brasil e Portugal através do teatro”, o palestrante convidado foi o ator português Rui Madeira, que chamou a atenção ao questionar a qualidade dos cursos de teatro existentes nas universidades portuguesas, como também da influência

negativa da televisão e do cinema para a formação de ator de teatro. O segundo encontro do referido projeto aconteceu em 29 de outubro de 2015, com o tema: “O Pop-Rock e a música Experimental em Portugal”, com a participação da cantora e compositora portuguesa Rita Redshoes e do músico erudito português Nuno Aroso. Nesse encontro foram discutidas diversas questões entre esses dois estilos e as diferenças de mercado e produção musical.

No terceiro encontro, datado 26 de novembro de 2015, o projeto de intervenção Café Cultural Encontro de Ideias contou com a presença do escritor, ilustrador e editor Pedro Seromenho, para discutir o tema: “Isso é um livro? Ele desmistificou a visão que a sociedade costuma obter sobre a literatura infantil e expôs para o público presente sobre o seu processo de criação. No quarto e último encontro da primeira temporada do projeto Café Cultural Encontro de Ideias, que aconteceu em 17 de dezembro de 2015, o evento contou com a presença do professor Jean-Martin Rabot, que discutiu um tema incomum, quando fora das instituições acadêmicas: “A condição pós-humana”.

Na segunda temporada, que teve o seu início em 26 de fevereiro de 2016, o projeto Café Cultural Encontro de Ideias contou com a presença da atriz e educadora portuguesa Ana Caridade, que apresentou o tema Pedagogia Sensitiva. O segundo encontro se deu com a participação da atriz portuguesa Iolanda Laranjeiro, que discutiu o tema: “Ser Actor é ser Especial”? Esse encontro se deu em 31 de março de 2106.

A jornalista brasileira Cláudia Steiner, foi a terceira palestrante que apresentou o tema “E-book, Literatura Digital”, em 27 de maio de 2015. A terceira participação aconteceu com a presença da atriz portuguesa Helena Gonçalves, que discutiu o tema: “Dança, teatro. Arte Plural ou Singular”? A quarta participação se deu com a presença do fotógrafo brasileiro Luiz Lima que abordou o tema: “Fotografia no universo musical”, em 30 de maio de 2016.

O projeto Café Cultural Encontro de Ideias conseguiu proporcionar encontros entre as pessoas para discutir temas relevantes do âmbito cultural, social e artístico, para estimular o senso crítico no público presente.

Através dos temas abordados nesses encontros, o referido projeto conseguiu analisar junto com o público presente, diversos temas de segmentos artísticos: cinema, música e veículos de comunicação de massa, que fizeram parte do crescimento da indústria cultural. E analisou também o seu posicionamento referente aos segmentos artísticos como a arte erudita e popular.

O ponto em comum do projeto Café Cultural Encontro de Ideias com o projeto Café Cultural Residências Artísticas é que os dois são projetos de intervenção voltados para a cultura. Os dois projetos tiveram como objetivo o de proporcionar conhecimentos para as pessoas sobre diversas áreas

culturais e artísticas.

A diferença entre os dois projetos está, justamente, no formato de cada um deles. Enquanto o projeto Café Cultural Encontro de Ideias acontecia em um ambiente fechado, que era totalmente dependente da divulgação para alcançar o público, o principal evento no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas consiste na realização de murais, que acontecem em lugares abertos, como praças, ruas e parques. Por essa razão, o poder de alcance em termo de popularidade é bem maior e contínuo. Pois, nesses locais, sempre passam pessoas, sem a necessidade de serem convidadas.

No entanto, o projeto Café Cultural Residências Artísticas é uma ação que, além de exercício do pensamento, ele está voltado para a prática, para a produção artística e de ensinamento mútuo entre artistas e público através de espetáculos, criações artísticas e *workshops*. Os dois projetos, Café Cultural Encontro de Ideias e Café Cultural Residências Artísticas completam-se, pois, a importância da teoria e prática é imprescindível para o desenvolvimento do cidadão, como também o universo artístico.

1.3 As Residências do projeto Café Cultural Residências Artísticas e os intervenientes

Primeira Residência:

Vila - Celorico de Basto/janeiro 2107

Ieda Dias (Brasil): Atriz

Dalila Louredo (Portugal): Atriz

Francisco Camilo (Portugal): Pintor/graffiti

Segunda Residência:

Cidade – Fafe/março 2017

Luiz Fontineli (Brasil): Cantor e compositor **Pedro loureiro** (Portugal): Pintor/graffiti **João Vasco** (Portugal): Pintor/graffiti

Terceira Residência:

Cidade – Fafe/maio 2017

Miguel Samarão (Portugal): Músico e compositor

katia Suzue (Brasil): Pintora/graffiti

Teresa Robalo (Portugal): Pintora/graffiti

Quarta Residência:

Cidade – Fafe/junho 2017

Saulo Ferreira (Brasil): Músico e compositor

Alisson Coutto (Brasil): Dj, músico e compositor

Cláudio Mendonça (Cadumen) (Brasil): Pintor/Graffiti

Quinta Residência:

Cidade: Fafe/março, 2018

Otto Schade (Chile): Pintor/graffiti **Guilherme Lapa** (Portugal): Músico **Inês Lapa** (Portugal):

Musicista

Sexta Residência:

Cidade: Fafe/maio, 2018

Muzai (Brasil): pintor/graffiti

Rivando Gois (Brasil): Cantor e Músico

Andy Scoth (Portugal): MC

Sétima Residência:

Cidade: Fafe/junho,2018

Alex Senna (Brasil): Pintor/graffiti **Farid Rueda** (México): Pintor/graffiti **Natália Loyola** (Brasil):

Videomaker

Oitava Residência:

Cidade: Fafe/ setembro,2018

Camilo Questione Sapiens: Pintor/graffiti **Spaik Spike** (México): Pintor/graffiti **Giuliana Maria**

(Brasil): Atriz

Nona Residência:

Cidade: Fafe/ março,2019

Nelson Soares (Portugal): Pintor/graffiti

Sune Nesu (México): Pintor/graffiti

Waldir Júnior (Age) (Brasil): Pintor/graffiti

Décima Residência:

Cidade: Fafe/julho, 2019

Clara Leff (Brasil): Pintora/graffiti

Celso Campos (Gatuno) (Brasil): Pintor/graffiti

Décima primeira Residência:

Cidade: Fafe/ setembro, 2019

Cade Moreno: Pintor/graffiti Ekyone: Pintor/graffiti

Décima Segunda Residência:

Cidade: Fafe/ julho, 2020

Dj Ribeiro (Portugal): DJ

José Miguel (Portugal): músico

1.4 As Instituições Parceiras: A Câmara Municipal de Celorico de Basto e a Câmara Municipal de Fafe

a) A Instituição de Acolhimento:

Café Cultural Residências Artísticas.

b) A Câmara Municipal de Celorico de Basto

A Localidade:

Praça Cardeal D. António Ribeiro4890-220 Celorico de Basto

c) O Edifício:

A Câmara de Celorico da Basto possui dos prédios, a Casa do Prado do século XVIII, que foi

remodelada no século XIX, e que pertenceu à família Pinto Dá Mesquita. E o edifício inaugurado em 29 de dezembro de 2000, projetado pelos arquitetos Carlos Guimarães e Soares Carneiro. Possui ligação com a casa do Prado.

d) O Executivo:

A Câmara Municipal é constituída pelo presidente e por quatro vereadores e é o órgão executivo colegial do município, escolhido pelos cidadãos eleitores recenseados na sua área.

e) A Assembleia Municipal:

A Assembleia Municipal é o órgão deliberativo de um município ou vila. É constituída por membros eleitos diretamente e pelos presidentes de Junta das freguesias e tem como função salvaguardar os interesses municipais e promover o bem-estar da população.

Os membros da Assembleia Municipal representam os munícipes residentes no conselho. A sua atividade visa o respeito pela Constituição da República e legalidade democrática e a prossecução dos interesses da cidade.

A Assembleia Municipal é independente, no âmbito da sua competência e as suas deliberações só podem ser suspensas, modificadas, revogadas ou anuladas, pela forma prevista na lei.

A Assembleia Municipal de Celorico de Basto é presidida por António Manuel Marinho Gomes.

f) As Sessões da Assembleia Municipal:

05 sessões por ano.

g) As Geminações

Catanduva interior do Brasil que pertence ao Estado de S. Paulo.

h) A Câmara Municipal de Fafe: A localidade:

Avenida 5 de Outubro, centro da cidade.

j) O edifício:

O edifício onde está sediada a Câmara Municipal de Fafe foi projetado ainda no período da monarquia e as obras concluídas em 1913.

Na década de 60, do ano 1900, o edifício municipal sofreu obras de remodelação que conferiram imponência à fachada e dotaram o acesso ao primeiro andar com um vitral tríptico, do artista Amândio Silva.

Entre 2008 e 2009, foram realizadas obras de remodelação nas instalações da Câmara, alargando e construindo novos espaços, situados atrás do edifício principal, com o intuito de melhorar as condições de trabalho dos funcionários e os serviços prestados aos munícipes.

j) O Executivo:

A Câmara Municipal é constituída pelo presidente e por oito vereadores e é o órgão executivo colegial do município, escolhido pelos cidadãos eleitores recenseados na sua área. É presidente da câmara municipal o primeiro candidato da lista mais votada.

O Executivo Municipal reúne quinzenalmente, à quinta-feira. A reunião tem início marcado para às 10h00 e é aberta ao público.

k) A Assembleia Municipal:

A Assembleia Municipal de Fafe apresenta as mesmas características do que as de Celorico de Bastos. É presidida pelo Dr. Laurentino Dias, conta com 27 deputados municipais e reúne de três em três meses.

l) As Sessões da Assembleia Municipal

A Assembleia Municipal reúne em sessões ordinárias e extraordinárias. As sessões são públicas, realizadas no Auditório Municipal, e começam à hora que consta da convocatória.

De cada reunião ou sessão é lavrada ata, com um resumo do que de essencial nela se tiver passado, indicando, designadamente, a data e o local da reunião, os membros presentes e ausentes, os assuntos apreciados, as decisões tomadas e a forma e o resultado das respetivas votações.

m) As Geminações:

Sens, em França e Porto Seguro, no Estado da Bahia no Brasil

1.5 Projeto Café Cultural Residências Artísticas: metodologia como investigação-participação.

Este trabalho consiste no cruzamento de culturas como o teatro, a performance, a música, a pintura, o vídeo e a moda. Desta maneira, o projeto Café Cultural Residências Artísticas consiste num recurso metodológico para pesquisa de forma mais densa por estar inserido em vários processos.

A metodologia adotada para o referido projeto foi a da investigação-participação. Nessa perspectiva, o pesquisador é mais um dos instrumentos de pesquisa, por estar também inserido no trabalho de investigação.

Nas práticas referentes ao projeto de intervenção, a vivência dos processos, de uma outra perspectiva diferenciada, como parte integrante do processo, além do papel de observador, proporciona aos leitores um outro ângulo da referida tese em questão. Assim, é possível acompanhar, de uma forma mais próxima, o evento da sua investigação.

Bogdan e Taylor (1975, p.31) definiram observação e participação “como uma investigação caracterizada por interações sociais intensas entre investigador e sujeito, no meio destas, que um procedimento durante o qual são recolhidos de forma sistematizada”. Estar na posição de ação-participação é estar como parte integrante de um projeto, como mediador entre público e convidados, é encontrar-se no cruzamento de visões que situam-se no limiar da cultura, das artes e do projeto sociocultural; e ser, ainda, o pesquisador, objeto de análise para si mesmo, enquanto elemento inserido no projeto de pesquisa.

A presente tese foi elaborada através de uma perspectiva sociológica e comunicacional, a partir de pesquisas bibliográficas, da participação e da produção executiva, trabalhada através de etapas previamente elaboradas e através da criação do projeto de intervenção Café Cultural Residências Artísticas, o investigador inseriu um evento de cunho sociocultural.

De acordo com Spradley (1980, p.1),

Na abordagem por observação participante, há de realçar que os objetivos vão muito além da mera descrição dos componentes de uma situação, permitindo a identificação do

sentido, a orientação e a dinâmica de cada momento. Face à intersubjetividade presente em cada momento, a observação em situação permite e facilita a apreensão do real, uma vez que estejam reunidas as partes essenciais em campo.

A cada momento de observação do pesquisador-participante dos acontecimentos ocorridos no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas, do comportamento do público presente e do desempenho dos artistas e das suas ações recíprocas; representou o material de trabalho que contribuiu para o melhor desempenho da metodologia referente a este projeto de intervenção, somado a pesquisa bibliográfica para elaboração do texto.

Referente ao projeto de intervenção Café Cultural Residências Artísticas, o pesquisador tem a função de moderar os encontros entre os artistas, facilitar os intercâmbios das experiências de cada especialidade artística, e fomentar as interações com o público, a basear-se nas necessidades de um maior embasamento cultural para a sociedade.

Desse ponto de vista, como bem o viu Correia (2009, p.31), “o próprio investigador é instrumento de pesquisa”.



Figura 1 O pesquisador José Vicente dos Santos na preparação para as pinturas de graffiti do artista residente AlexSenna, (ao lado), Fafe, junho, 2018. Foto. Fábio Leite.

E nesse processo de trabalho, é importante que o investigador obtenha clara consciência de que tanto o projeto de pesquisa quanto seus procedimentos fazem parte de toda pesquisa. Assim, é notório que os dados escolhidos e recolhidos durante as sessões do projeto Café Cultural Residências Artísticas foram de absoluta importância para o desenvolvimento do trabalho.

Segundo Lapassade, como citado por Correia (2009, p. 32),

A observação participante refere-se a três aspetos distintos. Em primeiro lugar, designa o grau de implicação do observador no grupo, sem que essa implicação bloqueie a sua capacidade de análise. No segundo caso, trata-se de participação ativa, que é referida por vários autores como “tendo um pé dentro e outro fora”, é adotada por grande número de investigadores, pois faculta que se obtenha um estatuto que lhe permite participar em todas as atividades, mantendo um certo distanciamento. No terceiro tipo, a observação participante total ou completa, e controverso na sua aplicação, é indicada em estudos etnometodológicos ou nalguns estudos em contexto de investigação-ação, embora não seja pacífica esta abordagem.



Figura 2 O pesquisador José Vicente dos Santos a ministrar workshop sobre graffiti com crianças da escola, Fafe, junho, 2019, Foto. Eulália Almeida.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas foi elaborado de maneira que o investigador atuasse também como elaborador e curador do projeto, e na relação direta com os artistas residentes e os artistas convidados, na relação direta com a autarquia parceira do preferido projeto, além dos moradores das cidades acolhedoras.

Para Bogdan & Taylor, como citado por Correia (2009, p.31),

A observação/participação é uma investigação caracterizada por interações sociais intensas entre o investigador e os artistas/público, e constituem um procedimento durante

o qual são recolhidos de forma sistematizada informações de ordem variada.

O processo de seleção, a parceria dos órgãos institucionais e sua impressão em relação à aceitação pública para correção ou acréscimos de novas ideias relacionadas às produções artísticas também foram atividades do investigador, que, além disso, teve a função de definir os temas a serem desenvolvidos na sinergia artística, tanto na área musical como na na área teatral através de monólogos. (escreveu os textos e encenou, ou seja, dirigiu e atuou na criação de cenários), com exceção do primeiro monólogo, apresentado em janeiro de 2017.

O investigador também atuou em alguns eventos, como declamador e músico, e na elaboração de cada um dos trabalhos artísticos. O processo de definição dos locais, juntamente com a equipa da autarquia, para as pinturas dos murais e divulgação, preparação das paredes, juntamente com os artistas; também foram atividades desenvolvidas pelo pesquisador, diante da relação ação-participação, além da responsabilidade de toda a logística referente à participação dos artistas residentes e realizações das atividades artísticas e *workshops*.

A visão sobre o envolvimento colaborativo da comunidade, diante do projeto Café Cultural Residências Artísticas, tanto os eventos em locais fechados ou em praças públicas, levou o pesquisador a analisar, a cada mês, até que ponto e de que forma foram os impactos, positivos ou negativos, causados na cidade em questão, através de entrevistas feitas ao público de maneira a possibilitar um maior embasamento para a melhoria relacionada à sua actuação enquanto pesquisador-participante.

E assim, essa maior intimidade do pesquisador como curador do projeto, possibilitou um envolvimento do público nas questões sobre arte urbana e sobre o projeto Café Cultural Residências Artísticas.

Capítulo 2 - Pertinência e originalidade do projeto Café Cultural Residências Artísticas no âmbito das Ciências da Comunicação

2.1 Residências Artísticas e Comunicação

O projeto Café Cultural Residências Artísticas é um projeto de intervenção numa determinada localidade que propõe ao artista refletir sobre o seu processo de criação e sua relação com o público através de apresentações artísticas, ensino e aprendizagem. As realidades e os conceitos de criação artística e de comunicação dos processos de criação constituíram assim o foco da nossa investigação.

Para atingir esse objetivo, o projeto Café Cultural Residências Artísticas propõe uma imersão do artista residente na cultura popular, erudita, contemporânea e os costumes locais da cidade acolhedora. Essa imersão vem contribuir como fonte inspiradora, para que o artista possa desenvolver um novo trabalho artístico de forma individual ou através do processo de sinergia entre os artistas residentes, artistas convidados e artistas da comunidade. Mitos, lendas, costumes e fatos históricos da localidade, servem também como ponto de partida para o processo de criação desses artistas, com o objetivo de valorizar a cultura popular. E divulgar para as gerações a importância das identidades culturais.

Cultura popular está longe de ser um conceito bem definido pelas ciências humanas e especialmente pela Antropologia Social, disciplina que se tem dedicado particularmente aos estudos da cultura. Ela remete, na verdade, a um amplo espectro de concepções e pontos de vista que vão desde a negação (implícita ou explícita) de que factos por ela identificados contem alguma forma de “saber” até o extremo de atribuir-lhes o papel de resistência contra a dominação de classe. (Arantes, 1998, p. 7)

A cultura popular é um conjunto de valores, crenças, saberes, comportamentos, manifestações, que estão presentes no cotidiano de cada indivíduo. A cultura popular está inserida em todas as classes sociais, em todos os grupos sociais e etnias a que o indivíduo pertence. Pois, a cultura popular, que se caracteriza nessa diversidade inserida no comportamento humano, é a base da cultura de qualquer sociedade.

Essa diversidade que se desenvolve em processo históricos múltiplos, é o lugar privilegiado da “cultura” uma vez que, sendo em grande medida arbitrária e convencional, ela constitui em diversos núcleos de identidade dos agrupamentos humanos, ao mesmo tempo que os diferencia um dos outros. (Arantes, 1998, p. 26)

A cultura popular contribui para a identificação das semelhanças e diferenças de cada povo. Não é algo imposto e sim produzido pelo povo. Arantes (1998, p. 26) afirma que “pertencer a um grupo social implica basicamente em compartilhar um modo específico de comportar-se em relação aos outros homens e à natureza.

Na referida tese, grande ênfase será dada à noção de cultura popular e de transmissão das tradições. O contato entre a cultura popular e a cultura de massas é inevitável e por vezes confuso. É verdade que o conteúdo da cultura popular é determinado em grande parte pelas indústrias que disseminam o material cultural, como por exemplo as indústrias do cinema, televisão, música e editoriais, bem como os veículos de divulgação de notícias. No entanto, a cultura popular não pode ser descrita como um produto conjunto dessas indústrias; é, antes, o resultado da sua interação contínua com as pessoas pertencentes à sociedade que consome os seus produtos.

A cultura de massas, produzida pelo desenvolvimento capitalista, é definida pelo crítico americano Christopher Lasch como “um conjunto de obras, de objetos e de atitudes, concebidos e fabricados segundo as leis da indústria, e impostas aos homens como qualquer outra mercadoria.” (Lasch, 2001, p.8). É a partir dos anos 60 que a reabilitação da cultura de massas e, por conseguinte, das novas tecnologias da informação, começa a tornar-se o *leitmotiv*, das novas classes médias, com aceleradas mudanças de paradigmas sociais.

Entretanto, a multiplicação da informação e, a acompanhá-la, a obsidante influência dos média na sociedade, fizeram com que as redes sociotécnicas tenham vindo ocupar um lugar de importância inalienável na afirmação de novos movimentos sociais, com impactos decisivos na cultura e nas artes. Nestas circunstâncias, podemos dizer que as transformações de natureza tecno - lógica conduziram a profundas alterações das estruturas sociais, e também da organização das comunidades humanas. (Martins, Sidoncha & Bandeira , 2017, p.8).

Traduz-se, na prática, por uma espécie de “contracultura” que se opõe à “cultura burguesa”. A noção de “cultura de massas” conheceu um grande sucesso nesta década, devido, em parte, à sua imprecisão semântica e à associação paradoxal dos termos “cultura” e “massa”. Essa indefinição prende-se como facto de o termo “massa” remeter ora para o conjunto da população, ora para a sua componente popular.

A cultura de massa é um embrião da religião da salvação terrestre, mas falta-lhe a promessa da imortalidade, o sagrado, e o divino para realizar-se como religião. Os valores

individuais por ela exaltados-amor, felicidades, auto realização-são precários e transitórios; o indivíduo terrestre e mortal, fundamento da cultura de massa, é ele próprio que há de mais precário e transitório; essa cultura está comprometida com a história em movimento, o seu ritmo é da atualidade, seu modo de participação é lúdico-estético, seu modo de consumo é profano, sua relação com o mundo é realista. (Morin, 2002, p.167).

Nesse último caso, Denys Cuche chega mesmo a evocar aquilo que alguns denunciaram como o “embrutecimento” das massas e alerta para o erro de se confundir “cultura *para* as massas” e “cultura *das* massas”:

Não é pelo facto de uma massa de indivíduos receber a mesma mensagem que essa massa passa a constituir um conjunto homogéneo. É evidente que há uma certa uniformização da mensagem mediática, mas isso não autoriza a que delas deduzamos a uniformização da receção da mensagem. Por outro lado, é falso pensar que os meios populares seriam os mais vulneráveis à mensagem dos meios de comunicação de massa. Há estudos sociológicos que mostram que a penetração da comunicação mediática é mais profunda nas classes médias do que nas classes populares. (Cuche, 1999, pp.158-159).

Não obstante as alterações provocadas pela globalização nas formas identitárias estabelecidas, vários estudiosos chamam a atenção para a necessária valorização dos esquemas tradicionais na sociedade atual. Edgar Morin (1973) evidenciou o duplo capital da cultura: capital cognitivo, por um lado, que encerra saberes e conhecimentos que podem ser transmitidos a toda e qualquer sociedade e de capital específico, por outro lado, que constitui as características da sua identidade original e alimenta uma comunidade singular por referência aos seus antepassados, aos seus mortos e às suas tradições. Ora, este capital específico não deve, de maneira alguma, ser ignorado ou desvalorizado, como defende Christopher Lasch (2001, p. 64), já que uma cultura verdadeiramente moderna não pode repudiar os esquemas “tradicionais”; pelo contrário, é da sua resistência e da sua persistência que tira a sua força.

A cultura deve ser pensada numa dialética permanente entre tradição e invenção, entre signos locais e globais, isto é, nos cruzamentos entre matrizes muitas vezes milenares e tecnologias de ponta.

É a partir destas premissas que abordaremos o significado da cultura popular para a arte no quadro das residências artísticas. Além do incentivo à pesquisa voltada para a cultura popular na cidade acolhedora em que se desenvolve a residência artística, o projeto Café Cultural Residências Artísticas propõe aos artistas a reflexão sobre as questões de ser artista no mundo contemporâneo, no qual o

conceito de sucesso é determinado pela regra de mercado da indústria cultural. E, conseqüentemente, estimula o preconceito das pessoas para com a arte urbana.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas é um projeto que se baseia num princípio de troca. Pretende-se investir na criação de um trabalho desenvolvido de forma individual pelo artista residente, no interior de uma estrutura organizacional que tenta oferecer as melhores condições para a realização dos projetos artísticos: o alojamento, a refeição nos três horários, os transportes dentro da cidade para pegar os residentes na cidade do Porto na estação de comboio ou no aeroporto, assim como o acompanhamento de uma curadoria.

Christ (2020, p.1) afirma que “de um modo geral, os artistas procuram residências artísticas para buscar inspirações, dedicar seu foco a algum projeto específico ou desenvolver novas ideias junto de outros artistas, críticos ou organizações de sociedade diferentes do que estão acostumados”. No entanto, diversos artistas têm a dificuldade em participar de uma residência artística, e um dos motivos é o facto de precisarem de se ausentar por algum tempo da sua casa. Muitos deles precisam cumprir diversos compromissos com a sua vida pessoal na cidade em que moram e que, além de que, em muitos casos, residem em outros países. Casa, família, trabalho são alguns dos compromissos que, geralmente, estão presentes como motivos de dificuldades para os artistas.

Além das questões acima citadas, é comum constatar que o artista precisa assumir todas as despesas durante o período em que participa de uma residência artística, pois muitas residências só lhes oferecem o alojamento, e noutras, até isso o artista precisa custear. No caso do projeto Café Cultural Residências Artísticas, o projeto começou a oferecer uma ajuda de custo a partir do ano de 2020. No entanto, o artista precisa assumir os custos da própria passagem. Essa é a única despesa que o artista precisa assumir para poder participar do referido projeto.

Dessa forma, é preciso que o artista faça determinados questionamentos, antes de participar de qualquer residência artística: Quais as suas necessidades de se tornar um artista residente por um período determinado? O que ele espera de uma residência artística? Quais as linguagens artísticas que a residência abrange? Qual o perfil dos artistas em que as residências artísticas estão interessadas? Nesse sentido, é preciso saber acerca do nível de escolaridade, nacionalidade e se a participação inclui artistas de toda parte do mundo ou apenas de uma determinada região ou cidade. É preciso saber também se determinada residência artística poderá suprir algumas das suas necessidades enquanto artista, bem como procurar saber se na residência artística, em questão, terá atividades desenvolvidas apenas dentro de um recinto, como um atelier ou em um estúdio de gravação ou teatro, ou se os artistas irão interagir em espaço público com a cidade.

Diante das novas tecnologias da comunicação, há, atualmente, diversos editais de candidatura divulgados em *sites*, em redes sociais e por *e-mails*, a oferecer oportunidades de inscrições para a participação de diversos formatos de residências artísticas. Não existe a pior ou a melhor residência artística, mas a que seja mais adequada a cada artista. O que ele deve levar em conta são os factores mais adequados para suprir suas necessidades. Um exemplo disso são as Residências artísticas voltadas somente para o campo da música ou somente para o artesanato, ou ainda algumas direcionadas apenas para esculturas. Há ainda residências artísticas que trabalham com o teatro, outras com múltiplas linguagens de expressões artísticas, outras com pintura em tela; e, finalmente, outras para a arte urbana, que é o caso do projeto Café Cultural Residências Artísticas. No âmbito desse referido projeto, o artista residente passa a participar de um estágio de convivência com uma outra cidade, através de novas relações com outros artistas, a criar um intercâmbio de novos conhecimentos e experiências. Acompanhado de uma curadoria, cujo trabalho artístico e *workshops* são dedicados à comunidade de forma gratuita. Este referido projeto oferece para o público um produto artístico finalizado, como exposições, apresentações teatrais, artes visuais, música, literatura e apresentação de obras literárias, folclores, etc. Resultado e reflexo do trabalho de sinergia desenvolvido pela fusão dos artistas residentes locais, numa junção de diversas linguagens da arte, uma das diversas formas de comunicação.

2.1.1 Arte, Comunicação e seus nichos

Segundo Azevedo (2007), o mundo da arte é concreto e vivo, e pode ser observado, compreendido e apreciado. O autor ainda afirma que, através da experiência artística, o ser humano desenvolve sua imaginação e criação, aprende melhor a conviver com seus semelhantes, respeita as diferenças e sabe modificar sua realidade.

No entanto, é legítimo afirmar que a indústria cultural, além de ter contribuído muito, em um longínquo passado, para que as grandes massas tivessem acesso às artes e contribuir para que os artistas se desenvolvessem profissionalmente (shows business, literatura, arte, etc.), essa mesma indústria, após décadas, impõe, em muitos casos, uma arte direcionada para as massas, que contradiz, em muitos casos, qualquer conceito coerente relacionado a criatividade artística.

Faz-se necessário um grande apelo popular para que essa indústria promova alguma linguagem artística legítima e não fabricada por ela. No caso do graffiti, a situação foi mais difícil, porque essa arte precisou, primeiramente, derrubar a barreira do preconceito popular para depois chamar a atenção da indústria cultural.

É notável que o grafite está ganhando, cada vez mais, repercussão na mídia e, como consequência, a diferenciação entre as ações de um grafiteiro e um pixador só tendem a aumentar. Enquanto o pixo permanece como um símbolo de vandalismo, e seus praticantes considerados marginais, o grafite adquire conotação de arte, começando a penetrar no âmbito da 'alta cultura' (Chacon,2014, p.01).

O graffiti vem a ser, na contemporaneidade, uma exceção, por estar, aos poucos, a se beneficiar de popularidade através da indústria cultural. No entanto, é notório observar que a cultura de (para) massa, criada por essa indústria, na maioria dos casos, é desenvolvida em série, a desprezar a originalidade criativa de cada artista, e leva o público(a massa) em direção a um turbilhão de igualdades e alienação. Esta cultura distingue-se da cultura popular, originária das massas do povo, como o folclore e artesanato.

As artes feitas para as massas representam produtos da indústria cultural que, por muito tempo, eram somente divulgados pelos grandes meios tradicionais de divulgação, (jornais, rádio e TV), com raríssimas exceções, a grande maioria ligada à esfera mediocridade, prisioneiros de um universo massificador, alienante, distante de qualquer preocupação ligada ao prazer estético criativo.

O prazer estético que anima o jogo da criação é para Kant, puramente subjetivo, pois se exerce em representações e não como a validade do objeto. Haveria uma verdadeira estética própria da representação, e que não precisa coincidir com a verdade da objetiva. Assim, é esteticamente verdadeiro que o sol mergulha nas águas do mar na hora do poente, embora à luz da ciência, essa imagem venha a ser uma ilusão dos sentidos (Bosi, 1986, p. 14).

É legítimo salientar que tanto a arte popular como a erudita perderam, por muito tempo, espaços para o que chamamos de culturas para as massas. As novas tecnologias impulsionaram o surgimento de novos nichos de públicos e o fortalecimento de outros já existentes. Com o grande advento das novas mídias digitais, a indústria cultural se tornou independente desse meio de informação tradicional, fazendo uso das diversas plataformas contemporâneas de comunicação. “Atualmente pertencemos a uma sociedade onde as pessoas vivem constantemente interligadas umas com as outras e cada uma delas tem a sua própria rede de “contactos”, sendo que, por sua vez, todas essas redes juntas formam a estrutura da nossa sociedade.” (Rodrigues, 2020, p.12).

A forma de divulgação do produto artístico sofreu diversas transformações e essa realidade

trouxe vários benefícios para o artista, principalmente ao artista independente, que não tem nenhuma ligação com a indústria cultural. Assim, ele pode divulgar o seu trabalho para o mundo através das redes sociais. E essa realidade beneficiou vários profissionais que estavam longe do conhecimento do público. No entanto, a quantidade de divulgação nas redes sociais pela indústria cultural ganhou mais força e, assim, ela continua com mais poder de influência.

Contudo, é legítimo constatar que, na atualidade, apenas com um clique, o indivíduo pode ter acesso a diversos programas dos mais variados segmentos culturais, como por exemplo documentários sobre diversos temas e diversas linguagens artísticas.

Hoje em dia, o cidadão comum pode aceder da mesma forma a uma ópera, a um concerto de jazz, a uma peça de teatro, a um documentário ou uma exposição de arte contemporânea. Nesse sentido, as atividades culturais assumem uma nova relevância como “motor de coesão social, reforçando a identidade e o sentido de pertença nas pessoas. (Nunes, 2012, p.27, citado em Monteiro, 2017, p. 14).

Em muitos casos, a popularidade que o artista independente consegue obter, através dos novos meios de comunicação, serve de trampolim para ingressar no universo da fama. Decerto que esse é um processo que sempre existiu, mas não de uma forma tão intensa como nos tempos atuais.

No caso da arte urbana, uma nova realidade vem surgindo relacionada ao mercado. Uma delas é o fato de muitos artistas urbanos, ligados às artes visuais, passaram a expor em galerias de artes e que acaba por diminuir o injusto estigma negativo de vandalismo ainda existente relacionado a essa arte. Por isso,

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 erubescer de arte apresentada na maior parte das galerias. Interessante perceber se as galerias ajudam a arte urbana a libertar-se do estigma do vandalismo e do ilegal (Eugênio, 2013, p. 47).

Festivais de arte urbana, bienais de graffiti e residências artísticas são eventos que contribuem para a diminuição do triste estigma de vandalismo, que esse segmento artístico tem sido relacionado. Artistas como Banksy, os Gêmeos, Vhils, Kobra e outros, colaboram, há muito tempo, para a quebra de paradigmas existentes e relacionados ao mercado das artes visuais. No entanto, já existe no

mercado o agenciamento para artistas urbanos, e, através de plataformas online, pode-se encontrar agenciadores desse segmento artístico.

Eugénio (2013, p.30) afirma que:

Em novembro de 2011, surgiu no mercado português, um modelo de negócio de agenciamento de artistas de rua, desenvolvido por Charlotte Specht e Mario Rueda. Este projeto apoiado pela Startup Lisboa, consiste numa plataforma online de agenciamento de artistas, fazendo a ponte entre o artista de rua e quem os queira contratar para determinados eventos (Eugénio, 2013, p.30).

Contudo, esse maior crescimento de artistas urbanos com agenciadores está a crescer na área do Graffiti/Street Art. É importante observar que, apesar dos preconceitos ainda vigentes a respeito dessa linguagem artística, o graffiti/Street Art vem fazendo uma revolução silenciosa referente à opinião pública, como também no comportamento no mercado elitista das artes visuais.

Ao mesmo tempo em que muitos artistas urbanos estão também a expor as suas obras em galerias, muitos artistas que sempre expuseram em galerias passaram a desenvolver arte urbana.

Uma transformação rápida devida às necessidades de expansão do mercado, ainda que lenta, a mudança de mentalidade de muitos diretores de galerias, curadores e o grande contributo dos novos meios de comunicação já está sendo uma realidade. O público e o artista já não dependem tanto dos antigos monopólios dos meios de comunicação tradicionais, emissoras de TV, rádio e jornais.

Hoje vivemos um cenário em que as transformações técnicas e tecnológicas já não dizem respeito apenas à possibilidade de multiplicar uma obra, ou à ligação entre a cultura e o mercado. O próprio mercado tornou-se global, levando à globalização de quase todas as esferas da vida contemporânea. A velocidade de transmissão de informação a nível global veio também levantar questões relativamente à autoria das obras, abriu inúmeras possibilidades de criação com novas técnicas, métodos e suportes, criou possibilidades incríveis de colaboração, circuitos alternativos, etc. Este fenómeno complexo, conhecido hoje como globalização, promove grande parte dos desafios contemporâneos à criação de Políticas Culturais (Gariso, 2017, p.27).

São notórias as diferenças que existem entre os dois objetos artísticos, o graffiti e a pintura em telas, não só no que diz respeito ao objeto artístico em si, como também no que diz respeito às diferentes características no mercado das artes até chegar ao público consumidor. A pintura em tela pode ser colocada em qualquer ambiente pela facilidade de transporte do objeto e possui grande

tempo de durabilidade. Contudo, os murais, que são artes produzidas, geralmente em muros, não são obras facilmente removíveis. Os murais que estão expostos em vias públicas, para serem vistos por todos, como verdadeiras mobílias urbanas, têm uma durabilidade reduzida, por estarem expostos aos caprichos do tempo. No entanto, essa durabilidade reduzida é compensada pela quantidade de pessoas que esta arte é capaz de alcançar, que é o seu principal propósito.

Na sociedade atual, é muito comum encontrar diversas manifestações artísticas nos espaços urbanos: esculturas, painéis de azulejos, prédios arquitetônicos, murais, são exemplos onde podemos ver no dia-a-dia a arte em seu estado pleno. Com as novas tecnologias de informação e até mesmo com o poder das mídias, a arte urbana vem alcançando maior popularidade frente ao grande público.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas é um projeto sustentado por quatro pilares: manifestação cultural (eventos), Intercâmbio, *workshops* e *sinergias artísticas*. E com isso, além de contribuir para o desenvolvimento técnico do artista, através de novas vivências, o artista residente contribui para o conhecimento das pessoas sobre a importância da arte.

O primeiro pilar, o de manifestação cultural, cujos eventos artísticos produzidos no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas, são apresentados em espaços urbanos (Graffiti), abertos ou fechados, sendo que, nestes últimos, o acesso para o público é gratuito.

O intercâmbio, segundo pilar, consiste na convivência dos artistas residentes com os artistas convidados da cidade acolhedora, com oportunidade de elaboração de projetos e oficinas de criações artísticas em conjunto.

O terceiro pilar são os *workshops* ministrados pelos artistas residentes em diversas instituições, como Cercis, escolas secundárias, universidades, escolas profissionais, pessoas pertencentes a associações de idosos aposentados e juntas de freguesias. O quarto pilar é a sinergia, que Mariotti (1996, p.2) define como “um conjunto de dois ou mais componentes inter-relacionados e interdependentes – os subsistemas, cuja dinâmica conjunta se orienta para um objetivo ou meta.” O autor afirma ainda que “os componentes de um sistema funcionam em harmonia e se ajudam mutuamente na busca desse objetivo. O trabalho de cada um reforça e é reforçado pelo de todos os outros. É uma inter-relação dinâmica, na qual o todo é maior que a soma das partes. Qualquer alteração em qualquer das partes repercutirá na totalidade.

Quando se tem a associação concomitante de vários dispositivos executores de determinadas funções que contribuem para uma ação coordenada, ou seja, o somatório de esforços em prol do mesmo fim, tem-se sinergia. Sinergia é mutualidade, compartilhamento de mudanças em benefício do todo. É o trabalho de cada um, reforçado pelo de todos os outros. A sinergia artística no Projeto Café

Cultural Residências Artísticas é desenvolvida através da criação em grupo no qual os artistas colocam em prática suas experiências e, em alguns casos, com a colaboração de estagiários da área de educação artística e voluntários da cidade.

Sob a orientação da curadoria, a sinergia artística tem o objetivo de desenvolver e finalizar um produto artístico que resulta da inteligência coletiva, em que cada artista residente ocupa, nessa rápida transformação, uma função específica, como peça complementar de um todo, para atingir um objetivo através de um processo de partilha. Sob tal perspectiva, Mariotti (1990, p.2), afirma que nada mais atual é o que hoje conhecemos por meio de expressões como comprometimento compartilhado.

Todo o processo da sinergia do projeto Café Cultural Residências Artísticas também possui como aliada as novas tecnologias, utilizadas como fontes de pesquisa. As ideias, formatos, estilos dos espetáculos ou concertos, são anteriormente discutidos com os artistas que foram selecionados ou convidados a participar da residência artística.

Geralmente, a curadoria, baseada nos trabalhos artísticos já produzidos e nos estilos dos artistas, propõe um tema, isso no caso de espetáculos musicais ou concertos. Na parte teatral, tanto o artista como a curadoria podem propor um texto. Assim, com os textos ou formatos dos espetáculos definidos, a sinergia toma início com a chegada dos artistas residentes. Mariotti (1990) afirma que Sinergia é mutualidade, compartilhamento de mudanças em benefício do todo.

A sinergia artística é uma espécie de engrenagem que sem uma peça fica desfalcada, com muita dificuldade para funcionar. Apesar da presença dos artistas residentes, durante o processo de sinergia, todos os participantes têm a sua importância. A sinergia artística se diferencia de um trabalho feito em equipe.

O fato de haver profissionais trabalhando em conjunto em um mesmo ambiente ou não, ou que trabalhem em forma simultânea, não faz deles uma equipe sinérgica. No máximo, eles se caracterizam como um grupo de trabalhadores que, apesar de terem um objetivo em comum, atuam de forma isolada, ainda que ocupem o mesmo ambiente laboral e que isso não pode ser considerada uma equipe sinérgica. O processo laboral, embora hajam ações compartilhadas, esse processo parece ocorrer de forma separada, não havendo a sinergia propriamente dita. Cada um é parte de um processo e, embora haja um objetivo comum, cada um trabalha para cumprir o objetivo final, gostando ou não do resultado. Não há uma ligação emocional naquilo que é feito (Amorim, 2016, p.2).

Os trabalhos das pessoas inseridas em um processo sinérgico são muito mais dependentes, interligados um com o outro. “Quando há sinergia, as coisas ocorrem mais naturalmente, pois as metas

são comuns, há um alinhamento de pensamento, há harmonia nos processos e há determinação e forte convicção para superar os desafios existentes. Portanto, na sinergia as pessoas caminham na mesma direção” (Amorim 2016, p.02). A exemplo de um carro, onde o proprietário pode mudar os tapetes, trocar os bancos, mudara cor e o produto continua sendo um carro. No entanto, é legítimo constatar que se cada peça do motor desse automóvel for retirada, se as peças de suspensão forem postas de lado, se as latarias forem separadas umas das outras partes, o veículo deixará de existir.

O trabalho em equipe é um campo no qual esses conhecimentos têm ampla aplicação. Uma equipe sem sinergia cedo ou tarde se desfará. A experiência mostra que a reunião de pessoas cultas, sábias e experientes nem sempre resultará em um grupo mais culto, sábio e experiente. Isso poderá ocorrer se essa reunião permitir que elas troquem entre si informações que produzam mudanças em suas estruturas de percepção e pensamento (Mariotti, 1990, p.08).

No processo de criação através do sistema de sinergia artística do projeto Café Cultural Residências Artísticas, os participantes são de níveis de experiências e idades diversificadas, algo que contribui para um melhor avanço nas realizações das criações artísticas, no sentido de trocas de conhecimentos e experiências múltiplas.

Em outros termos, um grupo de pessoas que recebe novos membros que pensam de maneira diferente resultará em um conjunto heterogêneo. O entrecruze de visões de mundo diversos produzirá ideias novas, isto é, propriedades emergentes. Essas emergências evitarão a repetitividade. A mudança de modelos mentais produzida pela diversidade abrirá caminho para a produção de diferenças, criatividade e inovação. Por essa razão, no trabalho de formação de equipes produtivas (*team building*) é indispensável a diversidade de modos de pensar e agir. A mudança da estrutura de percepção e pensamento dos membros das equipes assim formadas fará com que o todo seja maior que a soma de suas partes. Essa é a essência da sinergia (Mariotti, 1990, p.08).

No caso de uma peça de teatro, muitas vezes, os cenários são construídos pelos participantes, sendo que, por vezes, o resultado final diferencia ou sofre adaptações ao projeto original. No entanto, as adaptações são discutidas em consenso para um melhor resultado do espetáculo.

Uma produção artística realizada no sistema de sinergia, e com a participação de pessoas da comunidade, possibilita, para elas, não somente o prazer de uma realização em si, como também um maior entendimento no processo de criação/produção de um eventocultural. E esse facto contribui para

um melhor entendimento do evento em questão e uma melhor valorização da arte.

As produções artísticas realizadas juntamente com a comunidade caracterizam uma inclusão social importante. Esse processo contribui para a manutenção da autoestima e possibilita experimentos para diversas decisões e percepções de toda uma vida.



Figura 3 Ensaio, sinergia artística (Teatro) “Lendas e Romarias”, Celorico de Basto, 2017.

Considera-se, portanto que as expressões artísticas, eruditas ou populares, podem ser vistas como um direito a todos os humanos ao serem indispensáveis a todos, uma necessidade universal e não é algo indispensável apenas para os mais favorecidos. Muitas vezes, o que a população menos favorecida tem acesso é apenas a cultura de massas (Santos, 2017, pp. 70-71).

É muito importante incentivar a apreciação artística, no entanto, o incentivo ao cidadão para participar do fazer artístico, da construção das peças para serem usadas para o cenário é uma experiência mais profunda para o desenvolvimento da sua criatividade e autoestima por vivenciar uma relação com o fazer artístico. Sendo assim, o indivíduo tomará para si a responsabilidade da criação e passará a vivenciar momentos que jamais vivenciaria se ele não fizesse parte desse processo.



Figura 4 Sinergia Artística, Construção da cadeira de Alice,(Teatro musical), Fafe maio 2017



Figura 5 Sinergia Artística, Apresentação, (teatro musical) “A viagem de Christine ao universo da Geração Beat”, Fafe, maio, 2017.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas aposta na diversidade das linguagens artísticas e na convergência das mesmas, como processo de desenvolvimento artístico, ou seja, numa sinergia que pretende trabalhar com os artistas residentes fora da zona do conforto criativo, ao qual muitos estão habituados, fazendo com que o artista produza em equipe uma linguagem artística, partindo do ponto zero, com outros residentes e locais. O desafio à realização artística através da desconstrução de hábitos, de processos criativos, propõe novas construções positivas para o exercício da criatividade. Trata-se de tirar o artista do “vício criativo”, imergindo-o num novo processo de experimentos, de desenvolvimento perante a criatividade através de novos temas, diferentes parcerias e novas estéticas de espetáculos, com rotinas diferenciadas na elaboração e ensaios.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas entende que não basta apenas o artista surpreender o público, mas, também, a si mesmo. Se deparar diante do inesperado como processo de desenvolvimento para a criação e por conta deste facto, este projeto diferencia-se de diversos projetos de residência, que abrigam artistas apenas com projetos artísticos prontos e, geralmente, de uma só linguagem artística. Esse projeto, além de trabalhar na junção de várias expressões artísticas, acredita na interferência prática de trocas de ideias, de sentimentos, do desenvolvimento em conjunto.

É, sem dúvida, um momento único de crescimento, um projeto de intersecção entre diversas linguagens artísticas. Até mesmo na troca de funções, dentro das possibilidades, o músico poderá atuar como ator, o ator como músico e o artista plástico como performance, numa inversão ilimitada de papéis. Sem descartar a possibilidade de os artistas fazerem novas experiências, mesmo dentro da sua área, dialogando com novos parceiros artísticos, artistas residentes e artistas convidados.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas trabalha com a sinergia artística, objetivando colocar os artistas em novas ambientações, novas convivências, novas parcerias artísticas, estimular o cooperativismo entre eles e artistas convidados. Trata-se de estimular a interatividade com o público presente, lançando mão de vários recursos possíveis, principalmente os das novas tecnologias.

Pensar a arte interativa dentro do contexto das novas tecnologias da comunicação, como uma nova categoria de arte, requer um mergulho na história recente, à vista da expansão das noções de arte, de criação e também de estética. Além disso, no decorrer deste século, verifica-se um deslocamento das funções instauradoras (a poética do artista) para as funções da sensibilidade receptora (estética), o que produz no meio artístico uma grande confusão conceitual caracterizada, ainda, pela mistura e hibridação de géneros, poéticas e atitudes artísticas. Por outro lado, a compreensão dos novos meios costuma fazer-se a partir de metáforas e conceitos de tecnologias anteriores. No caso das NTC, expressões de origem náutica, como navegar, piratear, redes, imergir, cibernauta etc., são utilizadas enquanto não aparecem outras (Plaza, 200, p.9).

Eles produzem espetáculos através da sinergia artística no processo de discussões e ensaios, um trabalho único, oriundo da residência onde se valoriza a interatividade.

O artista residente interage com o público na cidade acolhedora através de criações inspiradas na cultura local, através dos *workshops* ministrados em escolas, universidades, associações filantrópicas e culturais e nas apresentações artísticas. E por fim, os artistas residentes interagem entre si e entre os artistas convidados. Uma inter-relação de várias formas e maneiras, valorizando a de “intercorporalidade”, para citar uma expressão de Albertino Gonçalves (2002, p.126), na convivência

através do fazer artístico.

Diante dessas novas perspectivas, o projeto Café Cultural Residências Artísticas objetiva fazer com que o artista, ao término da residência, volte para sua cidade ou país com novos conceitos e ideias adquiridas durante o período em que passou no acolhimento, referentes ao fazer artístico e ao significado da arte na sociedade. Assim,

O mundo da arte é concreto e vivo, podendo ser observado, compreendido e apreciado. Através da experiência artística, o ser humano desenvolve sua imaginação e criação aprendendo a conviver com seus semelhantes, respeitando as diferenças e sabendo modificar sua realidade. “A arte dá e encontra forma e significado como instrumento de vida na busca do entendimento de quem somos, onde estamos e o que fazemos no mundo (Azevedo, 2007, p.5).

A arte é conhecimento, mas o artista além de precisar entender o que ela é, ele precisa conhecer-se como artista e, cada vez mais, estimular a sua criatividade e a convivência com demais artistas, estar aberto a novas provocações criativas, conhecer novas culturas, lugares e costumes, contribuir para o seu crescimento enquanto artista e enquanto pessoa.

2.1.2 Comunicação, desenvolvimento social e humano

A necessidade de se comunicar sempre foi comum a todos os povos. Para atingisse objetivo, o homem nunca economizou esforços, justamente pelo facto da comunicação ser algo inerente ao ser humano, uma questão de sobrevivência. Assim, se pudesse imaginar, hipoteticamente, o homem vivendo sozinho, chegar-se-ia à conclusão de que já estaria extinto, ou não seria da maneira que se conhece: social, de modo a imaginar o homem numa situação assim é vê-lo conforme um leão falante.

Segundo Feil (2013, p. 52),

O recém-nascido precisa do outro não somente para cuidados fisiológicos, como também para o seu desenvolvimento mental, o qual diz respeito, antes de tudo, ao desenvolvimento filogenético que potencializa esse organismo a se comunicar com o outro e, através dessa relação, produzir sentido.

Sem a comunicação, o homem não se desenvolveria intelectualmente. Segundo Nietzsche, até mesmo a própria consciência só foi possível existir pela necessidade que o homem sempre teve de se comunicar, pois:

A consciência desenvolveu-se apenas sob a pressão da necessidade de comunicação [...], e, também, se desenvolveu apenas em proporção ao grau dessa utilidade. Portanto, consciência é, na realidade, apenas uma rede de ligação entre as pessoas – apenas como tal ela teve que se desenvolver: um sersolitário e predatório não necessitaria dela [...]: ele precisava, sendo o animal mais ameaçado, de ajuda, proteção, precisava de seus iguais, tinha de saber exprimir seu apuro e fazer-se compreensível – e para isso tudo, ele necessitavaantes de ‘consciência’, isto é, ‘saber’ o que lhe faltava, ‘saber’ como se sentia, ‘saber’ o que pensava (Nietzsche, 2012, p. 222, citado em Feil, 2013, p.50).

Para o filósofo, a consciência não tem nenhuma utilidade para a vida e nem mesmo para a existência do homem, as suas necessidades naturais continuariam a existir. Não apenas a vida, em geral, não necessita da consciência, como a vida dos próprios homens, em princípio, também não necessitava. Podiam “pensar, sentir, querer, recordar[...] e, não obstante, nada disso precisaria ‘entrar na consciência’” (Nietzsche, 2012, p. 221, citado em Feil, 2013, p.50).

Assim, de maneira resumida, podemos definir a comunicação na seguinte estrutura: “1. Ato de comunicar; de informação, aviso; 2. Passagem, caminho, ligação.” (Rocha, 1997, p.154). No entanto, devemos perceber que ela é um fenômeno muito mais vasto que as definições acima citadas e nos últimos anos, temos assistido uma crescente evolução nos processos comunicativos, enquanto elementos essenciais da vida em sociedade, a transformar costumes e valores numa velocidade sem igual.

Nessa linha de pensamento, Pereira (1985, p.1) afirma que é notório observar que todas as transformações sociais advêm da comunicação, e completa que há autores que chegam mesmo a considerar que «a sociedade é comunicação». E que por isso, é tão importante racionalizar e compreender melhor sobre o que consiste em um processo comunicativo.

Para que os processos comunicativos aconteçam, é de sumária importância o uso de elementos coerentes aos entendimentos do receptor. Considerar a comunicação como objeto de estudo implica ter em conta um conjunto de contextos amplos, verificar as suas diferentes formas que interferem diretamente no comportamento do indivíduo em sociedade, uma vez causado pelas diferentes formas de comunicação estão ligados à sua maneira de agir e pensar no mundo contemporâneo. No entanto, não devemos nos equivocar sobre uma reflexão baseada na crença de que todo ato social é produto da comunicação. Nessa linha de pensamento, Pereira (1985, p.3), afirma que “o conceito de ato social é mais amplo e inclui o ato de comunicação como um subtipo.”

Com o advento das novas tecnologias, é muito comum observar diversos textos a afirmar que

vivemos em uma sociedade de informação. Contudo, é curioso constatar que essa sociedade informatizada vivencia um paradoxo entre as tecnologias de informação/comunicação e grande despreparo do indivíduo ao lidar diariamente com a grande diversidade tecnológica.

Matos afirma que, de um modo geral, as escolas não educam as pessoas para a comunicação plena, que englobam as dimensões do falar, ouvir e dar *feedback*, mas que elas têm faltado até mesmo em educar a pensar, uma vez que “recebemos apenas instruções técnicas, com que, em geral, somos treinados a não pensar, e, portanto, induzidos a simplesmente memorizar e arquivar informações. Privilegia-se o escutar mecânico e não o ouvir orgânico” (Matos, 2009, p.1).

Diante dos surgimentos dos novos recursos tecnológicos desenvolvidos para a comunicação, a educação não consegue acompanhar tal advento. É por demais importante conscientizar o indivíduo perante as novas tecnologias de informação. Da mesma forma, como a consciência humana, que, segundo Nietzsche, surgiu devido à necessidade do homem comunicar-se, atualmente, faz-se necessário uma nova conscientização do ser humano diante da atual era de informação/comunicação.

Não existe uma preocupação em exercer na sociedade contemporânea a cultura do diálogo, pois chamamos a atenção de que a comunicação deve ser pautada no conhecimento. Vivemos em uma sociedade “bombardeada” de informações em que as pessoas não conseguem refletir a respeito desse bombardeamento tecnológico. Matos, (2009, p.1). afirma que “em sua essência, a comunicação necessita de resposta para se realizar, pois, a mensagem sem retorno não é comunicação, é apenas um comunicado, pura transmissão de dados. É como se fosse o impulso eletrônico ou mecânico de uma máquina para outra.” E essa realidade interfere diretamente no comportamento do indivíduo contemporâneo.

O distanciamento entre as pessoas pelo exagero do uso de mecanismos que possibilitam a comunicação e que muitas vezes são usados sem a mínima necessidade, diminui cada vez mais o entusiasmo das pessoas em se comunicarem frente a frente, numa relação mais calorosa e pessoal. Todavia, nem todas as pessoas preferem esse tipo tradicional de relação, justamente por causa das novas alternativas de relacionamentos desenvolvidas através das tecnologias de informação. Assim,

Um encontro face a face exige o tipo de habilidade social que pode existir ou se mostrar inadequado em certas pessoas, e um diálogo sempre significa se expor ao desconhecido: é como se tornar refém do desconhecido. É tão mais reconfortante saber que é a minha mão, só ela que segura o rato e o meu dedo, apenas ele, que repousa sobre o botão (Bauman, 2008, p. 27).

Os milhões de amigos que o indivíduo possui nas redes sociais, além de uma clara distorção sobre o que vem a ser amizade, fazem parte de uma realidade com demais fatores que vêm transformando rapidamente o comportamento das pessoas na sociedade contemporânea.

Esse tipo de amizade permite a realização da comunicação com diversas pessoas, em segurança, pelo facto de não ter a necessidade de se expor e tão pouco ser fiel a elas. Diante dessa perspectiva, O olhar que dirijo inadvertidamente a outra pessoa revela o meu próprio eu. O olhar que dirijo na esperança de obter um lampejo de seu estado mental e/ou do seu coração tende a ser expressivo e as emoções e as expressões mais íntimas mostradas dessa maneira não podem ser refreadas ou camufladas com facilidades – a menos que eu seja um actor profissional bastante treinado. Faz sentido, portanto imitar o hábito do avestruz de enterrar a cabeça na areia e desviar ou baixar os olhos (Simmel, citado em Bauman, 2008, p. 27).

Essa espécie de comportamento propõe uma reflexão sobre a relação construída através das redes sociais. No entanto, faz-se necessário observar que o indivíduo possui em seu grupo das redes sociais milhões de usuários, sem que possamos deduzir daí que se trata de relações de amizade, posto que, se alguém viver oitenta anos não consegue, se quer, possuir trinta amigos, muito menos mil. Nesse caso, Bauman (2008) chega mesmo a evocar que agora, na era dos desktops, laptops, dispositivos eletrônicos e telemóveis, que cabem na palma da mão; a maioria de nós tem uma quantidade mais que suficiente de areia para enterrar a cabeça.

Trata-se antes de um isolamento cada vez mais mascarado por convivências intermediadas pelas novas tecnologias que se sustentam na praticidade de desligar o aparelho sem dar nenhuma resposta ao amigo virtual ou, até mesmo, através de um simples click, pela facilidade em desfazer essa relação. Essa ação amplia-se também às questões culturais, pois o comportamento de um indivíduo está sempre atrelado a sua cultura, a qual devemos levar sempre em consideração, nomeadamente no que diz respeito à representação da comunicação simbólica:

Ora, se a existência da cultura está subordinada à forma de comunicação do tipo humano, isto é, um processo comunicativo simbólico, temos que admitir que os fundamentos da comunicação precisam ser buscados nos caracteres biológicos do homem, pois a cultura e comunicação simbólica surgiram na terra simultaneamente como o próprio género humano. Assim, cultura e comunicação são conceitos suplementares, não se constituindo, nem um nem outro, mas condição necessária para compreensão e existência de cada um (Perles, 2007, pp. 1-2).

A cultura do indivíduo contemporâneo, cada vez mais, vem sendo moldada por consequência dos meios das novas tecnologias da comunicação. Não somente os de massa, mas pelos diversos recursos tecnológicos, redes sociais como *facebook*, *instagram*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Flickr* e outros. Tanto os meios de comunicação de massa, quanto as redes sociais acabam por moldarem-se em um só sistema de alienação. Contudo, a indústria cultural faz-se presente em todas as redes sociais, através de publicidades, anúncios e em diversos programas televisivos, serviços de *streaming*, emissoras de rádio e filmes apresentados em canais de vídeos da internet. Então,

Uma vez que finquem seus pés numa escola ou numa comunidade, seja ela física ou electrónica, os sites de “rede social” se espalham à velocidade de uma “infecção virulenta ao extremo”. Com muita rapidez deixaram de ser apenas uma opção entre muitas para se tornarem o endereço 'default' de um número crescente de jovens, homens e mulheres (Bauman, 2008, p.9).

As redes sociais são uma espécie de deuses onipresentes, a estimular o indivíduo ao consumo em todos os momentos e lugares em que ele estiver. Uma sociedade de espetáculo onde todos querem ver e serem vistos, ao ponto de valorizar mais o mundo virtual do que o mundo real. Diante desse facto, Bauman (2008, p.13) afirma que a característica mais preeminente da sociedade de consumidores, ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta, é a transformação dos clientes em mercadorias.

Para tanto fazem o máximo possível e usam os melhores recursos que têm a disposição para aumentar o valor do mercado dos produtos que estão vendendo. E os produtos que são encorajados a colocar no mercado, promover e vender são eles mesmos. São ao mesmo tempo, os promotores das mercadorias e as mercadorias que promovem. São simultaneamente, o produto e seus agentes de marketing, os bens e seus vendedores (Bauman, 2008, p.13).

O sociólogo e filósofo ainda afirma que ninguém pode manter segura a sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e carregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de mercadoria vendável. É que a “subjetividade” do “sujeito” e a maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentram-se num esforço sem fim para ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável.

Seja qual for o nicho em que possam ser encaixados pelos construtores de tabelas estatísticas, todos habitam o mesmo espaço social conhecido como o mercado. Não importa a rubrica sob o qual sejam classificados por arquivistas de governo ou jornalistas investigativos, a atividade em que todos estão engajados (por escolha, necessidade ou, o que é mais comum, ambas) é o marketing. O teste em que precisam passar para obter os prêmios sociais que ambicionam exige que remodelem a si mesmo como mercadorias, ou seja como produtos que são capazes de obter atenção e atrair demanda e fregueses (Bauman, 2008, p.13).

Decerto que diante dessa realidade existe uma maior independência para o usuário nas redes sociais e em outros novos meios tecnológicos. Uma independência relacionada à informação, comunicação, cultura, consumo, lazer e outros interesses, pois, até então, o indivíduo era totalmente dependente dos grandes meios tradicionais mediáticos. No entanto, não nos podemos esquecer do nível de independência intelectual do indivíduo diante dos “vícios sociais” da pós-modernidade. Ou seja, da capacidade que o indivíduo tem em distanciar-se da grande doutrinação mercadológica existente na atualidade, da ilusão propagandeada pelos meios de comunicação, em que desejos instantâneos e efêmeros ditam as regras. Um mundo imediatista, líquido-moderno.

2.2 O Mundo Pós-moderno: homem, informação/tecnologia

Nesse universo oceânico de informações e de comunicações através do universo virtual, Levy (196, p.2), afirma que “o movimento geral de virtualização afeta hoje não apenas a informação e a comunicação mas também os corpos, o funcionamento econômico, os quadros coletivos da sensibilidade do exercício da inteligência”. De certa forma, diante das praticidades oferecidas pelas novas tecnologias da comunicação, o homem se encontra, de certa forma, a viver dependente dos avanços tecnológicos. “Não se pode separar a informação da tecnologia, algo que vem sendo remodelado e institucionalizado com os avanços na área do conhecimento e das técnicas” (Kohn & Moraes, 2007, p.2). Essa dependência tecnológica implica nas transformações de conceitos e valores do homem pós-moderno. O homem sai do conceito de identidade iluminista para o conceito de identidade sociológica, um conceito aberto que, no entanto, está cada vez mais dependente das novas tecnologias. Stuart Hall, afirma que:

No iluminismo, a concepção do indivíduo é totalmente centrada na razão, enquanto o indivíduo sociológico é um indivíduo que reflectia a crescente complexidade do mundo

moderno e a consciência que este núcleo interior do sujeito não era autônomo e auto-suficiente, mas era formado por relação com outras pessoas importantes para ele (Hall, 1992, p. 10).

Os dois conceitos de identidade, acima citados, são de características claramente distintas, a do iluminismo caracteriza-se por ser uma identidade fechada em si mesma, enquanto a identidade do indivíduo, de carácter sociológico, é aberta à influência dos outros indivíduos que o rodeiam, possibilitando assim, novas formas de costumes e transformações culturais. No entanto, o indivíduo pós-moderno tornou-se um sujeito de identidade indefinida, diferente das características acima citadas. “O sujeito previamente vivido, como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando cada vez mais fragmentado, composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas” (Hall, 1992, p.12).

Na era do indivíduo pós-moderno, perdeu-se coerência e a razão de uma identidade sólida, centrada em si mesma, com valores fixos, permanentes por toda a vida. Nessa linha de pensamento, Hall (1992, pp. 12-13), evidenciou que “a identidade se torna uma celebração móvel, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam”.

Nessa rápida transformação e pulverização de valores, na contemporaneidade, tudo passa a ser adquirido e descartado ao mesmo tempo, sem amarras e compromissos. Pode-se, num âmbito familiar, cada parente adorar deuses diferentes, religiões diferentes e até mesmo um peixe ser reverenciado como se fosse um santo e, no dia seguinte, esses familiares trocarem de crenças e voltarem-se à procura de outras “*verdades*”. Acabaram as heranças das profissões, iniciadas pelos avós, passadas de geração a geração. Hoje, a herança pode vir de qualquer parte, sem o compromisso de perdurar por toda vida. Ela pode durar por apenas alguns anos, ou apenas por alguns meses. E no campo das ideias por apenas alguns minutos.

As relações são dadas por muito mais tempo, através das redes sociais, do que de forma presencial. É importante perceber que todos esses elementos contribuem para a noção de vontades/liberdades do homem contemporâneo.

Todas as vontades são livres, mas algumas são mais livres que as outras: algumas pessoas conscientes ou não, desempenham a função de educadores, instalam ou (modificam) as predisposições cognitivas, os valores morais e as preferências estéticas dos outros e introduzem assim certos elementos comuns nas intenções e resultantes ações dessas outras pessoas (Bauman, 1989, p. 16).

A liberdade, em sua plenitude, não existe e sim a vontade, que podemos também chamar de desejo, é o que realmente impede qualquer possibilidade da existência dessa liberdade plena. O indivíduo é um ser que está sob os valores e normas de cada modelo de sociedade e toda liberdade também é limitada devido a essas normas e valores que se transformam com o passar do tempo. Caso contrário, seria um caos social se todos os indivíduos tivessem liberdade absoluta.

A liberdade existe apenas como relação social que, em vez de ser propriedade, fruição do indivíduo em si, é uma qualidade que faz parte de uma certa diferença entre os indivíduos que só tem sentido como oposição a algum outro condicionalismo, passado ou presente (Bauman, 1989, p. 18).

Além dessa afirmação, é importante acrescentar que em sociedade, a liberdade é muito diferenciada de uma para outra. Tomamos como exemplo as sociedades de regimes comunista e capitalista. Na sociedade capitalista, o indivíduo tem liberdade para viajar, mas em alguns casos, o mesmo corre o risco de não realizar esta viagem por não possuir condições financeiras. No entanto, esse obstáculo, por mais difícil que possa parecer para algumas pessoas, tem a chance de ser superado. Mesmo assim, o indivíduo que vive em um país que possui tal regime está sob a rege de normas e costumes da referida sociedade, nação. Ele terá de possuir um passaporte atualizado, a sua ficha criminal terá de estar limpa, em dia com a justiça, para que o mesmo possa concretizar a desejada viagem.

Na sociedade comunista, o indivíduo pode possuir o dinheiro para realizar a viagem (algo muito raro), possuir todos os requisitos relacionados à documentação e não possuir nenhum problema com a justiça, mas mesmo assim, ele terá de depender da autorização concedida pelo governo para viajar e, sem o direito de quaisquer contestações da sua parte. De qualquer forma, apesar das diferenças de sociedades, o indivíduo em sociedade, de uma forma ou de outra, vive em liberdades assistidas.

No entanto, as duas sociedades inserem no indivíduo modelos ideológicos. A liberdade do indivíduo em sociedade, é uma liberdade conduzida pelas normas culturais e sociais. O indivíduo livre, antes de ser uma condição universal da humanidade, é uma criação histórica e social (Bauman, 1989, p.17).

Através das novas tecnologias de comunicação, precisamente nas redes sociais, nos países capitalistas, as pessoas, em sua maioria, possuem a impressão de sentirem-se plenamente livres. No

entanto, as redes sociais possibilitam nada mais do que uma liberdade assistida, a basear-se, até mesmo, em ideologias políticas, como, por exemplo, o Brasil, com a existência de uma infinidade de casos em que os perfis dos usuários ainda são bloqueados pelo Facebook.

Lorenzotti (2013) afirma que a censura voltou ao Brasil e a herança maldita foi reintroduzida por uma empresa estadunidense pontocom, o Facebook. Nessa linha de pensamento, a autora ainda continua a afirmar que:

Redemocratizado o país, quase 30 anos depois, a sensação é parecida para muitíssimos que navegam no Facebook. ‘Onde está fulano/a?’ – perguntamos ao notar o desaparecimento de uma pessoa de nossa lista de amigos. ‘Ah, foi bloqueado/censurado/suspenso’. Ainda bem que as consequências da censura feicebuquiana não são as mesmas da ditadura, pois você continua normalmente vivo no Brasil real. Mas a sensação de ser censurado é a mesmíssima. (Lorenzotti, 2013, p.01).

Nos países comunistas, as pessoas não possuem a ilusão de serem totalmente livres, a falta de liberdade está às claras, e os bloqueios e a falta de liberdade também no espaço virtual são uma realidade. A exemplo do governo chinês que proíbe o acesso da população às empresas americanas, como *Google* e *Twitter*, e a Coreia do Norte, que, segundo Monteiro (2014, p.1), “para ter um computador faz-se necessária uma autorização do governo. E todos os computadores pessoais estão registrados na polícia e ter uma máquina de fax é proibido”.

A Coreia do Norte impôs um verdadeiro *apartheid* virtual à população, onde uma pequena parcela de coreanos, principalmente os funcionários públicos, têm acesso à internet verdadeira, enquanto a grande população tem somente acesso à uma internet falsa que apresenta sites pirateados.

Já em Pyongyang, os norte-coreanos podem assumir que estão a falar da ‘Kwangmyong’ (Estrela brilhante, em coreano), a internet censurada do país. Trata-se de uma rede fechada que funciona com base num sistema japonês pirateado da Microsoft que se faz parecer com a internet, mas não é. Ao aceder, é possível encontrar uma seleção de sites que foram copiados e editados da internet real pelo governo (Monteiro, 2014, p.1).

De uma forma ou de outra, o indivíduo, no ciberespaço, está, constantemente, sob as rédeas de uma liberdade vigiada, sem privacidade plena.

A internet possibilitou ao usuário um grande avanço, e ainda que seja uma liberdade assistida, vem a contribuir para diversas transformações positivas para a melhoria de vida do indivíduo.

2.2.1 O Pensamento que calcula e o pensamento que medita

Diversas formas de comunicação estão ao alcance de todos dentro desse novo mundo de novidades, onde, claramente, percebe-se a grande dependência das pessoas, que, em sua maioria, não foram educadas ou preparadas para refletirem sobre as novidades. Seria como se todos quisessem brincar num carrossel, mas que poucos tivessem o cuidado de refletir sobre sua própria segurança, e que, por esse facto, procura um lugar seguro para sentarem-se enquanto a grande maioria, de forma automatizada, apenas segura nos ferros existentes em torno daquele brinquedo giratório, que não foram ali colocados para esse fim.

Heidegger (2001) evidenciou que existem dois tipos de pensamentos, o pensamento que calcula e a reflexão que nada mais é o pensamento que medita. As pessoas estão habituadas a um único tipo de pensamento, o que calcula, pois tomou uma grande proporção no mundo pós-moderno. Nessa linha de pensamento, o indivíduo pós-moderno, que segura o ferro circundante do carrossel em movimento, está para os que possuem o pensamento que calcula e o que senta sobre o cavalo está para os que possuem o pensamento que medita.

No entanto, aquilo que é verdadeiramente inquietante não é o facto de o mundo se tornar cada vez mais técnico. Muito mais inquietante é o facto de nós ainda não conseguirmos através do pensamento que medita, lidar adequadamente com aquilo que, nesta era, está realmente a emergir (Heidegger, 2001, p.21).

O filósofo, por sua vez, não despreza o pensamento que calcula e evidencia que esta prática é algo constante no dia-a-dia do indivíduo, justamente por ser o “caminho” mais próximo, pelo facto de ser algo contínuo; no entanto, distante da reflexão. “O pensamento que calcula não é um pensamento que medita, não é um pensamento que reflete sobre o sentido que reina em tudo que existe” (Heidegger, 2001, p.13).

Diante de tal mundo pós-moderno e tecnológico, cada vez mais, o indivíduo desconhece a necessidade do equilíbrio entre essas duas formas de pensamentos, uma vez que o pensamento que calcula é diário, automático, e o indivíduo nem se dá conta que está a pensar; no entanto, o pensamento que medita requer treinamento, paciência e muito trabalho, pois é preciso buscar, ir ao seu encontro.

Diante do mundo tecnológico, uma possível solução para menor dependência do indivíduo seria ele assumir o papel de senhor de si mesmo, em controlar-se diante das suas próprias vontades, ao

invés de encontrar-se numa total dependência, e tornar-se escravo de um objeto tecnológico.

O pensamento que medita exige, por sua vez, um grande esforço. Requer um treino demorado. Carece de cuidados ainda mais delicados do que qualquer outro verdadeiro ofício. Contudo, tal como o lavrador, também tem de saber aguardar que a semente desponte e amadureça (Heidegger, 2001, p.14).

E nessa linha de pensamentos podemos acrescentar que o lavrador, além de precisar saber aguardar o desenvolvimento da semente, ele precisa saber discernir sobre suas qualidades, em que nelas estão contidas a árvore, as folhas e os frutos. E conseguir, até mesmo, perceber, em algumas delas, a impossibilidade de não poderem germinar.

O pensamento que calcula faz cálculos. Faz cálculos com possibilidades continuamente novas, sempre com maiores perspectivas e simultaneamente mais económicas. O pensamento que calcula nunca para, nunca chega a meditar” (Heidegger, 2001, p.13).

O pensamento que calcula está preso ao dia a dia e é legítimo afirmar que ele é por demais próximo, inseparável, inerente ao indivíduo. Por isso, não é necessário ir ao seu encontro. O mesmo é estimulado pelos acontecimentos externos, do dia-a-dia, das culturas de cada sociedade, por tudo que acontece ao seu redor.

Sua particularidade consiste no facto de que, quando concebemos um plano, investigamos sempre com condições prévias que consideramos em função do objetivo que pretendemos atingir. “Contamos antecipadamente, com determinados resultados. Este cálculo caracteriza todo o pensamento planificador e investigador” (Heidegger, 2001, p.13).

O pensamento que calcula é algo prático, defensivo, calcado em breves resultados, vicia e é aplicado pelo indivíduo de forma automática. No entanto ele também é aplicado em vários momentos desnecessários onde deveria aplicar o pensamento que meditativo.

O pensamento que medita é o pensamento que vai até a raiz das questões, ele é um pensamento imprescindível para se obter uma melhor análise sobre todas as coisas. O indivíduo pós-moderno não tem mais tempo, vive numa velocidade de trocas de ideias, de crenças, nada é fixo, tudo é passageiro, preso, cada vez mais, ao pensamento que calcula.

O pensamento que calcula para esse indivíduo é a única regra, pois lhe permite um pensar rápido e prático. A ausência de pensamento é um hóspede sinistro que, no mundo actual,

entra e sai em toda parte. Pois, hoje toma-se conhecimento de tudo pelo caminho mais rápido e mais económico, no mesmo instante e com a mesma rapidez, tudo se esquece (Heidegger, 2001, p.13).

O mundo pós-moderno, com as novas tecnologias, através do ciberespaço, do bombardeamento de informações, apesar da vantagem por oferecer várias e novas oportunidades profissionais e de comunicação, pode levar o indivíduo a vivenciar um verdadeiro estupro cognitivo pela ausência, praticamente total do pensamento meditativo. Somente o pensamento que calcula toma espaço e, que por muitas vezes, o indivíduo entra na “*esfera da ingenuidade*”, por acreditar que é possível evoluir intelectualmente praticando apenas essa linha de pensamento.

2.2.2 A Pulverização Pós-moderna

Nessa pós-modernidade, tudo passa a ser pulverizado, incontrolável e por demais tentador. Tudo está à mostra. Mas, que ao mesmo tempo “*este tudo*” está invisível nesta visibilidade mediática. Pois, toda a informação se pulveriza nesse universo de tantas visibilidades. Focar, debruçar, ir na raiz sobre determinado assunto, torna-se cada vez mais raro para o indivíduo pós-moderno. E neste turbilhão de facilidades, no seu íntimo, está a crença de que tudo está pronto.

Se o indivíduo não tiver foco com o pensamento meditativo, todos os acontecimentos, (informações), ao seu redor, tornam-se puras tentações. E que já não se faz mais necessário nem mesmo pensar, tão pouco se esforçar ao encontro de um pensamento direcionado à raiz do pensamento que calcula.

A crescente ausência de pensamento assenta, por isso num processo que corrói o âmago mais profundo do homem actual. O homem actual está em fuga do pensamento. Esta fuga-aos-pensamentos é a razão da ausência-de-pensamento. Contudo tal fuga de pensamento deriva do facto de o homem não querer ver nem reconhecer essa mesma fuga (Heidegger, 2001, p.12).

O indivíduo pós-moderno vive num êxtase ininterrupto por tanta informação ao seu alcance, que lhe confere um grande conformismo, evitando em procurar refletir sobre o que realmente pode ser importante. Ele se torna uma pessoa informada sobre muitos assuntos e com pouco conhecimento sobre a maioria deles e de todas as coisas. Muitas vezes levado, conduzido pela vontade alheia, sem que o mesmo possa perceber: “Vive-se sob o domínio imagético e da propaganda, onde impera a

construção de sentido de acordo com interesses financeiros. Não há espaço para a autonomia da imaginação, só submissão” (Artur, 2010, p.3).

O mundo, cada vez mais, vem a avançar dentro dessa esfera e nas facilidades na vida prática. Mas todos esses fatores amplificam a fuga do pensamento que medita e, conseqüentemente, a alimentar o vício descabido do pensamento que calcula.

O homem atual negará mesmo redondamente esta fuga ao pensamento. Afirmará o contrário. Dirá e com pleno direito – que em época alguma se realizaram planos tão avançados, se realizaram tantas pesquisas, se praticaram investigações de forma tão apaixonada, como atualmente (Heidegger, 2001, p.12).

Esses feitos, em sua maioria, foram concretizados em função do pensamento que calcula e não no que medita. O pensamento que calcula está diretamente ligado à técnica e à previsão, a analisar possibilidades.

A sua particularidade consiste no facto de que, quando concebemos um plano, investigamos ou organizamos uma empresa contamos sempre com condições prévias que consideramos em função do objectivo que pretendemos assistir. Contamos, antecipadamente, com determinados resultados. Este cálculo caracteriza todo o pensamento planificador e investigador. Este pensamento continua a ser um cálculo, mesmo que não opere em números, nem recorra a máquinas de calcular, nem a dispositivos para grandes cálculos (Heidegger, 2001, p.12).

O pensamento que calcula torna-se uma etapa cada vez mais isolada do pensamento que medita, justamente por ganhar, cada vez mais, espaço na mente do indivíduo, como a única forma de pensamento no mundo pós-moderno. O indivíduo é cobrado pela competitividade profissional, pela transformação social, através das novas formas de relações sociais e de comunicação. Surgindo assim, novos valores que influenciam completamente o seu comportamento.

O engenheiro ao projetar e executar uma obra não precisa necessariamente estar de facto presente nela. Através da internet ou do telefone celular, por exemplo, é possível, o engenheiro se comunicar com as demais pessoas que trabalham na obra e acompanhar todas as etapas da construção mesmo que ele esteja muitas léguas de distância (Rafael, 2007, p.3).

Referente a esse exemplo acima citado, com todo o avanço das novas tecnologias, o indivíduo está preso, cada vez mais, ao pensamento que calcula. Ainda sobre o pensamento que calcula, Rafael (2007), afirma; “O engenheiro pode planejar, calcular os gastos, o tempo necessário para a construção de uma obra de seu próprio escritório ou até mesmo de sua casa” .

Antes mesmo de iniciar a construção de uma obra, “o engenheiro tem a possibilidade de prever sua construção por meio de um projeto determinado. Ao elaborá-lo o engenheiro se baseia em outras obras já existentes, ou seja, ele se baseia num saber já previamente dado e estabelecido” (Rafael, 2007, p.3). O pensamento que calcula está diretamente ligado ao mundo e às pessoas. Uma razão apreendida através dos dogmas culturais e de realizações preexistentes no mundo.

Podemos afirmar que a obra realizada e o modo de realizá-la encontram-se centrados na própria razão humana – que pertence não apenas ao engenheiro, mas a todo homem. Por isso é que os subordinados desse engenheiro podem compreender as ordens que lhes são dadas por ele (Rafael, 2007, p.3).

Este exemplo mostra como a ciência e a tecnologia operam, através de cálculo e previsão, referente à atitude do engenheiro. Uma captura do mundo através das suas possibilidades.

É possível afirmar que tanto o pensamento que calcula como o pensamento que medita, são de grande importância para o indivíduo. Contudo, o pensamento que calcula é eficiente nas relações cotidianas, por isso, a sua permanência é como se fosse a única forma de pensamento do indivíduo.

No entanto, tanto o pensamento que calcula quanto o pensamento que medita, são de grande importância. A diferença é que o pensamento que medita, não é usado pelo indivíduo que está preso às coisas técnicas desse mundo. Esses objetos técnicos são preocupações do pensamento que calcula.

O pensamento que medita pensa o coração da técnica, ou seja, pensa a técnica no seu ser mais próprio. O pensamento que medita não está preocupado com as descobertas de novas tecnologias, pois isso é tarefa do pensamento que calcula (Rafael, 2007, p. 3).

Dessa forma, vive-se em um mundo de homens das técnicas, dos pensamentos que calculam, sem ir ao encontro do pensamento que medita que, segundo Heidegger, é a essência do pensamento. E assim, o indivíduo coloca a sua vida e o mundo constantemente em risco, destrói a natureza, mesmo dependendo e fazendo parte dela. Acredita que a cidade é natural e não as florestas, tão pouco imaginar que a destruição da natureza pode causar problemas irreversíveis.

A evolução da técnica decorrerá cada vez mais rapidamente e não será possível detê-la em parte alguma. Em todos os domínios da existência, as forças dos equipamentos técnicos e dos autônomos apertaram mais o cerco. “Os poderes que sob a forma de qualquer equipamentos e construções técnicas, solicitam, prendem, arrastam e afligem o homem, em toda parte e a toda hora” (Heidegger, 2001, p.20).

Para o indivíduo pós-moderno, o presente é cada vez mais fugaz. Somente o futuro importa em forma de miragem, sem jamais aprender com o passado. Sem jamais aprender com o que ele adquiriu e tão pouco saber como conquistar. Assim, torna-se facilmente presa fácil do seu próprio objeto tecnológico.

A tecnologia, segundo Heidegger nada mais é do que a herança que recebemos da tradição do pensamento Ocidental. herança essa, que precisa ser conquistada a cada dia. Mas ao conquistá-la ela nos aprisiona e nos liberta. Aprisiona-nos quando nós simplesmente apropriamos daquilo que ela nos impõe por meio da cultura, dos costumes, dos valores, sem que possamos meditar. Libertar-nos quando nós nos colocamos a pensar a essência dela (Rafael, 2007, p. 6).

Dessa forma, o indivíduo, sem a prática do pensamento meditativo, segue a sua vida sob o formato de condutas previsíveis, na qual essa liberdade está cada vez mais dentro da esfera da ilusão, uma escravidão disfarçada de autonomia. Uma liberdade que o aprisiona.

Seria insensato investir às cegas contra o mundo técnico. Seria ter vistas curtas querer condenar o mundo técnico como obra do diabo. Estamos dependentes dos objectos técnicos que até nos desafiam à um sempre crescente aperfeiçoamento. Contudo, sem nos darmos conta, estamos de tais modos apegados aos objectos técnicos que nos tornamos seus escravos (Heidegger, 2001, p.23).

Diante dessa problemática, Heidegger coloca como solução, a importância de saber dizer sim e não para evitar o domínio dos objetos tecnológicos sobre todos nós. Mas o que significa dizer sim e não a esses objetos? Para tal pergunta, Heidegger responde que é a “serenidade”. “A serenidade que devemos ter ao lidar com os objetos. Podemos dizer “sim” à utilização inevitável dos objectos técnicos e podemos dizer “não”, impedindo que nos absorvam e, desse modo, verguem, confundam e, por fim, esgotem a nossa natureza” (Heidegger, 2001, p.23).

A serenidade para Heidegger, nesse aspecto, se apresenta como forma de equilíbrio, onde o

indivíduo utilizaria os objectos técnicos, ao deixar repousar em si mesmo. Ela é o caminho para que o mesmo possa evitar que a tecnologia seja para ele algo absoluto, o único caminho a ser percorrido às cegas, sem dar a si próprio a possibilidade de autonomia e se comportar como um servo preso ao pensamento que calcula; em que este indivíduo consiga fazer uso da mesma sem está dentro dela, aprisionado, sem possuir nenhuma perspectiva de perceber o mistério que existe por traz de todas as tecnologias. Mas o que seria este mistério? Para Heidegger em todo mundo técnico existe um sentido oculto.

O sentido do mundo técnico oculta-se. Porém, se atentarmos agora, particular e constantemente, que em todo o mundo técnico deparamos com um sentido oculto, então encontramos imediatamente na esfera do que se oculta de nós e se oculta precisamente ao vir ao nosso encontro. O que, deste modo se mostra e simultaneamente se retira é o traço fundamental daquilo a que chamamos o mistério (Heidegger, 2001, p.25).

Relacionado ao texto acima, Heidegger coloca que existe um mistério que envolve a técnica. Podemos tomar como exemplo as invenções dos seres humanos como televisão, computadores e outros aparelhos eletrônicos. O autor afirma que jamais saberemos de onde vem esta inteligência para tais invenções, e continua afirmando que:

Talvez até possamos encontrar inúmeras explicações científicas para tais descobertas, e chegarmos a conclusão que tudo isso só é possível porque o homem é um ser inteligente, mas de onde vem toda essa inteligência que possibilita a ele todas essas conquistas? É por tudo isso que podemos dizer que existe um mistério que envolve toda e qualquer descoberta científica e tecnológica (Rafael, 2007, p. 7).

No entanto, o mistério só poderá deixar de existir para aquele indivíduo que está aberto ao pensamento que medita, aquele que em si tem a prática do equilíbrio, por ter a capacidade de dizer “sim e não”, caso praticar a serenidade.

Denomino a atitude em virtude da qual nos mantêm abertos ao sentido oculto do mundo técnico a abertura ao mistério. A serenidade em relação às coisas e a abertura ao segredo são inseparáveis. Concedem-nos a possibilidade de estarmos num mundo completamente diferente (Heidegger, 2001, p.25).

Diante das constatações de Heidegger, podemos analisar que a tecnologia está sempre a nos

desafiar constantemente, apesar de nos possibilitar uma vida mais confortável e prática, através dos avanços tecnológicos, mas nos colocar num círculo de conformismos que só os que possuem a condição do pensamento que medita poderá usufruir desse mundo tecnológico com maior autonomia.

2.2.3 A verdade não contada

As informações ocorridas através das novas tecnologias, são exemplo de como se deve obter maiores cuidados ao recebê-las. Não excluir o facto de que os antigos meios de comunicação, também, por muitas vezes, deturpam as notícias. Nos meios de informação, vende-se a ideia de que o mundo está totalmente conectado através da internet. E que a globalização acontece em cem por cento em todo o planeta por causa dos novos paradigmas da comunicação.

O ilimitado acesso à informação, à música e à facilidade de interação global através da rede mundial de computadores sugere um sentido unificado das coisas. Contudo, trata-se de ingenuidade acreditar que todo esse aparatotecnológico realmente globaliza e unifica a humanidade (Artur, 2010, p.2).

Ainda que as novas tecnologias tenham vindo para facilitar a comunicação, unindo grande parte da população do planeta através do acesso entre povos, o mundo ainda vive longe de uma real globalização. Por mais que pareça o contrário, a globalização não chegou para todos os indivíduos.

O projeto GEONET, iniciativa da Universidade de Oxford, no Reino Unido, identificou que nosso planeta possui um arquipélago de Desconexão, representado por 28 países. A maioria das regiões completamente sem acesso à rede está no continente Africano, na parte sul do deserto do Saara. Mas também foram destacados territórios em que a web tem penetração inferior a 10% da população. Os dados representam o ano de 2013, não muito longe do que vivemos atualmente. Habitantes de países como a Etiópia e a Coreia do Norte não desfrutam da mesma oportunidade. Alguns por questões económicas, outros por medidas políticas (Alaves, 2015, p.01).

Infelizmente a situação desses países, e no continente africano, em sua maioria, continua sendo a mesma diante de tantas transformações tecnológicas existentes no mundo. De um lado, um mundo onde a informação é abundante por ser de fácil acesso, e de outro, um mundo paralisado no tempo pela falta de quase tudo, incluindo a falta de demanda tecnológica para o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação.

Porém, a tecnologia não é tudo, por mais que ela seja avançada, inseparável do homem, por trás dela existem as intenções humanas.

Não há tecnologia capaz de impedir os avanços do terror. De que modo se combate as técnicas quase medievais que os terroristas utilizam? Como interceptar as formas básicas de comunicação como bilhetes ou informações orais? Como encontrá-los nas cavernas, nos desertos e no submundo? Com satélites, com a internet, com o melhor da tecnologia móvel? Realmente, tarefa impossível. São dois mundos colidindo. Países miseráveis, como alguns da África, não estão integrados à internet. Em outros casos, como a China, existe monitoramento de conteúdo pelo Partido Comunista. Isso é globalização? Integração pela tecnologia? E quem tem acesso, não está integrado? (Artur, 2010, p.2).

Mesmo que diversas restrições existam em determinados países, de uma forma geral, na internet não há regras e nem limites. Faz-se necessário, de uma forma pessoal, que o usuário filtre, por iniciativa própria, as mensagens, baseando-se no que realmente possa lhe interessar. E, que a globalização, muito disseminada, por conta do advento das novas tecnologias, não é tão ampla quanto se parece. Uma globalização em que a cada dia se fortalece de forma parcial, através das fichas simbólicas, amparadas por diversos sistemas peritos, mas que em determinados aspectos, no que consiste o lado humano social, em muitos casos não foram mudadas.

No mundo real, no entanto, as fronteiras entre países ainda existem, barreiras culturais ainda impedem a plena comunhão e o distanciamento entre as pessoas é cada dia mais evidente. Informações, negócios e dados são globalizados. Pessoas não. União não. Paz não. Igualdade não. É a mesma situação de sempre. Até as novidades são velhas. Porque o novo só é novo na forma, mas a essência ainda é igual (Artur 2010, p. 3).

Em muitos casos, as mensagens de estímulos ao racismo, ao nazismo, à xenofobia e outras mensagens perigosas, tiveram significantes amplificações através de sites, estando à disposição de pessoas sem nenhum preparo ético, humanitário e de justiça.

2.2.4 Equilíbrio tecnológico: uma questão de sobrevivência

Seria ingenuidade não reconhecer os avanços que as novas tecnologias da informação/comunicação trouxeram para o mundo. No entanto, com todo esse avanço tecnológico, estamos longe de um equilíbrio social e de um comportamento racional diante desse novo paradigma.

Estar atento a essas questões tecnológicas, possibilita a existência de condições para que a sociedade consiga avanços maiores de bens coletivos.

No entanto, a revolução causada pela escrita não impediu que lançassem livros mal escritos; a invenção dos cilindros de música; fonógrafo e do gramofone não impediram que gravassem músicas de baixíssima qualidade. E a invenção do cinema também não impediu que se produzissem filmes reprovados pelo público e crítica. Com todos esses fatores, é inegável a revolução que esses feitos, acima citados, contribuíram para o desenvolvimento da humanidade. Ao nascer, o cinema foi desprezado como um meio de embotamento mecânico das massas por quase todos os intelectuais bem-pensantes, assim como pelos porta-vozes oficiais da cultura. Hoje, no entanto, o cinema é reconhecido como uma arte completa, investido de todas as legitimidades culturais possíveis (Lévy, 1999, p. 17).

É importante acrescentar que tanto o “radicalismo do contra” ou a “euforia do a favor”, referentes às novas tecnologias de informação podem ser prejudiciais para um maior desenvolvimento da sociedade.

A Sociedade de Informação estrutura-se, em primeiro lugar, a partir de um contexto de aceitação global, na qual o desenvolvimento tecnológico reconfigurou o modo de ser, agir, se relacionar e existir dos indivíduos e, principalmente, propôs os modelos comunicacionais vigentes (Kohn & Moraes, 2007, p.2).

Para a utilização dos objetos técnicos, em muitos casos, faz-se necessário adquirir conhecimento para melhor desenvolver a técnica de uso. Não basta apenas possuir uma agulha, é preciso saber costurar; não basta possuir um carro, mas é preciso saber conduzir. Nos dois casos, é preciso adquirir técnica de uso, tanto para a agulha como para o carro para o melhor funcionamento.

Para Pinto (2002), citado por Domingues (2017. p.7):

O conceito de tecnologia, associado à *téchne* (procedimento com o objetivo de obter um determinado resultado) e *logos* (um raciocínio que lhe está associado), faz com que haja dependência entre o domínio do conhecimento e da ação, havendo assim a necessidade de criar dois tipos de conhecimento, o teórico e o prático, o saber e o fazer.

Possuir uma caneta, não significa que não precisa adquirir a técnica da escrita e conteúdos para

uma dissertação. Ou seja, os objetos técnicos, em muitos casos, precisam que o homem desenvolva a técnica em si mesmo para que esses objetos exerçam as suas funções.

Parece que estamos convencidos de vivermos na idade da técnica e que dela usufruímos os mais diversos benefícios. Afinal ela está em todo lugar, faz parte de nossas vidas. Nossas atividades mais comuns como comer, dormir, trabalhar, amar, ler, conversar, se deslocar e se divertir são possíveis graças as tecnologias as quais temos acesso. A evolução social do homem se confunde com as tecnologias desenvolvidas e empregadas em cada época. Isto quer dizer que a história do homem coincide com a história da técnica e que sem as ferramentas e os saberes que as tornaram possíveis não existimos. Nesse sentido, pode-se dizer que a técnica não se opõe ao homem, é a própria essência do homem. (Couto, 2007, p. 2)

É notório que todo o avanço tecnológico não existiria se não houvesse a comunicação. A invenção da roda, da agricultura, das ferramentas manuais, as revoluções industriais transformaram a vida do homem com o passar do tempo e, conseqüentemente, das sociedades.

2.2.5 Confiança e liberdade no mundo Pós-moderno

Segundo Giddens (1991, p.8), “a modernidade refere-se a estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII, e, que, posteriormente, se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência”. A esse período, geralmente conhecido como pós-modernidade, o autor se refere como modernidade alta ou tardia para indicar que ficou bem evidente, na contemporaneidade, a separação de tempo e do espaço.

Essa separação de tempo e do espaço é feita através dos mecanismos de desencaixe: fichas simbólicas que são meios de intercâmbio e que não dependem de um grupo particular para existir juntamente com os sistemas peritos. Existia, na pré-modernidade, uma grande conexão entre o indivíduo e os ciclos da natureza. O tempo e o espaço eram os principais norteadores de ações para o indivíduo, onde essa tradição foi perdendo espaço na alta modernidade. E esse indivíduo, diante do ritmo acelerado de mudanças ou desencaixe, teve a necessidade de desenvolver ações que transmitem segurança para uma melhor condição de vida.

Na pré-modernidade, o camponês trabalhava na sua terra e dependia dos horários baseados na mudança de tempo, ou seja: os ciclos naturais da terra, (manhã, tarde e noite). Nessas condições, ele acordava numa determinada hora, ia para o campo cultivar a terra, depois com o sol muito forte, ele dava uma pausa no trabalho, almoçava, descansava e depois voltava ao trabalho. Na pós-modernidade,

sem mais possuir a terra, o camponês passou a ser um funcionário da fábrica e submetidos aos ciclos que não são mais naturais. Na fábrica, tem horários de trabalhos determinados pela direção, regidos por um processo mecânico que é o relógio. Ou seja, um exemplo dos mecanismos de desengate que é a separação de tempo e espaço, feita através dos mecanismos denominados por Giddens de fichas simbólicas que são meios de intercâmbio que não dependem de um grupo particular para existir, como o dinheiro e sistema peritos.

Mecanismos de desengate são de dois tipos, que chamo de 'fichas simbólicas' e 'sistemas especializados'. Tomados em conjunto, refiro-me a eles como sistemas abstratos. Fichas simbólicas são meios de troca que têm um valor padrão, sendo assim intercambiáveis numa pluralidade de contextos. O primeiro exemplo, e o mais importante, é o dinheiro. Embora todas as formas maiores de sistema social pré-moderno tenham desenvolvido a troca monetária de uma forma ou de outra, a economia monetária se torna muito mais refinada e abstrata com o surgimento e amadurecimento da modernidade. O dinheiro põe entre parênteses o tempo (porque é um meio de crédito) e também o espaço (pois o valor padronizado permite transações entre uma infinidade de indivíduos que nunca se encontraram fisicamente). Os sistemas especializados põem entre parênteses o tempo e o espaço dispondo de modos de conhecimento técnico que têm validade independente dos praticantes e dos clientes que fazem uso deles (Giddens, 2002, p.24).

Na modernidade tardia, que é um processo de mudanças ininterruptas que afetam as bases da sociedade ocidental, o dinheiro é o que mais nos une, interligando os indivíduos anônimos por meio de relações de negócio. Sendo o equivalente geral que permite mediar quantitativamente todas as trocas, o dinheiro insere o indivíduo a uma mera peça no mecanismo da troca, reduzindo-o a uma mera mercadoria, esquecendo-se da sua essência social, dos grupos aos quais pertence, das crenças que possa partilhar com outros indivíduos.

O dinheiro, na modernidade tardia, altera as noções de tempo e de distância, que outrora regulavam a vida das pessoas. O tempo, que era o da longa duração, transformou-se no imediatismo e o espaço encurtou-se, em virtude do movimento da globalização e da aceleração que as novas tecnologias proporcionam. Se o tempo e o espaço eram contidos dentro de limites de ordem material e mental impostos pelas próprias características das sociedades tradicionais, a condicionar assim, o ritmo de trabalho dos indivíduos, o mesmo já não acontece hoje, pois os trabalhadores ficam regidos pelo tempo da artificialidade, o do relógio, que determina todas as suas ações no seu dia a dia.

Na contemporaneidade, não existe o escambo, as transações são feitas por meio do equivalente

geral que é o dinheiro, tanto de forma material, em espécie, como de forma imaterial, através dos cartões de crédito, tanto de forma presencial como à distância.

O dinheiro é um modo de adiamento, a proporcionar os meios de conectar crédito e dívida em circunstâncias em que a troca imediata de produtos é impossível. O dinheiro, pode-se dizer, é um meio de retardar o tempo e assim separar as transações de um local particular de troca. Posto com mais acurácia, nos termos anteriormente introduzidos, o dinheiro é um meio de distanciamento tempo-espaço. O dinheiro possibilita a realização de transações entre agentes amplamente separados no tempo e no espaço (Giddens, 1991, p.25).

Na política, assim como o dinheiro, o voto também é uma ficha simbólica, que faz o sistema funcionar, sem levar em consideração as características do indivíduo contemporâneo. O que importa é que o indivíduo cumpra a sua parte: consumir e, no caso da política, votar. Do ponto de vista político, basta ao indivíduo ser presente na sessão eleitoral para participar do sistema democrático. Segundo Giddens (1991), este processo é um meio de legitimação política.

O indivíduo também faz parte do mecanismo social contemporâneo, ou seja, participa mecanicamente no funcionamento de um sistema que a ele se sobrepõe e que determina todos os aspectos da sua vida. Para garantir o bom funcionamento do mecanismo, faz-se necessário que existam outros mecanismos desenvolvidos por pessoas experientes, os chamados peritos.

Fábricas, hospitais, escolas, transportes, estradas, assim como todas as pessoas inseridas nestas organizações, tudo isso funciona às custas do sistema perito, que é um sistema ligado às técnicas e às competências de profissionais que orientam em cada instante os nossos modos de agir, tanto no horário de trabalho como nos momentos de lazer.

Por sistemas peritos quero me referir a sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje. A maioria das pessoas leigas consulta 'profissionais' — advogados, arquitetos, médicos etc., — apenas de modo periódico ou irregular. Mas os sistemas nos quais está integrado o conhecimento dos peritos influencia muitos aspectos do que fazemos de uma maneira contínua. Ao estar simplesmente em casa, estou envolvido num sistema perito, ou numa série de tais sistemas, nos quais deposito minha confiança (Giddens, 1991, p.25).

Tomamos como exemplo a casa de um cidadão contemporâneo, que muitas vezes, foi elaborada por arquitetos e engenheiros, e que, depois de pronta, o indivíduo que nela reside, usufrui de energia

elétrica, água canalizada, esgoto, internet, telefonia. Ele, o indivíduo, mesmo dentro da sua casa, diariamente se beneficia de diversos sistemas peritos. Equipes técnicas com competências que desenvolvem todos esses trabalhos, para que o cidadão tenha uma melhor qualidade de moradia e, conseqüentemente, de vida.

Dentro dessa linha de pensamento, outros exemplos, como automóveis, estradas e aeroportos, são colocados por Giddens:

Quando saio de minha casa e entro num carro, penetro num cenário que está completamente permeado por conhecimento perito — envolvendo o projeto e construção de automóveis, estradas, cruzamentos, semáforos e muitos outros itens. Todos sabem que dirigir um automóvel é uma atividade perigosa, acarretando o risco de acidente. Ao escolher sair de carro, aceito este risco, mas confio na perícia acima mencionada para me garantir de que ele é o mais minimizado possível. Tenho muito pouco conhecimento de como o automóvel funciona e poderia realizar apenas pequenos reparos se algo desse errado. Tenho um conhecimento mínimo das técnicas de modalidades de construção de estradas, de manutenção de ruas, ou dos computadores que ajudam a controlar o movimento do trânsito. Quando estaciono o carro no aeroporto e embarco num avião, ingresso em outros sistemas peritos, dos quais meu próprio conhecimento técnico é, no melhor dos casos, rudimentar. (1991, p.30).

Tanto o sistema de uma autoestrada ou de um aeroporto, são sistemas que permitem que os usuários possam se deslocar de um lugar para o outro, devido ao conhecimento de excelência de pessoas que fazem parte do sistema perito. E ao participar como usuário desse sistema, o cidadão contemporâneo deposita um ato de confiança. Giddens, (1991, p. 29), afirma que todos os mecanismos de desencaixe, tanto as fichas simbólicas como os sistemas peritos, dependem da confiança. A confiança está, portanto, envolvida de uma maneira fundamental com as instituições da modernidade. E, que a confiança, nesse caso, está revestida de capacidades não individuais, mas criada socialmente e cada vez mais em decorrência dos avanços tecnológicos.

Em condições de modernidade, a confiança existe no contexto de: (a) a consciência geral de que a atividade humana — incluindo nesta expressão o impacto da tecnologia sobre o mundo material — é criada socialmente, e não dada pela natureza das coisas ou por influência divina; (b) o escopo transformativo amplamente aumentado da ação humana, levado a cabo pelo caráter dinâmico das instituições sociais modernas (Giddens, 1991, p.36).

A confiança na pós-modernidade vai muito além da relação de uma pessoa para outra, de ente queridos e de relações com a divindade. A confiança em condições da modernidade se caracteriza por uma relação impessoal por estar intimamente ligada às engrenagens dos sistemas que fazem a sociedade pós-moderna funcionar. Ela está relacionada diretamente com o sistema peritos.

O indivíduo na pós-modernidade, se encontra constantemente em processos de confiança. O avião que ele precisa para se deslocar, o carro que ele compra, a casa que ele mora projetada pelo arquiteto, a dentista que ele entrega os seus filhos com o objetivo de tratar da saúde bucal deles, etc.

Um projeto de residências Artísticas como o Café Cultural, em que o artista confia em pagar uma taxa de inscrição para a organização, para depois, novamente, confiar em viajar de avião, passar um período acolhido em outro país, trabalhando, ensinando, baseado em uma confiança nos organizadores que não conhecia anteriormente, mas que através de diversos sistemas peritos ligados às novas tecnologias, se torna possível a prática dessa relação de confiança.

Tudo isso é resultado de um mundo moderno que vive sob as rédeas da tecnologia e através desta realidade, o homem pós-moderno usufrui da confiança do sistema perito, de profissionais que executam esses serviços diariamente.

Apesar de a pós-modernidade ser um período caracterizado por ter derrubado convenções, crenças e costumes, ainda podem ser encontradas muitas combinações entre o antigo e o moderno. E por conta desse facto, o homem pós-moderno vive em uma nova liberdade social jamais experimentada, caracterizada pela identidade "móvel", mutável que lhe oferece uma amplitude de opções e, que resulta em constantes certezas e incertezas, nas quais, o indivíduo não percebe que está preso a cada uma delas, como por exemplo os meios de comunicação que representa um papel central na sociedade contemporânea.

Para Giddens (2002, p.12),

A mídia impressa e eletrônica obviamente desempenha um papel central, e o autor também afirma que a experiência canalizada pelos meios de comunicação, desde a primeira experiência da escrita, tem influenciado tanto a auto-identidade quanto a organização das relações sociais.

E assim, fica bastante nítido que os meios de comunicação são grandes influenciadores na vida do indivíduo contemporâneo. No entanto, até que ponto a liberdade para o indivíduo contemporâneo é uma submissão?

Para Baumam (2001, p.27),

O indivíduo se submete à sociedade e essa submissão é condição da sua libertação. Para o homem a liberdade insiste em não estar sujeito às forças físicas cegas; ele chega a isso opondo-lhes a grande força da sociedade, sob cuja proteção se abriga. Ao colocar-se sob as asas da sociedade, ele se torna, até certo ponto, dependente dela. Mas é uma dependência libertadora, não há nisso contradição.

Uma das características da pós-modernidade é uso da imagem como forma de domínio e persuasão e a obrigatoriedade do indivíduo se definir por algum estilo de vida que comporte a lógica de mercado.

Quanto mais a tradição perde seu domínio, e quanto mais a vida diária é reconstituída em termos do jogo dialético entre o local e o global, tanto mais os indivíduos são forçados a escolher um estilo de vida a partir de uma diversidade de opções, certamente existem também influências padronizadoras — particularmente na forma da criação da mercadoria, pois a produção e a distribuição capitalistas são componentes centrais das instituições da modernidade (Giddens, 2002, p.13).

Enquanto a sociedade tradicional tinha como uma das características a identidade limitada dos indivíduos, justificada pela localidade, pelo parentesco e pela tradição, fica evidente que na pós-modernidade há o incentivo das capacidades individuais.

No entanto, por causa da abertura da vida social de hoje, com a pluralização dos contextos de ação e a diversidade de "autoridades", a escolha de estilo de vida é cada vez mais importante na constituição da autoidentidade e da atividade diária. O planejamento de vida reflexivamente organizado, que normalmente pressupõe a consideração de riscos filtrados pelo contato com o conhecimento especializado, torna-se uma característica central da estruturação da autoidentidade (Giddens, 2002, p.13).

É importante constatar, essas múltiplas opções de grupos e subgrupos criam constantemente uma fragmentação sociológica sem fim. Onde o indivíduo tem a opção de troca de agregados, de crenças, de valores. E esse fato torna-se hábito que, conseqüentemente culmina em novos paradigmas.

Todavia, esses hábitos no mundo pós-moderno, essa característica de rápida substituição de

paradigmas, faz cada vez mais do indivíduo um ser distanciado de uma consciência a respeito da importância do autoconhecimento.

O processo do autoconhecimento ocorre quando nos damos à oportunidade de abrir nossas mentes para o conhecimento, de quebrar os paradigmas estabelecidos no decorrer da vida e que ficam armazenados na nossa mente. Vale dizer aqui que paradigmas são modelos mentais nos quais baseamos nossas percepções, ou seja, é o padrão através do qual entendemos, analisamos e modificamos o mundo exterior (Peres, 2010, p.1).

É legítimo afirmar que os paradigmas têm as suas necessidades na prática do dia a dia. No entanto, em muitos casos, eles colocam o indivíduo em espécies de zonas de conforto imperceptível.

Os paradigmas funcionam como hábitos e nos ajudam a resolver problemas do dia a dia, mas também funcionam como vícios, nos impedindo de ver novas oportunidades. Passamos a acreditar que a maneira habitual de realizar alguma tarefa, por exemplo, é a única maneira possível. Neste caso, os paradigmas tornam-se barreiras à nossa capacidade de aceitar e compreender as novas ideias ou novos produtos (Peres, 2010, p.1).

Novas profissões vêm a surgir e muitas outras a desaparecer, são maiores as possibilidades em adquirir mais conhecimentos sobre diversos assuntos, devido às facilidades de comunicação. Na medida em que a informação e a comunicação estão ao alcance de um número maior de pessoas (novo paradigma), comparado a um recente passado, existe o outro lado que devemos levar em consideração, que são os problemas de sociabilidade, a falta de aprofundamento sobre diversos assuntos, como cultura, educação e o desconhecimento da noção do privado.

As informações são tantas e tão rápidas que o conhecimento se torna difuso e genérico. O convívio social é deixado de lado. Tudo adquire uma dimensão virtual. A rede é tão persuasiva que os jovens dedicam horas e horas explorando-a. Há um risco real de que as crianças de hoje cresçam sem o conceito de direito à privacidade e sem entender sequer a necessidade dela (Artur, 2010, p.2).

O homem pós-moderno transita, constantemente, em diversos círculos viciosos, e agora com mais facilidade, tendo como grande impulso os novos paradigmas dos meios de comunicação. Esses

círculos podem ser trocados no momento em que lhe for conveniente. A nova possibilidade de comunicação do mundo contemporâneo remete a uma sensação de uma falsa liberdade. A liberdade se adquire com o conhecimento e este conhecimento surge através do interesse de cada um em se aprofundar sobre determinados assuntos. Em nenhuma época houve tanta facilidade de acesso à erudição como na contemporaneidade.

No entanto, esta facilidade, de certa forma, não está sendo o suficiente para despertar grandes interesses ao indivíduo pós-moderno. Este indivíduo vive numa cultura imediatista, baseada no descartável de maneira cada vez mais rápida, dividida em diversas “tribos”, os micromundos sociais, em que os mesmos são substituídos por outros quando lhes apetece.

Essa troca o impede de fazer reflexões mais aprofundadas, onde ele nem sequer, se vê capaz de imaginar a possibilidade de questionar os atuais paradigmas, por não idealizar a possibilidade da existência de algo diferente, no sentido de obter uma visão de mundo independente de grupos, subgrupos, tribos.

A sua única intenção de fazer algo “dissemelhante” para o entendimento do homem pós-moderno está a reboque de ideias e vontades coletivas. Não há tempo para o pensamento individual e sim a paixão pela semelhança. É querer ser diferente de forma superficial, apenas até à primeira camada da reflexão, pois essa diferença consiste apenas em negar os grupos tradicionais para se tornar igual a algum grupo, subgrupo ou “tribos” contemporâneas, sem jamais atingir o patamar da autenticidade, porque o indivíduo pós-moderno precisa de outros agregados para se tornar diferente.

Esse facto, de certa forma, passa a ser uma redundância. Não há uma verdadeira autenticidade individual e sim coletiva, que pode durar uma eternidade ou alguns dias.

Estar atento para esse facto é, pois, uma outra maneira de se interrogar as massas. Tanto no que se diz respeito ao conformismo das gerações mais jovens, à paixão pelas semelhanças, nos grupos ou “tribos” aos fenómenos da moda a cultura padronizada, até e inclusive isto que se pode chamar de unissexualização da aparência. Tudo nos leva a dizer que assistimos ao desgaste da ideia do indivíduo dentro de uma massa mais indistinta. Esta massa não sabe o que fazer da noção de identidade (individual, nacional, sexual) que foi uma das conquistas do burguesismo (Maffesoli, 1998, p. 92).

A necessidade de criar uma identidade individual desaparece no indivíduo pós-moderno. Todos, de certa forma, representam determinadas características diante de cada momento, espaço e ocasião. O comportamento do indivíduo se adapta de acordo com o meio e o grupo em que ele participa.

Característica do social: o indivíduo pode ter uma função na sociedade e funcionar no âmbito de um partido, de uma associação, de um grupo estável. Características da socialidade: a pessoa (persona) representa papéis, tanto dentro da sua actividade profissional quanto no seio das diversas tribos de que participa. Mudando o seu figurino, ele vai de acordo com os seus gostos (sexuais, culturais, religiosos) assumir seu papel a cada dia nas diversas peças do *thetrum mundi* (Maffesoli, 1998, p. 108).

O indivíduo é produto do meio social e o seu semelhante contribui nos seus comportamentos, para algo positivo ou negativo. Se um indivíduo conviver em um grupo com pessoas estudiosas, será grande a possibilidade de ele ser uma pessoa interessada também pelos estudos, pois é notório constatar que o facto deste indivíduo ter escolhido este grupo para fazer parte, demonstra que o mesmo é uma pessoa interessada pelo conhecimento.

No entanto, o indivíduo pós-moderno procura nas tribos o processo de desindividualização para negar o que antes foi determinado por uma determinada cultura anteriormente estabelecida (grupos ou tribos tradicionais da era pré-moderna ou moderna), meio em que este indivíduo, até então, encontrava-se.

Negar o “já estabelecido” pela família, pela escola, pelos costumes tradicionais, num processo mecanizado, económico, político, ligados por grupos contratuais como empresas, associações e partidos herdados da modernidade, para uma estrutura complexa e orgânica, onde, a partir das massas surge não o indivíduo, e sim a pessoa, tornando-se uma parte integrante do um *mini-colectivo*, a descartar o individualismo.

No entanto, os grupos tradicionais também não têm como intenção, criar pensamentos individualistas. A diferença é que nos grupos ligados a períodos anteriores, o indivíduo moderno, diferente do pós-moderno não almeja tanto uma grande mobilidade entre os grupos sociais. São locais de chegadas sem compromissos de partidas, sendo que o indivíduo pós-moderno não quer mais ser um produto de um só meio e permanecer para sempre dentro dele.

A metáfora da tribo permite dar conta do processo de desindividualização, da saturação da função que lhe é inerente, e da valorização do papel que cada pessoa é chamada a representar dentro dela. Claro, está que como as massas em permanente agitação as tribos que nelas se cristalizaram, tão pouco são estáveis. As pessoas que compõem essas tribos podem evoluir de uma para a outra (Maffesoli, 1998, p.08).

Com o advento das novas tecnologias de informação, os grupos sociais se multiplicaram em microgrupos, este acontecimento tornou-se uma regra para o indivíduo pós-moderno na concepção das tribos.

2.2.6 A Inteligência Coletiva na Praticidade tecnológica

Não é menos legítimo pensar que a inteligência coletiva é algo antigo quanto à existência dos animais e do homem. Segundo Pierre Lévy, esta forma de inteligência é encontrada em diversos grupos de animais, no qual o formigueiro é mais inteligente que a formiga e a colmeia são mais inteligentes que a abelha. Até o grupo de zebra é mais astuto em relação à própria zebra. “No entanto, a consciência coletiva humana é algo mais complexo. Portanto, o ser humano faz perguntas, conta histórias e também possui inteligência individual proveniente da sua vivência” (Lévy, 1998, p.7).

Todo homem tem a sua inteligência, no entanto, estamos vivendo constantes transformações de paradigmas devido à velocidade da evolução tecnológica e com o surgimento dos novos meios de comunicação.

O desenvolvimento da inteligência coletiva vem tomando grandes proporções, transformando a sociedade e suas culturas. É legítimo afirmar que a sociedade sempre sofreu transformações de paradigmas na área da comunicação, mas nunca tão rápido como agora. A invenção da roda; da imprensa; o surgimento da revolução industrial, todos esses e outros acontecimentos transformaram a sociedade devido às necessidades dos indivíduos e, conseqüentemente, os influenciaram diretamente no seu comportamento, a proporcionar novas formas de ver o mundo.

Hoje em dia, com as novas tecnologias de informação, pode-se criar um grupo social na internet e seus integrantes auxiliarem uns aos outros. Tomamos como exemplo os grupos que são voltados para resolver questões urbanas nas grandes cidades, no sentido de evitar engarrafamentos, encontrar percursos mais rápidos, com segurança; ou grupos sociais criados para organizar rodízios de caronas (boleia).

As informações entre os participantes desses grupos, acima citados, facilitam a forma de locomoção de cada um dos integrantes em termos de economia de combustível e o menor tempo para chegarem ao destino desejado. Outro exemplo de grupos que fazem uso da inteligência coletiva são os grupos criados para resolverem questões voltadas aos horários dos autocarros. Os usuários desses grupos trocam informações entre eles para estarem juntos nos pontos de espera desses transportes coletivos, em horários combinados com o objetivo de não se atrasarem e estarem mais seguros.

Nessa linha de pensamento, o sociólogo Pierre Lévy afirma que pela linguagem o ser humano abriu um universo de comunicação completamente diferente; e, que uma das melhores ilustrações dessa diferença é que a humanidade começa um tipo de revolução que não existia antes: a revolução cultural. “Os leões se comportam da mesmamaneira desde que existem leões, enquanto o ser humano modifica o seu comportamento. Houve uma revolução técnica, religiosa, moral e política. Há uma revolução dos conhecimentos, uma revolução científica, etc.” (Lévy, 1998, p.7).

A cooperação mútua de pessoas com o mesmo propósito, com desígnio de atingir os mesmos objetivos, tomou proporções maiores através do ciberespaço. Não é mais necessário que as pessoas estejam sempre juntas para executarem um projeto ou colaborar com ideias em prol de alguma causa. A internet, através dos grupos sociais, páginas sociais como o *facebook* ou páginas de busca como a *Wikipédia* (apesar de não ser uma fonte tão confiável), vem a transformar o comportamento no mundo contemporâneo e, conseqüentemente, a influenciar as culturas. No entanto, a sinergia artística desenvolvida pelo projectão de intervenção Café Cultural Residências Artísticas prioriza a inteligência coletiva de formato presencial exatamente pela necessidade da realização de um intercâmbio com maior frequência, frente à frente para fins criativos, a creditar que a convivência entre os artistas e curadoria possibilitará mais recursos para o trabalho em equipe. “A essência de um trabalho em equipa é a colaboração mútua, o compromisso comum, a coordenação e integração” (Cardozo, 2003, p.19).

Nesse processo de criação, ao mesmo tempo em que o artista residente disponibiliza a sua experiência para a realização do trabalho em equipa, ele deverá se “desnudar” do seu “eu artístico”, focado somente em si próprio enquanto ser cooperativista, um ser social, aberto em um outro “eu artístico” enquanto peça complementar de um todo.

No caso das novas tecnologias da informação, por sua vez, elas estão a transformar, não só o comportamento do indivíduo através da inteligência coletiva, mas o mundo por quase completo e a desenvolver as nações.

Nessa actual configuração, outros aspectos passaram a ter relevância na sociedade: valorizou-se o conhecimento; a riqueza dos países passou a ser medida pelo acesso à tecnologia e sua capacidade de desenvolvimento na área; a informação e as práticas relacionadas a ela se tornaram o principal sector da economia. Estes três principais factores levam hoje à instauração de um simbolismo da tecnologia como bem maior, a ser perseguido e incorporado em novas práticas sociais (Kohn & Moraes, 2007, p.1).

Tudo passa a acontecer dentro do processo virtual e, para que toda a comunicação se propague nos dias de hoje, faz-se necessário o uso dos recursos das novas tecnologias através do ciberespaço, onde acontece em maior índice, a desterritorialização das bibliotecas, a democratização da informação e do conhecimento com grande fluidez, facilidade e velocidade na cooperação mútua entre indivíduos.

Com a internet, assistimos todos os dias ao espetáculo da transfiguração de muitas áreas da vida humana. De facto, temos hoje teorias computacionais de quase tudo. Ciências que não associamos diretamente à computação, como a Psicologia, são hoje cognitivistas, isto é, aceitam uma explicação computacional da mente humana. Temos teorias que defendem que o próprio processo evolutivo darwiniano é de natureza computacional. O maior objeto científico que se conhece, o universo, já foi interpretado computacionalmente, e há hoje um trabalho pujante em cosmologia computacional. Não podemos deixar de sentir alguma inquietação quando se pensa no poder explicativo da computação, sentimento misturado com otimismo e acompanhado pelo fascínio por possibilidades que parecem infinitas. (Pires, Curado, Ribeiro & Andrade, 2017, p.7).

O mundo sempre sofreu transformações em diversos segmentos. Contudo, com o advento das novas tecnologias, essa dinâmica de transformação adquiriu um impulso, anteriormente nunca visto, onde as cidades, as pessoas e as corporações empresariais são as mais beneficiadas. Inteligência artificial, realidade virtual e realidade aumentada, Big Data, são avanços tecnológicos que estão a colocar o mundo em direção à um desenvolvimento sem volta.

2.2.7 Natureza, técnica e máquina - O homem pós-moderno e a caverna tecnológica

Desde os primórdios que o homem lança mão da técnica para melhoria da sua qualidade de vida. Junto com a comunicação, o ser humano desenvolveu o fogo, criou ferramentas, armas para caça, abrigos, vestimentas para proteção dos climas extremos, domesticou animais para a sua locomoção, e desenvolveu técnicas de plantio. O desenvolvimento de ferramentas como o martelo, a faca, a foice, a enxada, etc. caracteriza a extensão do seu próprio corpo. A premissa sobre a qual se ergue o estudo da tecnologia é o de que o homem “sempre usou de qualquer peça para auxílio, diminuição de esforço” (Iglésias, 1990, p.8).

O desenvolvimento de próteses e objetos em benefício do seu próprio corpo cria uma simbiose entre o homem e a tecnologia. É legítima a constatação de que o corpo humano sofre um desgaste natural com o passar do tempo; e nessa passagem, o homem sempre teve a necessidade de compensar a energia corporal ou a substituição de membros e até mesmo de órgão na criação de

utensílios desenvolvidos às custas da tecnologia.

Alves (2013, p. 56) afirma que “o fabrico de utensílios poderá ter sido uma forma de compensação pela perda de “instrumentos naturais” como a dentição e os braços fortes, em que os vários fatores se ajustam mutuamente”. A questão da resistência, o desgaste físico, a segurança e a eficácia em resultados, fez do homem, um exímio criador de técnicas para a sua adaptação e sobrevivência, através do enlaçamento entre o natural e o artificial. Os objetos não só se tornaram extensão do corpo, como introduzidos dentro dele, pela necessidade de uma melhor disposição física.

Note-se que se trata de um reequilíbrio dinâmico, que estabelece, pela primeira vez, uma forma de *simbiose* entre o homem e as suas ferramentas. Esta relação torna-se uma das características definidoras do próprio ser humano, instalando um sistema técnico onde antes haveria apenas um sistema natural e, mais tarde, estabelecendo um sistema ecotecnológico que os englobaria (Alves, 2013, p.56).

Com o passar do tempo, as técnicas desenvolvidas pelo homem foram largamente aperfeiçoadas de acordo com as novas necessidades. E a economia foi um dos fatores resultantes das transformações sociais, também causadas pelas revoluções tecnológicas.

O método mais seguro de compreender a cultura técnica e a evolução das sociedades, através das suas realidades técnicas, materiais e económicas, assenta no estudo das suas manifestações concretas e na organização progressiva da cultura e economia (Leroi-Gourhan, citado em Alves, 2013, p.54).

E é nesse sentido que a evolução carece ser alimentada pelo consumo, e o homem que desenvolvia a sua técnica para a sua própria sobrevivência, no mundo contemporâneo, muitas vezes ocupa o papel de consumidor cego, amarrado, prisioneiro em um universo ilusório, a se distanciar, cada vez mais, do mundo que costumamos chamar de real.

Preso numa espécie de caverna tecnológica, compatível à caverna citada no capítulo denominado Mito da Caverna do livro *A República* de Platão (1956, pp. 287-291). A diferença é que existem diversas cavernas criadas para serem trocadas, descartadas, mas que dentro de cada uma delas, o indivíduo tem o mesmo comportamento apresentado pelo filósofo, onde a sombra o impede de acreditar que existe algo muito além do que ele vê.

Com o ouvido colado ao celular e os olhos na tela do computador, passamos a desprezar,

de certa forma, a realidade externa, e nos afastamos do convívio pessoal. Hoje se aprende através de vídeos e ensina-se através da internet. Nesse cenário, perde-se cada vez mais a capacidade de apartar o que é induzido da realidade palpável, uma vez que se tem cada vez menos contacto com a realidade e se é cada vez mais induzido (Mira, 2011, p.01).

É imperativo afirmar que o homem não teria sobrevivido se não tivesse desenvolvido a técnica. No entanto, estamos certos de que a tecnologia sempre melhorou a qualidade da vida do indivíduo, mas, até que ponto esta tecnologia melhora o ser humano? Pode-se dizer que tecnologia é “um conjunto de instrumentos, métodos e processos específicos de uma arte ou ciência”. (Dicionário da Língua Portuguesa, 2009, p.814).

O indivíduo pós-moderno vive numa caverna tecnológica, onde não consegue enxergar nada além da sombra projetada numa parede. Uma parede invisível, por assim dizer, de uma caverna edificada, não por pedras e sim por um espaço cibernético, que possibilita uma total liberdade de informação e comunicação. Um crescimento técnico sem precedentes, e esta liberdade é algo questionável, justamente pela circunstância de que este universo está, de certa forma, a aprisionar o indivíduo em um mundo resumido à práticas e técnicas, onde os naturais, em diversos aspetos, perdem cada vez mais espaço. O homem pós-moderno é estimulado pela facilidade da comunicação externa e cada vez menos estimulado a se comunicar internamente. E esta perda de espaço do natural para a tecnologia aconteceu através de diversos períodos na história da humanidade. O período natural, o período técnico e o período técnico-científico- informacional. Sobre o primeiro período, Santos afirma que,

Quando tudo era meio natural, o homem escolhia da natureza aquelas suas partes ou aspectos considerados fundamentais ao exercício da vida, valorizando, diferentemente, segundo os lugares e as culturas, essas condições naturais que constituíam a base material da existência do grupo. Esse meio natural generalizado era utilizado pelo homem sem grandes transformações. As técnicas e o trabalho se casavam com as dádivas da natureza, com a qual se relacionavam sem outra mediação (Santos, 2006, p.157).

Nesse ponto, Santos (2006) se refere ao período natural, em que o homem desfrutava da natureza sem causar grandes transformações. O geógrafo não considera satisfeita a definição pré-técnica, porque as transformações da natureza já eram constituídas de técnicas. “O que alguns consideram como período pré-técnico exclui uma definição restritiva. As transformações impostas às coisas naturais já eram técnicas, entre as quais a domesticação de plantas e animais aparece como um

momento marcante: o homem mudando a natureza, impondo-lhe leis. A isso também se chama técnica” (Santos, 2006,p.157).

Milton Santos (2006, pp. 57, 58), ainda afirma em sua obra "*A natureza e o Espaço: Técnica e Tempo. Razão e Emoção*", que, talvez, o possibilismo da criação mergulhava no determinismo do funcionamento e, que as motivações de uso eram, sobretudo, locais, ainda que os papéis do intercâmbio nas determinações sociais pudessem ser crescentes. “Assim, a sociedade local era, ao mesmo tempo, criadora das técnicas utilizadas, comandante dos tempos sociais e dos limites de sua utilização” (Santos, 2006, p.158). Nesta sociedade local não existia a mediação económica como no mundo contemporâneo. O homem se encontrava sob as rédeas da natureza, onde dela se extraia alimentos e material para criação de utensílios. “A harmonia socioespacial assim estabelecida era, desse modo, respeitosa da natureza herdada, no processo de criação de uma nova natureza” (Santos, 2006, p.157).

É legítimo constatar que esses utensílios são provenientes de técnicas desenvolvidas desde da época dos homens pré-históricos, onde os objetos naturais com funções técnicas, são diferentes dos objetos pertencentes ao segundo período, denominado de período técnico, onde encontraremos uma gama de variedades de maquinários, recursos e artefactos, de possibilidades no desenvolvimento económico e sociocultural.

O período técnico vê a emergência do espaço mecanizado. Os objetos que formam o meio não são, apenas, objetos culturais; eles são culturais e técnicos, ao mesmo tempo. Quanto ao espaço, o componente material é crescentemente formado do ‘natural’ e do ‘artificial’. Mas o número e a qualidade dos artefactos variam. As áreas, os espaços, as regiões, os países passam a se distinguir em função da extensão e da densidade da substituição, neles, dos objetos naturais e dos objetos culturais, por objetos técnicos (Santos, 2006, p.158).

Vê-se aí, no período técnico, uma transformação radical no meio social e no modo de vida do homem em sociedade. Um desenvolvimento económico e sociocultural sem precedentes nesse período; transformado não só o comportamento do homem como o espaço em que ele vive, mas dando-lhe condições de subverter as regras da natureza.

O homem através dos objetos técnicos desafia a estabilidade do espaço natural, transformando-o, usando recursos derivados da natureza, mas também avançado na criação de objetos industrializados. Para Santos (2006, p.158), “os objetos técnicos, maquinicos, juntam à

razão natural sua própria razão, uma lógica instrumental que desafia as lógicas naturais, criando, nos lugares atingidos, mistos ou híbridos conflitivos. Os objectos técnicos e o espaço maquinizado são locus de ações "superiores", graças à sua superposição triunfante às forças naturais". A partir desse período de forma gradativa, o homem passa a depender, cada vez mais, da técnica através dos objetos técnicos em que o mesmo desenvolveu para a sua sobrevivência. E aos poucos, vai-se esvaindo a conciliação entre o uso da natureza e a sua conservação para ser novamente utilizada.

As ferramentas que representavam o prolongamento do seu corpo, ainda que continuam a existir, mas além das ferramentas de mão, os homens desenvolveram tratores, escavadeiras e outras máquinas pesadas. Além de máquinas de diversas funções controladas por computadores.

Devemos lembrar que, muitas vezes, este desenvolvimento também causa a destruição das matas de forma irracional e poluição do meio ambiente. Interferindo radicalmente na natureza, que anteriormente determinava as condições do desenvolvimento na criação de utensílios técnicos para a sua sobrevivência. Nesse período a relação de poder começa a ser invertida entre homem e natureza.

Tais acções são, também, consideradas superiores pela crença de que ao homem atribuem novos poderes - o maior dos quais é a prerrogativa de enfrentar a natureza, natural ou já socializada, vinda do período anterior, com instrumentos que já não são prolongamento do seu corpo, mas que representam prolongamentos do território, verdadeiras próteses. Utilizando novos materiais e transgredindo a distância, o homem começa a fabricar um tempo novo, no trabalho, no intercâmbio, no lar. Os tempos sociais tendem a se superpor e contrapor aos tempos naturais (Santos, 2006, p.158).

Com os novos desenvolvimentos, referentes às novas descobertas tecnológicas, o homem retira o poder da natureza e o coloca em si mesmo, sob a égide dos avanços tecnológicos com a intenção de um maior desenvolvimento econômico e social.

O componente internacional da divisão do trabalho tende a aumentar exponencialmente. Assim, as motivações de uso dos sistemas técnicos são crescentemente estranhas às lógicas locais e, mesmo, nacionais; e a importância da troca na sobrevivência do grupo também cresce. Como o êxito, esse processo de comércio, depende, em grande parte, da presença de sistemas técnicos eficazes, estes acabam por ser cada vez mais presentes. A razão do comércio, e não a razão da natureza, é que preside à sua instalação (Santos, 2006, p.158).

O terceiro período denominado de técnico-científico-informacional dá-se com a junção da técnica e da ciência. Se bem que todo cientista sempre valeu-se do poder da técnica para o desenvolvimento de suas pesquisas e a execução dos seus trabalhos. No entanto, o período técnico-científico-informacional acelera o surgimento de novas concepções científicas e novas concepções de transações econômicas em diversas áreas, através da velocidade da informação, da circulação de bens e produtos, e de novos paradigmas de interconexão entre lugares e pessoas.

Quanto mais 'tecnicamente' contemporâneos são os objectos, mais eles se subordinam às lógicas globais. Agora, torna-se mais nítida a associação entre objectos modernos e atores hegemónicos. Na realidade, ambos são os responsáveis principais no atual processo de globalização (Santos, 2006,p.158).

Ainda nesta linha de pensamento, Santos e Santos (2011, p.5), afirmam que:

O período denominado de técnico-científico-informacional é um fenómeno decorrente e consequência da implementação, no substrato económico e socioespacial, de novos sistemas de objectos e sistemas de acções pautados na técnica, na ciência e na informação.

Podemos concluir que, apesar do homem ter avançado e continuar a avançar no desenvolvimento tecnológico, ele não foi capaz de se desvencilhar de problemas tão antigos como a fome, mortalidade infantil, grande índice de analfabetismo no mundo e milhões de pessoas abaixo da linha da pobreza.

Diante da consciência do período técnico-científico-informacional percebe-se que as expectativas para o século XXI, que eram anunciadas pelos meios de comunicação em massa enquanto o século das soluções para todas as grandes problemáticas da humanidade passaram, em grande parte, para uma realidade marcada por frustração e desilusão. Percebe-se que milhões de pessoas se encontram abaixo da linha da pobreza em todo o mundo; milhões de crianças com menos de cinco anos de idade morrem, todos os anos; o modelo de desenvolvimento que aí está e na forma como vem se dando ameaça, em última instância, a própria possibilidade de existência do ser humano em um futuro não muito distante (Santos & Santos, 2011, p.7).

O homem revolucionou o seu mundo por conta da evolução através da técnica. Essa, por sua vez, facilita e transforma as culturas. As técnicas de trabalho não casam, necessariamente, com as

dádivas na natureza e sim com uma diversidade de elementos, ao mesmo tempo, em muitos casos, lançando mão de técnicas predatórias.

Essa mesma metodologia uniformizou as possibilidades de informação para todos, facto por demais benéfico. Mas por outro lado, conseguiu padronizar mais ainda as pessoas em uma só espécie de comportamento, referente ao desprezo do mundo real, a procura do conhecimento mais aprofundado sobre todas as coisas e das relações pessoais.

As novas tecnologias da informação são tecnologias do estabelecimento de redes de relações e de informação e, enquanto tais, veiculam muito evidentemente a perspectiva de uma humanidade unida, mas também de uma humanidade reduzida a uma uniformidade (Virilio, 2000, p.12).

Por mais benéfica que sejam as novas tecnologias, em diversos campos da sociedade, faz-se necessário, ainda que estejam, até certo ponto interligados, a percepção da diferença entre a necessidade do real e do virtual. Pierre Lévy (1999, citado em Castro, 2017, p.266) afirma que:

O termo virtual pode ser abordado em pelo menos três diferentes sentidos. O primeiro é um sentido técnico do termo que se relaciona à informática que frequentemente é usado para se referir a acontecimentos digitais, ou seja, que são programados com o suporte de computador. O segundo é o uso corrente que se aplica a algo que não existe materialmente, de modo que o virtual não possuiria forma física e, portanto, não seria real. Finalmente, o terceiro sentido do termo apresenta uma abordagem filosófica onde o virtual não exclui a capacidade de o digital ou de o real acontecerem simultaneamente a um fenômeno.

Nessa linha de pensamento, Lévy (1999) ainda afirma que no sentido filosófico, o virtual é obviamente uma dimensão muito importante da realidade. No entanto, ainda que o virtual possua a sua grande importância referente ao real faz-se necessário a compressão de que são duas coisas distintas.

Capítulo 3 - As residências artísticas no panorama das culturas urbanas

3.1 O Homem, a natureza e as desigualdades

Há um consenso acerca do que chamamos sociedade: a reunião de três ou mais homens, ligados por um conjunto de elementos, que denominamos cultura. Essa reunião, no entanto, não garante ao homem, segurança, equidade, justiça. O ato que determina essa passagem, do homem “livre” para o homem social, é denominado pela filosofia de Contrato Social, ou, Contratualismo (Hobbes; Locke; Rousseau *et al.*, 2008). Nele, abre-se mão da liberdade total, em prol da segurança e da propriedade privada. Há muitas controversas acerca deste último ponto, pois, como definir, à princípio, o que pertence a quem? Disto, podemos inferir que as desigualdades sociais são tão antigas quanto as sociedades.

O Contratualismo parte do princípio de que, sem um acordo que garanta a segurança e paz, o homem estaria fadado a viver em um estado de barbárie, o que alguns chamam de “estado de natureza” – o estado de coisa anterior ao contrato. Rousseau se dedicará, não somente à discussão do contratualismo, mas ao exercício da liberdade civil.

A distinção entre o governo e o soberano, o problema da escravidão, e o surgimento da propriedade privada serão tratados por Rousseau e demais autores (2001) de maneira exaustiva, e, conseqüentemente, as desigualdades, sociais. Em seu discurso sobre a *Origem e Fundamentos da Desigualdade entre os Homens*, Rousseau afirma:

Concebo na espécie humana duas espécies de desigualdade: uma, que chamo de natural ou física, porque é estabelecida pela natureza, e que consiste na diferença das idades, da saúde, das forças do corpo e das qualidades do espírito, ou da alma; a outra, que se pode chamar de desigualdade moral ou política, porque depende de uma espécie de convenção, e que é estabelecida ou, pelo menos, autorizada pelo consentimento dos homens (Rousseau, 2001, p.13).

Logo, podemos afirmar que as desigualdades sempre existiram e sempre existirão, posto que não parece possível determinar a equidade física e dos bens de cada cidadão. Quanto à primeira espécie, as desigualdades poderiam ser amenizadas quando pesos e medidas fossem distribuídos de acordo com cada “corpo”. Sobre a segunda espécie de desigualdade, há maiores entraves em solucioná-las, pois dependem de acordos que passam pelo problema “bem público” *versus* “bem

particular”, advindos de instâncias políticas: “a desigualdade política consiste nos diferentes privilégios que gozam alguns com prejuízo dos outros, como ser mais ricos, mais honrados, mais poderosos do que os outros, ou mesmo fazerem-se obedecer por eles” (Rousseau, 2001, p.26).

No mundo contemporâneo – ou pós-modernidade –, em diversos setores, as novas tecnologias da informação aceleraram os processos que já se vinham desenvolvendo, a partir das mudanças sociais, a exemplo das Revoluções Industriais. No entanto, não é justificável, como muitos autores costumam afirmar, que o modelo capitalista é o grande e único causador dos problemas sociais e comportamentais negativos, no mundo, gerando desigualdades entre os povos; ele é, em verdade, consequência das desigualdades que já existiam.

Na passagem da modernidade para o mundo contemporâneo, outro dispositivo marca a esfera cultural de modo relevante. Comparece agora a mercantilização da cultura, intimamente associada ao desenvolvimento do capitalismo e da chamada “indústria cultural”. Tal processo indica, antes de tudo, o avanço do capitalismo sobre os bens simbólicos e, sem dúvida, é uma das premissas mais essenciais da noção de indústria cultural desenvolvida por Theodor Adorno e Max Horkheimer. Os bens simbólicos, até aquele momento, não eram produzidos pela dinâmica submetida ao capital (Rubim, 2007, p.3).

A noção de desigualdade política, colocada por Rousseau, é encontrada, ainda, na contemporaneidade e se estende, também, em direção ao âmbito cultural, no sentido de que os artistas que não se enquadram nas normas pressupostas pelo Estado, a exemplo das suas políticas culturais – e, principalmente, dos princípios regidos pela indústria cultural –, não gozam de privilégios, muito pelo contrário, têm grandes dificuldades de se firmarem profissionalmente. Assim, é importante salientar que todos os sistemas políticos, ainda na contemporaneidade, mantêm o perfil apontado por Rousseau.

Quando regida pelo Estado, a cultura sofre uma politização, sobre a qual Rubim (2007, p.3) afirma: “a politização da cultura deriva, por conseguinte, de dois movimentos diferentes da política, mas interligados: a necessidade da legitimidade secular e a busca de hegemonia em lugar da estrita dominação”. Nessa linha de pensamento, as políticas culturais, que podem levar a uma politização da cultura, são de extrema importância para a sociedade – desde que não sejam uma exclusividade apenas do Estado, para definir quem deve ou não ser beneficiado.

É necessário, portanto, que as elaborações culturais sejam realizadas em parceria com instituições culturais não governamentais, como associações independentes e diversas outras entidades civis.

Dessa forma, as diversidades culturais seriam respeitadas, valorizadas, independente de estarem ou não em evidências nas grandes mídias, sem sofrerem intervenções impostas, para atenderem modelos da indústria cultural.

O Hip-hop, através das suas linguagens artísticas, possuía como tema, questionamentos relacionados às desigualdades sociais, principalmente a respeito da violência cometida por policiais contra os jovens pobres das periferias. Esse movimento cultural de artistas pobres – que, no início, eram rotulados, injustamente, como desordeiros –, estava muito distante de influenciar um grande número de pessoas em âmbito nacional, muito menos internacional, por acharem-se à margem da grande mídia. No entanto, atualmente, já existem *DJs*, cantores de *Rap* e *Graffitis* mundialmente famosos, mas esses artistas, em sua grande maioria, não estão mais focados no discurso de contestação social, de outrora, tampouco, de críticas direcionadas a instituições governamentais.

Esta realidade reflete uma desigualdade entre as classes artísticas: de um lado, estão os artistas ricos e famosos que aderiram ou foram cooptados pelo Estado, através do mercado da arte e que sofreram interferências no conteúdo criativo, limitando-se a determinados temas para atender interesses da indústria cultural, que direta ou indiretamente, estão ligados ao poder público; do outro lado, os artistas autônomos, independentes, livres para abordarem qualquer assunto, inclusive os contestatórios, através das suas artes, mas que se encontram à margem de qualquer benefício.

A cultura é um instrumento, comumente usado pelo Estado como mecanismo de influência e fortalecimento das desigualdades. No caso das artes, é interessante ressaltar o facto de que, se existe desigualdade entre a classe artística, por causa de privilégios concedidos pelo Estado para poucos profissionais das artes, em detrimento da sua grande maioria, questionamos: por qual motivo, esses artistas esquecidos pelo poder público, também são obrigados a participarem de compromissos para com o Estado? A exemplo de pagamentos de impostos, que são direcionados à manutenção de tais privilégios para uma pequena parcela?

Rousseau, em sua obra "*Contrato Social dos Direitos Políticos*", de 1999, afirma que "uma vez que homem nenhum possui uma autoridade natural sobre seu semelhante, e, pois, que a força não produz nenhum direito, restam, pois, as convenções como base de toda autoridade legítima entre os homens" (Rousseau, 1999, p.13). As convenções são onnipresentes na sociedade contemporânea, e não seria diferente na politização cultural criada pelo Estado, a fim de se manter o poder autoritário em que todos contribuem parasamente uma pequena casta se beneficiar.

Na contramão dessa realidade, é notória a existência de diversas medidas louváveis, provenientes de políticas públicas no âmbito cultural, como em diversas esferas dos governos. Isso se

mostra, principalmente, quando essas políticas são administradas com transparências, através de editais públicos para as classes artísticas, por exemplo. É sumariamente relevante que o poder público continue a expandir parcerias com associações, instituições culturais autónomas, para que preencham lacunas ainda existentes no âmbito da cultura.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas com sede na cidade de Fafe, Portugal, por exemplo, trabalha em parceria com o poder público, e mesmo que, de alguma forma, o referido projeto possa cercear, até certo ponto, a liberdade de criação artística – por direcionar algumas questões referentes às elaborações de projetos de murais a serem executados –, esta referida instituição cultural respeita o estilo de cada artista e discute com todos eles os temas de cada projeto requisitado a esses profissionais. O projeto “Café Cultural Residências” está voltado para o valor criativo de cada um deles, independente do facto desses artistas serem ou não famosos.

3.2 Arte e contracultura: A Força da comunicação no Universo *Hip-Hop*

As revistas especializadas em divulgar o movimento cultural *Hip-hop* nos anos 1980, música da juventude negra de periferia americana, também divulgavam os muros grafitados criados pelos precursores dessa linguagem visual. Uma das primeiras revistas foi a *On the Go*, que divulgava duas expressões artísticas do mesmo movimento.

Foi assim que o mundo das revistas e livros se abriu, começando a catalogar fotografias de peças e obras, não só tendo em conta as suas características efémeras, mas também como forma de dar resposta às campanhas políticas que eram feitas contra o graffiti. Em 1993 surge a primeira revista direcionada para os writers, (*On the Go*). Embora estivesse muito ligada à música hip-hop, apresentava fotografias com melhor qualidade e informação acerca dos artistas, informação essa que até então era nula, e graças a tudo isso obteve um enorme sucesso (Portelinha, 2013, p.59).

Portelinha ainda afirma que é “com o aparecimento desta revista que começa-se a perceber que as duas expressões artísticas tinham voltado a juntar-se para crescer e ganhar ainda mais espaço nos média (2013, p.59). Além da revista *On the Go*, surgiram outras revistas que serviam de elo entre as expressões artísticas da periferia negra americana, além de divulgar para toda as comunidades os acontecimentos artísticos desses grupos.

Aos poucos, a cultura *hip-hop* tornou-se popular em todo mundo, devido às trocas de informações entre as duas tribos, ou seja, a do *Hip-hop* e a do graffiti; o que resultou em uma união

entre elas denominada *Cultura hip-hop*. “Um dos factores para a entrada da arte urbana no mundo das publicações foi o facto de os *writers* necessitarem de estar a par do que era feito por outros artistas, para poderem refletir sobre as suas próprias obras” (Portelinha, 2013, p. 59). É importante considerar que tanto a arte urbana como a cultura *hip-hop* eram tribos que tinham, como argumento, críticas sociais, militâncias ligadas às injustiças sociais, a violência contra os pobres dos subúrbios esquecidos pelas autoridades e questões raciais.

A partir dos anos 1970, a população descrente do idealismo de igualdade para todas as raças, pregado por Malcon X e Martin Luther King Jr., organizou-se em gangues para protestar contra as injustiças sociais ocorridas nos bairros de predominância negra, como, por exemplo, do Bronx. No início da década de 1960, nos Estados Unidos da América (particularmente em Nova Iorque), num ambiente onde as pessoas se sentiam rodeadas de decepção e mentira, como refere Jeff Chang *Apud* Fernandes, (2010, p.27), “o *baseball* era ‘vívido’ como verdade, ressurgiam antigas questões afro-americanas, devemos lutar pela nação ou construir uma nova? Devemos salvar a América ou a nós próprios”.

O segundo elo definitivo para a consolidação dessas duas culturas de protesto, foi o surgimento de uma instituição denominada *Zulu Nation*, criada pelo Dj e produtor cultural Afrika Bambaataa. Antes do surgimento desta instituição, as expressões artísticas, dita como movimento de revolta, tinham diversos gangues que, apesar de possuírem o mesmo discurso crítico contra as injustiças sociais, viviam constantemente abrigarem entre si.

Foi com esta preocupação que Afrika Bambaataa fundou a *Zulu Nation* na década de 1970, numa atmosfera de muita violência entre gangs e lutas entre bairros no Bronx de Nova York. Com a ajuda da associação de bairro, conseguiu reunir representantes e líderes de cada grupo de gang e convencê-los a substituir a luta violenta com a competição artística, numa visão de paz e união em que se suspendia a lógica da morte (Leão & Lupati, 2018, p.2).

A instituição *Zulu Nation* tinha como objetivo ocupar os jovens com iniciativas culturais, contribuir para a diminuição da violência e fortalecê-los para melhor competição no mercado profissional e melhora da autoestima.

Então, com a criação do projeto *Zulu Nation*, o movimento *Hip-hop* adquiriu uma nova postura, no que se refere à divulgação de forma profissional, através de diversas revistas, como a *On the Go*, e a união entre as gangues envolvidas, onde os jovens, anteriormente pertencentes a elas, passaram a ter

ocupações através de cursos de artes como dança Break, graffiti e Djs.

Assim, foram dados os primeiros e fundamentais passos para que a Cultura hip-hop se tornasse um elo para as subculturas juvenis das mais diversas comunidades do mundo, que encontraram a possibilidade de compartilhar um sentimento comum de conexão cultural e de luta através da arte (Osumare, 2015, p. 65, citado em Leão & Lupati, 2018, p.3).

Além disso, é importante destacar que:

Afrika Bambaata, ele próprio, membro de uma *gang* denominada *The Black Spades*, viria a ser precursor a defender princípios básicos de pacificidade e tolerância que canalizou o potencial criativo e o sentido crítico dos jovens para a dança, a música e a expressão plástica gráfica, conseguindo reunir, no mesmo espaço, (na festa de rua) indivíduos que, de outra forma, lutariam entre si, entre *gangs*. O hip-hop nasceu neste meio, no esquecido e degradado *South Bronx*, num contexto de desemprego e desfavorecimento cultural e económico, em reação à violência e enquanto alternativa à vida de *gangs* (Fernandes, 2010, p.27).

Bambaata é um artista, Dj e promotor de festas, que aproveitou de seu talento e sucesso para conseguir espalhar sua mensagem não apenas aos jovens locais, mas também à juventude global. Sua iniciativa em criar a *Zulu Nation* para divulgar a cultura Hip-hop a unir os jovens periféricos, causou ecos de influências que se estende a diversos centros educacionais, associações em diversos países do mundo, e Portugal não ficou de fora, com a instituição sendo implantada neste País, em parceria com a Associação Diálogo a Ação, como afirma Leão & Lupati (2018, p.10).

O Hip-Hop de Batom foi idealizado e concebido pela Associação Diálogo e Acção/Zulu Nation Portugal em 2010, sempre com o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian. Este projeto é assumido como a iniciativa piloto da Associação. É um projeto de matriz social que, através das várias expressões artísticas do Hip Hop dá voz às mulheres e promove a igualdade de género, com vista ao fortalecimento da sua autoestima e ao combate à violência pública e privada que é ainda exercida sobre elas.

Apesar de não possuir convênio com a instituição *Zulu Nation*, o projeto Café Cultural Residências Artísticas, através dos *workshops* apresentados às comunidades, costuma incluir a cultura

Hip-hop como tema a ser ministrado por artistas convidados e artistas residentes. Na fotografia abaixo, temos o MC Andy Scoth a ministrar um *workshop* para os alunos da Escola Profissional de Fafe.

O MC Andy Scoth explicou aos alunos da Escola Profissional de Fafe sobre os temas abordados por ele nas suas músicas. O artista português, além de abordar temas ligados a questões sociais, também abordou sobre temas que falam do amor entre duas pessoas. Com esse fato, percebe-se que, com o passar dos anos, a cultura *Hip-hop* não ficou restrita a um tema que, inicialmente, era apenas voltado para questões sociais.

Na atualidade, há diversos artistas que abordam os mais variados temas possíveis dentro do universo *Hip-hop*. Essa transformação ocorreu pelo facto de o movimento ter se tornado mundialmente popular e ter conquistado o gosto de diversos artistas. O outro motivo foi a facto de que muitos artistas desse género musical terem alcançado a *fama*, independente de possuírem ou não um discurso crítico-social e acabar por influenciar os demais artistas mais jovens.

É importante salientar que o movimento *hip-hop* é composto, não somente, por música e pintura na área do graffiti. Alguns críticos afirmam que existem três divisões, ODJ, o MC e o Graffiti.

No entanto, segundo Pimentel, como citado por Campos (2005, p.5),

Há outra divisão que se baseia entre os praticantes dessas formas de expressão artística. Assim, o Hip-Hop teria quatro divisões: O MC (Mestre de Cerimônias), que canta o Rap e apresenta as atividades e os shows, o DJ (DiscJockey), responsável pela música que serve de base para o MC cantar; e o Grafiteiro, que expõe suas mensagens nas paredes e o B. Boy, o dançarino.

O *Break*, um dos estilos de dança da cultura *hip-hop*, pertence ao segmento *OldSchool*, e a *Street Dance* pertence a *New School*. A diferença consiste que a *Old School* é o estilo tradicional desenvolvido pelos integrantes que participaram diretamente do movimento ligado à cultura *hip-hop* e a *Street Dance*.



Figura 6 Workshop de poesia Hip-Hop ministrado pelo artista Andy Scoth. Escola de profissional de Fafe, maio, 2018, no âmbito do Projeto Café Cultural Residências Artísticas.

Apesar de também ter sido desenvolvido nas ruas, os criadores eram dançarinos de academias que não tinham nenhuma ligação direta com a filosofia *hip-hop*, mas que é inegável a influência da *Street Dance*, sofrida pelo *Break*, estilo de dança pertencente a *Old School*, ou seja, a *Street Dance* é um outro estilo que tem este nome, não por modismo, mas pelo facto de ter sido um estilo de dança também criado nas ruas, e que faz parte da categoria de arte urbana.

No entanto, é importante acrescentar que, na arte, as coisas não são tão segmentadas, uma vez que existem dançarinos que praticam as duas escolas. E não é legítimo também acusar a indústria cultural em todas as questões artísticas em que ela se envolve. De certo que essa indústria transforma em produto tudo o que dela se aproxima, mas o que seria da propagação das artes se não tivesse a participação da indústria cultural como mola propulsora na propagação das artes?

O grande problema é que os produtos artísticos de valores duvidosos, na contemporaneidade, são, para essa indústria, a sua principal fonte de renda, e, por esse motivo, a alienação é feita através desses produtos. No entanto, a maioria das grandes criações artísticas foi reconhecida pelo grande público devido ao empenho da indústria cultural. Nesse sentido, é importante lembrar que a cultura *hip-hop* se disseminou no mundo por causa da grande mídia, depois do passo inicial feito pela revista independente *On The Go*.

Tanto a escola *Old School* como a escola *New School* alimentam a indústria cultural, que faz uso da grande mídia e também das redes sociais para divulgação dos artistas a elas ligados. E isso é positivo, porque, dessa forma, o movimento tornou-se popular em todo o mundo. Para Tavares (2008,

p.16) “a média e a tecnologia ajudam a unir e divulgar essas culturas, a romper fronteiras”.

A *Old School* e a *New School* fazem parte da mesma “árvore” artística que é o *hip-hop*, movimento que surgiu da junção de vários estilos e gêneros artísticos. Ainda que tenha sido um gênero artístico criado por jovens da periferia, que viviam os mesmos dramas sociais como racismo, envolvimento com drogas, *gangs* etc, ele foi um movimento cultural e artístico que bebeu de várias fontes artísticas vivenciadas por essas pessoas.

O hip-hop é caracterizado por essa união. Um movimento criado por grupos de jovens da periferia, que enfrentavam problemas de preconceito racial e social; envolviam-se com drogas, *gangs* e viviam em locais sem infraestrutura, numa batalha diária em busca de mudar suas vidas. Também é uma união de várias culturas e realidades, por que o rap é a música cantada em cima da batidada DJ que traz geralmente ‘samplers’¹ de outros estilos, tais como: rock, soule ritmos latinos (Tavares, 2008, p.16).

Diferente de como afirmam alguns pesquisadores, quando se referem ao facto de a indústria cultural fazer de uma manifestação artística apenas um produto descartável, sem valor artístico, não quer dizer que a *New School* seja algo que deforme ou venha suplantar a *Old School*, pelo contrário, a *New School* colocou a *Street Dance*, através das médias, em um patamar nunca anteriormente alcançado.

Para Tavares (2008, p. 16) “o movimento *hip-hop* enche-se de culturas e influências. O público recebe as informações por meio da TV, internet, rádio e outros veículos de transmissão, alguns detêm apenas o que é transmitido, os demais vão além”.

Tavares (2008) coloca que os demais espectadores não ficam, de maneira passiva, reproduzindo o que foi aprendido através dos diversos meios de divulgação, mas vão além, criando novos estilos adaptados dos originais.

A outra questão é o facto de a *Old School* estar comprometida com os ideais da cultura *hip-hop*, não justifica que, somente por conta deste motivo, todos os trabalhos desse estilo de dança eram e continuam sendo de boa qualidade. O *underground* nunca foi, necessariamente, sinônimo de qualidade artística, o talento é, acima de tudo, o mais importante. As transformações e adaptações são acontecimentos inevitáveis em qualquer segmento artístico, independente se este segmento surgiu em uma periferia ou em locais nobres de alguma cidade, se ele é oriundo do *underground*, se foi

¹ Equipamento que consegue armazenar sons numa memória digital, e reproduzi-los posteriormente. É a manipulação de sons para se criar novas e complexas melodias ou efeitos.

fabricado pela indústria cultural, ou se teve, de imediato, total apoio de empresários e dos medias.

As transformações artísticas surgem de várias formas, tanto com o passar do tempo como por opções do artista, pois a arte é um testemunho das vivências individuais e coletivas através da criatividade, e, diante dessa realidade, o artista precisa estar conectado com o seu tempo. Isso não impede que ele também desenvolva sua arte ao referir-se a temas voltados para acontecimentos passados ou se influencie por eles, mas a conexão com o mundo em que ele vive é inevitável.

“A arte por meio de suas representações procura compreender as características próprias de um momento da sociedade e é uma forma de manifestação social. O artista usa a obra para relatar o seu momento” (Beisdort & Wandscheer, 2011, p.3). Nesse sentido, vale destacar que muitos pichadores também abandonaram essa prática restrita ao discurso social para se dedicarem à arte urbana, desenvolvendo novos estilos e com novos argumentos em suas criações artísticas. Porém, parte dos *writers* ligados ao graffiti tradicional preferiram não se envolver nessa nova realidade do pós-graffiti, Street Art,

Hip-hop.

Devido à fama que este movimento artístico atingiu, em grande parte graças à música hip-hop, deu-se uma maior divulgação e visibilidade a esta arte, o que acabou por distorcer o movimento inicial e criar novos movimentos mais ligados à cultura pop, levando alguns dos *writers* mais clássicos a distanciar-se e a manter-se fiéis às origens (Portelinha, 2013, p.60).

No entanto, a diversificação de gêneros e estilos, tanto na arte urbana como no *hip-hop*, já estavam consolidados. Diversos temas e técnicas começaram a se multiplicar nas criações da arte urbana, e com a comunicação através da Internet, o conhecimento e o intercâmbio entre os artistas urbanos possibilitaram grande popularidade. Diante dessa realidade, Portelinha (2013, p.60), afirma que, “com a globalização e o aparecimento das novas tecnologias e redes sociais, a informação começou a ser divulgada mais rapidamente, e os artistas conseguiam expor os seus trabalhos antes que as revistas e editoras tivessem tempo de os publicar”.

Na contemporaneidade, a nova realidade da arte urbana, ainda que havendo alguns preconceitos, está a consolidar-se como uma profissão artística reconhecida pela opinião pública e por críticos, principalmente quando a publicidade começou a usar a cultura *hip-hop* em seus anúncios.

Aos poucos, empresas de publicidade perceberam que o graffiti e culturas afins possuem uma estética artística muito singular, e que o público consumidor sempre gostou de novidades, principalmente o público de determinados segmentos de produtos ligados diretamente ao marketing

cultural. Segundo Almeida citado por Leandro, (2018, p. 24), “o marketing cultural é um competente instrumento de vendas, e os produtos se distinguem pela sua sensibilidade e por se destinarem quase sempre a um consumo individualizado”.

Além disso,

A arte pode alcançar um grande público de diferentes formas, já que cada pessoa tem uma formação individual, sendo assim, ela – a arte – pode ser interpretada das mais diferentes formas por cada um que estabelece um diálogo com ela, essencial para o trabalho da publicidade (Leandro, 2018, p.24).

Com o advento das novas tecnologias, as revistas especializadas perderam a sua importância, e muitas delas tiveram que encerrar as atividades. Aliado a isso, a velocidade de informação entre os artistas possibilitou, junto com o talento dos *Writers*, uma grande evolução pictórica na área da arte urbana, algo que justifica o graffiti atualmente ser uma linguagem artística reconhecida como obra de arte, e não pelo motivo desses artistas passarem a expor em galerias. Isso é uma consequência do resultado das suas obras feitas no espaço público.

3.3 Moda: da comunicação, da indústria e do self social aos movimentos culturais e da relação da humanidade com as vestimentas

Desde a pré-história, o homem já procurava destacar-se, entre os demais, como o mais forte e melhor caçador, através do uso dos adornos.

Em relação ao adorno, o homem buscou destacar-se e impor-se aos demais, com a exibição de dentes e garras de animais ferozes. Tais mostravam a bravura de quem os utilizava, e, além disso, usavam a pele de animais para cobrir o corpo com tangas e a carne animal aproveitada para alimentação (Silva, 2009, p.3).

É legítimo afirmar que desde a pré-história o homem já se comunicava através das simbologias dos adornos e indumentárias feitos com as peles de animais. Aos poucos, o homem pré-histórico começou a aperfeiçoar-se através de diversas técnicas, na tentativa de deixá-las mais flexíveis, como a mastigação ou o sovar dessas peles.

Com exceção do homem paleolítico, que usava peles de animais, e do neolítico, roupas de

algodão, apenas para a proteção do frio e do calor; os povos das primeiras civilizações do mundo grego e romano já usavam roupas que possuíam, como função, a revelação dos seus corpos, assim como para protegê-los. Nesse prisma, Brandão (2017, p. 43), afirma que “a história da representação das roupas, das primeiras civilizações ao mundo grego e romano, poderia ser percebida como um sistema de variações entre ocultar o corpo e revelá-lo, onde os tecidos aparecem (e desaparecem) sobre a pele de maneira exaustiva”.

Para alguns povos, as proteções dos corpos, através das vestimentas, ficavam em segundo plano. O que mais interessava, para essas populações, eram as ornamentações que estas vestimentas poderiam proporcionar. Uma forma de revelar-se de forma sensual, tendo as vestimentas como importantes aliadas.

Ainda em relação a vestimentas, Brandão (2017, p. 44) afirma:

O vestuário foi uma forma de ornamento, mais um atrativo sexual do que uma proteção contra o frio. Os cimbros, povos germânicos, andavam nus sobre a neve. Darwin presenteou os fueguinos, da Patagônia, com cobertores vermelhos, para que se protegessem do frio; eles, porém, os cortaram em tiras para transformá-los em ornamento - satisfeitos pela nudez, mas ambiciosos por parecer belo.

Na atualidade, a ornamentação através das vestimentas ainda é muito importante. Mesmo quando os corpos não precisam ser muitos cobertos, as indumentárias são cuidadosamente planejadas e escolhidas diante de diversas opções e tamanhos. “O mundo social é um lugar de corpos vestidos ou, no mínimo, adornados. A nudez pura e simples, sem nada que a disfarce, é quase sempre inadequada para as culturas ocidentais, mesmo em situações em que o corpo, ou parte dele, possa ser exposto” (Paixão & Sousa, 2014, p.350).

Não existe apenas um único modelo de camisolas, cuecas e calças compridas masculinas ou femininas; nem um único modelo de biquíni, tampouco um modelo universal, de fato, de trajes de banho para mulheres. Não há nenhuma espécie de roupa existente no mundo, com exceção das profissionais, que seja de um único modelo, de um único tecido, apenas com variedade de tamanho. Tudo é modificado, superado, transformado, reformado. “Na praia, na piscina, na rua ou mesmo em casa, corpos em exibição são suscetíveis de serem vestidos, logo o corpo social é sempre embelezado e decorado para dar-lhe uma certa ordenação simbólica e/ou social” (Paixão & Sousa, 2014, p.350).

Há inúmeras coleções, para todas as estações do ano, apresentadas em passarelas, para o público em geral, assim como também há coleções exclusivas para empresários dos mais variados

setores. Os formatos, os materiais, os estilos, todos esses pontos são levados em consideração com maior intensidade comparada à necessidade de cobrir os corpos. Nesse contexto, dada a importância que as roupas assumem, não é difícil notar afirmações variadas sobre o seu significado e, principalmente, sobre o facto de que elas falam ou transmitem informações a respeito dos sujeitos que as utilizam.

Todos esses fatores acontecem por causa da demanda do gosto das pessoas, assim como pelo prazer que as vestimentas lhes proporcionam, uma vez que o principal objetivo é fazer as pessoas sentirem-se bem, além da questão da autoafirmação, da comunicação ao mundo de quem elas são, e da maneira de se diferenciarem das outras pessoas ou demonstrarem a que grupos pertencem.

A roupa sempre representou um traço da individualidade. É uma forma da pessoa demonstrar que é única, que pode se diferenciar das outras em função do que usa. Através dos tempos, o traje carregou essa representação de classe, de casta social: É como se a pessoa dissesse: eu pertenço a determinada classe, a determinada casta, ao ostentar uma roupa (Monteiro, 1997, p.2).

Em diversos acontecimentos sociais, como formatura, comunhão, batizados, casamentos, entregas de prêmios etc., as pessoas costumam vestir-se a caráter para esses acontecimentos, e, muitas vezes, os convites desses eventos contêm as orientações para os convidados, sobre os estilos de roupas que eles deverão usar para estarem presentes.

Entre os preparativos de um casamento, geralmente, a noiva passa meses para escolher o vestido que irá usar na cerimônia, pois, além de toda a simbologia que esta indumentária carrega, tanto ligada aos dogmas religiosos como por convenções sociais, fica evidente a necessidade de que o modelo do vestido desejado atenda ao gosto da futura esposa, transcendendo, em muito, o objetivo de estar apenas vestida para juramento de matrimônio.

Diante do exposto, vale ressaltar que:

O vestido branco de noiva faz parte de um ritual que se tornou uma tradição e que se preserva por gerações. Quando a rainha Vitória da Inglaterra casou com seu primo, o príncipe Albert, em 1840, ela lançou o vestido de noiva branco como símbolo de status, pois o tecido branco era uma cor cara e de difícil manutenção em 1840 (Mackenzie, 2010, p. 49).

As religiões que sempre fizeram uso de diversos simbolismos também usaram diversas

vestimentas para significar situações na sociedade, como mensagem para os seus fiéis. Para Andrade (2013, p. 74), “do ponto de vista católico, entende-se que o vestido de noiva busca uma aproximação com a Virgem Maria, mãe de Jesus Cristo e Santa do cultocristão”. Assim, torna-se claro que o objetivo maior é fortalecer o que era entendido como puro e também o cuidado com a virgindade, um princípio a ser seguido pelas mulheres, moças de família.

Na moda evangélica, em algumas igrejas, os princípios religiosos estão claramente demonstrados nas vestimentas femininas. Não há espaço para semelhança com a moda masculina, e há, claramente, uma distinção ao comparar com a moda feminina em geral.

É legítimo observar que a moda feminina, em geral, tem uma infinidade de opções voltadas para seu universo, além de criações inspiradas no âmbito masculino. No entanto, a estética da moda feminina de algumas igrejas evangélicas não está livre de se sobrepor aos preceitos da religião, muito pelo contrário, ela é regida por esses preceitos através de pontos cruciais como a distinção do masculino, a discrição e a modéstia. Sendo assim, as vestimentas evangélicas servem como mensagem comunicacional da sua fé e religião para a sociedade e empatia entre seus pares; e a modéstia é um símbolo catalisador para a paz espiritual, e a de não chamar a atenção para o que não é apropriado, conforme citado abaixo:

A modéstia constitui a principal ferramenta semiótica pela qual a mulher evangélica pode comunicar ao outro sua identidade religiosa. Essa categoria foi frequentemente citada nos discursos dos informantes e é também amplamente abordada em conteúdos evangélicos disponíveis em mídias impressas e digitais (sobretudo blogs, grupos de discussão e redes sociais). Emlinhas gerais, exponho que este termo é entendido pelos evangélicos como a atitude de não chamar a atenção para aquilo que não convém. Modéstia na cultura protestante seria o bom senso, uma recusa a ultrapassar os limites, uma reserva apropriada (Gonçalo, 2016, p.4).

A modéstia é o ponto mais importante na estética das vestimentas femininas de algumas igrejas protestantes, pois, inspiradas na Bíblia Sagrada, no texto intitulado “*os deveres das mulheres cristãs*”, localizado no livro de 1ª Timóteo, capítulo 2, versos 9 a 15:

9- Que do mesmo modo as mulheres se ataviem em traje honesto, com pudor e modéstia, não com tranças, ou com ouro, ou pérolas, ou vestidos preciosos, 10- Mas (como convém a mulheres que fazem profissão de servir a Deus) com boas obras.

- 11- A mulher aprenda em silêncio, com toda a sujeição.
- 12- Não permito, porém, que a mulher ensine, nem use de autoridade sobre o marido, mas que esteja em silêncio.
- 13- Porque primeiro foi formado Adão, depois Eva.
- 14- E Adão não foi enganado, mas a mulher, sendo enganada, caiu em transgressão.
- 15- Salvar-se-á, porém, dando à luz filhos, se permanecer com modéstia na fé, no amor e na santificação.

Ao mesmo tempo, as vestimentas femininas de algumas igrejas protestantes servem como um referencial simbólico de apoio estético de fortalecimento psicológico e espiritual durante a pregação da palavra de Deus. “A modéstia tal como entendida por Paulo continua proeminente no imaginário protestante. Pudor e modéstia, conforme citados na escritura bíblica, estão para os evangélicos diretamente associados à decência e ao autocontrole” (Gonçalo, 2016, p.5). As roupas das mulheres evangélicas têm, em si, a maior preocupação de conter quaisquer indícios que despertem a sensualidade na exclusão de adornos e com a exclusiva demonstração pela fé.

3.3.1 A Indústria da Moda

Através de inúmeras medidas, juntamente com a extinção de limites geográficos, o capitalismo teve como grande meta a produção de diversas mercadorias a preços baixos. Nesse sentido, Endel (1982, p.219) afirma que “a produção em massa, a baixo preço, viabilizada pela grande indústria capitalista, foi o instrumento mais importante desse processo”.

No caso da história da moda, a compra através de crédito, juntamente com os meios de comunicação, foram as molas propulsoras para a popularidade de tendências, instigando os desejos relacionados às vestimentas para todas as massas. Com a publicidade, a moda, a média de massa e, principalmente, “[...] com o crédito, tornou-se possível satisfazer imediatamente todos os desejos” (Lipovetsky, 2005, p.64), isto é, compra-se agora e paga-se depois.

A indústria da moda também se apropria de diversos segmentos, tanto no estilo futurista, épocas retrô, naturalista e nas vestimentas criadas pelos próprios consumidores, a resultar em diversas outras modas, inclusive na moda de rua.

É importante acrescentar que a indústria da moda procura, cada vez mais, acompanhar os interesses dos indivíduos em sociedade; não somente como consumidor, mas como fonte de

inspiração para lançamentos de coleções e tendências. Sendo assim,

As constantes mudanças de gostos pessoais, o aumento do conhecimento do homem acerca do seu meio envolvente, as novas condições econômicas de um país, entre outros factores, proporcionam novas ideias de desenvolvimento e produção de bens de consumo por parte de empresas, *designers* ou simples curiosos, é desta forma que o planeta mantém a sua órbita sustentada pelas necessidades e desejos de consumo das pessoas (Mendes, 2013, p.69).

Com o passar do tempo, os estilos de vestimentas femininas dialogam entre si, e o grande impulso desse acontecimento é a indústria da moda, que trabalha com tendências e “ondas” que, por sua vez, são apresentadas às elites consumidoras, independentes de grupos e subgrupos, e que depois esses estilos se tornam tendência para as massas. Muitas vezes, acontece de forma contrária, onde a moda de rua, através das indústrias da moda, passa a influenciar as elites como tendências ou apenas como uma “onda passageira”.

A indumentária necessita de renovação para manter-se tendência. Permeados pela mudança, são justamente os modismos lançados a cada estação que permitem a sobrevivência da moda. As tendências são constituídas por dois tipos de modismos: a mania e a onda.

A indústria da moda é aberta a todos os dogmas sociais, e, ao mesmo tempo, ela não está presa a nenhum deles. É notório observar que a moda é um agente sociocultural que tem vínculos com a criação, imitação, retrocesso e modernidade. Tudo pode ser inspiração para essa indústria. Além da moda ser também uma profissão artística, ela é negócio, veículo de comunicação, ideologia e política.

A moda é um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, que integra o simples uso das roupas no dia-a-dia a um contexto maior, político, social, sociológico. Você pode enxergar a moda naquilo que escolhe de manhã para vestir, no *look* de um punk, de um skatista e de um pop star, nas passarelas do Brasil e do mundo, nas revistas e até mesmo no terno que veste um político ou no vestido da sua avó. Moda não é só ‘estar na moda’. Moda é muito mais do que a roupa (Palomino, 2002, p. 2).

A palavra “moda”, vem do latim *modus*, que significa modo, maneira; e essa maneira está ligada a vários campos da sociedade. Segundo o dicionário, moda significa “uso, hábito, ou forma de agir; característica de determinado meio ou época, uso corrente; prática generalizada; conjunto das principais ditadas pelos profissionais da alta-costura cabeleireiros e estilistas” (Dicionário da Língua

Portuguesa, 2009, p.564).

Além da maneira de vestir-se, é também nos acessórios, nos cortes de cabelo, no comportamento, nas linguagens verbais e gestuais etc., a moda é um dispositivo social que se multiplica em cada situação e formas, a operar nos mais variados momentos da sociedade; e acontece sob diversas influências, seja de forma natural, inconsciente ou através de pesquisas e lançamentos de tendências, de coleções criadas por profissionais da área.

É legítimo afirmar que a moda é um indicativo cultural, muitas vezes cíclico, de épocas em épocas e dos costumes de uma sociedade. As criações da indústria da moda acontecem, na maioria das vezes, baseadas em adaptações, inclusões e exclusões das vestimentas anteriormente lançadas.

Há uma completa relatividade no mundo da indústria da moda, e esse é o grande fator que faz dela, também, um indicativo mutante da sociedade e de grandes lucros, por renovar-se e ter opções para todos os gostos, e, conseqüentemente, ser um objeto de comunicação para diversos fins, pois a moda não está somente ligada a vestimentas, mas também a diversos campos da sociedade, como, por exemplo, na arquitetura, nos móveis, na música, no cinema, no teatro, na literatura, nos idiomas e até mesmo nos nomes de pessoas.

É legítimo afirmar que a moda também é um indicativo do comportamento social, tendo em vista que:

Sendo a moda determinado uso ou costume em vigor durante alguma época, a história da moda é um livro por meio do qual se pode acompanhar a evolução da humanidade no tempo e no espaço. Períodos de guerra, recessão, riquezas, medos e alegrias, tudo é identificado por meio da análise da indumentária (Stefani, 2005, p.11).

A moda sempre esteve em todos os períodos históricos. Ela não é algo recente e nem mesmo algo que se encerra nas vestimentas e adornos sobre corpos. Nessa perspectiva, Santella, (2004, p.115) afirma que:

Poucos fenômenos exibem, tanto quanto a moda, o entrelaçamento indissolúvel das esferas do econômico, social, cultural, organizacional, técnico e estético [...]. Não há moda em um mundo em que as coisas duram, permanecem estáveis, envoltas na aura sagrada de um tempo que parece não passar.

A moda não está apenas como algo consumível, mas para a compreensão de acontecimentos históricos de toda a humanidade. É um retrato da sociedade, e não há nada que aconteça no âmbito

social, que não possa ser retratado através dela, e as transformações nos aspetos da indústria da moda sofreram transformações e a economia acompanha as mudanças do tempo.

Vivemos no mundo das novas tecnologias, e a indústria da moda não se manteve distante dessa realidade. No entanto, existem diversas formas de comercialização no universo da indústria da moda. Uma das formas é através da violação de direitos autorais, que se tornou uma das maiores causas de opiniões controversas entre especialistas: a pirataria. Nesse aspecto, é necessário entender que:

A propriedade intelectual, quando inserida no contexto da indústria da moda, assume uma configuração específica no ciclo da inovação - fenómeno conhecido como paradoxo da pirataria, que impulsiona a volatilidade e a ampla disseminação de cópias no setor, ao mesmo tempo que o mantém vibrante e altamente competitivo (Souza & Oliveira, 2020, p.3).

A pirataria que consiste no acto de copiar, vender ou reproduzir produtos alheios, sem respeitar os direitos autorais, em qualquer área da economia, é algo prejudicial, principalmente para as empresas legalizadas que pagam os seus encargos públicos e demais custos. “A discussão do tema, nesse sentido, torna-se cada vez mais relevante, por abordar o processo criativo de forma singular e apresentar controversos mecanismos de inserção no regime da propriedade intelectual” (Souza & Oliveira, 2020, p.3).

No entanto, quando se refere à indústria da moda, existem questões específicas relacionadas às vestimentas. Nesta perspetiva, Sales (2010, p.34) afirma que:

A cópia não é considerada algo ilícito na moda, mas sim um ato natural dado à natureza do produto, já que a roupa é um elemento básico e utilitário da cultura humana, não podendo, portanto, haver controle e patente sobre cada modelo inventado. Ou seja, tudo é utilitário e não é coberto pelo *copyright*.

Como exemplo, Sales (2010) ainda cita os modelos da alta-costura que, logo que são lançados, são copiados pelas marcas populares, que adaptam o modelo ao gosto e bolso dos seus clientes, com o objetivo de seguir o que chamam de tendências. Na moda, a lei só protege a marca e não o produto. E com o grande advento das novas tecnologias da comunicação, ficou muito mais fácil piratear lançamentos feitos por grandes marcas.

O comércio e a indústria de pirataria se beneficiam com as informações a respeito de diversos

modelos e tendências criados por estilistas, além da própria indústria da moda vir, por décadas, a ser favorecida com as novas tecnologias da comunicação, como a internet. Diante dessa realidade, é importante ressaltar que:

A Internet, a partir dos anos 2000, mudou substancialmente as formas de difundir a moda e a imagem. Avanços tecnológicos na qualidade das imagens permitem que compradores on-line percebam detalhes de como são fabricadas as peças, tecido, modelagem, possibilitando adquirir produtos a preços às vezes bastante competitivos (Cardoso, 2019, p.56).

A agilidade nas compras de matérias-primas, como tecidos, linhas, botões e maquinários, para a fabricação de roupas e demais acessórios, e o surgimento de novos campos profissionais em diversos segmentos, tudo isto veio facilitar o aumento de uma indústria que cresce a cada ano, que arrecada bilhões de dólares.

Curiel e Ferreira (2017, p.254), citados por Cardoso (2019, p.56) afirmam que “Moda e Comunicação alimentam-se reciprocamente e não há moda sem comunicação, tampouco há comunicação que rejeite a moda como motor econômico, de publicidade, de atualidade e de interesse do público”. Diante desta realidade, o cliente sempre ganha, pois, pela variedade que ele tem ao seu dispor, terá facilidade de acesso a diversas marcas, através de *sites*, *blogs* e redes sociais.

3.3.2 A moda e seus signos

A sociedade é dinâmica, e o desejo de consumo, a procura constante por novidades e a vontade de se comunicar em sociedade, através da linguagem dos signos, perpassa por gerações, e, nesse processo, a roupa é um instrumento de comunicação entre os indivíduos; uma espécie de recado dos anseios ou de afirmação e autoafirmação.

Um exemplo de comunicação através de significados na moda foram as ombreiras masculinas, que são oriundas dos uniformes das tropas militares que influenciaram as vestimentas femininas nos anos 1980, que tinham o objetivo proporcionar, às mulheres, um sentido de empoderamento.

As ombreiras são uma parte do vestuário, que, revestida com uma camada de espuma, servia para dar destaque à região dos ombros, e foi muito usada pelas mulheres em jaquetas, *blazers* e *tailleurs*. Elas ganharam força através da ministra Margaret Thatcher, uma pessoa de destaque mundial, que as usava frequentemente em seus *tailleurs*.

Neste contexto histórico, Margareth Thatcher torna-se a primeira mulher a ser primeira-ministra do Reino Unido e adota como marca registrada em sua vestimenta, mas que, desta vez, chamam a atenção para uma parte do corpo ainda pouco explorada pela moda feminina: os ombros. Levemente marcados pela moda durante a guerra, rememorada pelo smoking, vestimenta emprestada do guarda-roupa masculino, de Yves Saint Laurent nos anos 60, aparece de forma expressiva na década de 80, proporcionando uma modificação visualmente perceptível na silhueta feminina (Perez & Cursino, 2013 p.23).

E não demorou muito para que diversas mulheres famosas, no decorrer dos anos 1980, do século XX, como modelos, cantoras e atrizes, passassem a usar diversos formatos de vestimentas com ombreiras. Com esse acontecimento, a comunicação a respeito da autoafirmação feminina, nessa década, através de mais uma vestimenta, estava consolidada, conseqüentemente, através dos estilistas e das mídias, que influenciaram muitas mulheres, independente de classe social.

A moda das ombreiras naquela época fez muito sucesso, e elas foram exploradas até em camisas de dormir e vestidos. Além de blazers, tailleur e outras vestimentas, todas com ombreiras, tornaram-se consumo das massas. Vários estilistas lançaram coleções femininas dos mais variados formatos, onde o ponto em comum eram as ombreiras. “Essa modificação, portanto, no vestir feminino foi absorvida pelos estilistas e pelas grandes marcas, e as imagens que ligavam o poder ao uso de roupas com ombreiras começaram a emergir nos mais variados meios” (Perez & Cursino, 2013 p.25). No entanto, a referência de empoderamento feminino através das vestes nos anos 80, do século XX, não ficou ligada somente às ombreiras. Os cortes de cabelo masculinizados, o uso de calças compridas e as fotos de modelos com posturas masculinas também fizeram parte de inúmeras revistas de moda em que se divulgava coleções de diversos estilistas inspirados nesse conceito. O conceito de Coco Chanel estava presente diretamente naquela década.

Diante disso, Abdala e Mendonça (2009, p.02) asseveram que:

O ser humano sempre buscou dotar de algum sentido tudo que o rodeia e, assim sendo, suas roupas e a forma pela qual as compõe sinalizam aspectos psicológicos e filosóficos do seu caráter. Sob esse prisma, o vestuário do indivíduo pode ser considerado a transcrição de uma linguagem simbólica, um código descrito cuja significação seria, em parte, compartilhada por uma cultura. A composição indumentária é, sem dúvida, um reflexo daquilo que somos, pensamos, acreditamos. Lembrando que a palavra ‘persona’, em sua acepção primeira, carrega em seu bojo o sentido de ‘máscara’, parece incontestável que cada um está, consciente ou inconscientemente, representando um papel na sociedade.

Quando o indivíduo se veste, ele está, de certa forma, a revelar-se através de diversos significados que estão sobre o seu corpo. Adornos, camisolas, calças compridas, saias, sapatos, relógios, pulseiras; todos esses elementos – a depender dos seus formatos, estilos, material e preços – revelam o que ele é, o que pensa e o que deseja.

Posto isto, o corpo, necessariamente, possui uma função: a de dar significância aos sujeitos, localizá-los simbolicamente enquanto personas culturais através da fruição plástico-estética, engendrando relações entre a forma e o conceito de acordo com as dinâmicas entre significado e significante. Lê-se com isto os processos mentais das relações das subjetividades criadoras da identidade (Abdala & Mendonça, 2009, p.02).

Muitas vezes, os acontecimentos históricos influenciam os *designs* de moda e, por consequências, surgem novas tendências e estilos e as necessidades do indivíduo servem como inspiração. Um grande exemplo foi o estilista Paul Poiret.

Poiret continuou criando tendências e inspirando pessoas, mas com a chegada da Primeira Guerra Mundial e o fim da Belle Époque, o costureiro serviu ao exército. Após a guerra, o estilo do Art Nouveau dá lugar ao Art Déco, negando os exageros do antecessor e se adaptando às necessidades mais práticas que a década de 1920 exigia. Outras tendências vanguardistas surgidas no começo do século XX, como o fauvismo, cubismo e pósimpressionismo também contribuíram nesse quadro.

A respeito de Paul Poiret, Lima (2019, p.12) afirma que:

O seu estilo passou por diversas mudanças, como era comum a qualquer artista que procurava se desenvolver, e as suas principais criações vieram a partir de 1910. Com linhas mais retas, cintura alta e a supressão do espartilho, símbolo da sensualidade feminina e que causou polêmica, mas que essas mudanças acabaram sendo bem-vindas pelas mulheres e logo assimiladas por outros grandes costureiros.

Coco Chanel, além de inovadora, deu continuidade às ideias de Poiret, no sentido de conservar as levezas das suas criações e desprezar os espartilhos para a demarcação do corpo da mulher. No entanto, a estilista foi além da concessão de libertação das vestimentas femininas, ao criar novos significados de liberdade para as roupas do universo feminino, ao lançar mão de tecidos mais acessíveis e da adaptação de roupas masculinas com muita praticidade, sem comprometer a feminilidade.

Durante a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), com a escassez de mão de obra masculina na indústria bélica, Chanel passou a desenhar macacões e roupas que davam mais liberdade às mulheres. A estilista viu grande oportunidade de facilitar a vida das mulheres da sua época através de criações que as libertavam de vestimentas que condiziam com os preceitos sociais. Chapéus e tecidos pesados não estavam na lista de criações de Coco Chanel.

A estilista criou roupas não apenas leves, como o fez Paul Poiret, mas também com tecidos baratos e populares, a unir, em um só gosto, mulheres de classes sociais opostas, a exemplo de pobres e ricas. Ela inovou com roupas masculinas moldadas para o universo feminino, o que eliminava as fronteiras para as mulheres que só poderiam usar roupas tradicionalmente femininas.

Isso não significa que, antes de Coco Chanel, alguma mulher não tivesse usado calças masculinas, porém eram casos isolados. No entanto, a estilista fez, dessa vestimenta, um costume, uma tendência que prevalece até aos dias de hoje. Além disso, ela contribuiu para o uso feminino de coletes e gravatas e acrescentou acessórios para a composição do *look*. Outra contribuição importante foi o corte de cabelo curto, denominado Chanel, em sua homenagem.

A moda contribui na identificação de grupos, subgrupos e também do indivíduo. Através da indumentária, o indivíduo tem a possibilidade de diferenciar-se do mundo “normal” e das pessoas “normais”.

Diante disso, vale ressaltar que:

A indumentária é uma extensão do corpo. Nessa perspectiva, o corpo é modificado e remasterizado por sinais culturais que o vestem e as marcas corporais representam, interferindo nas relações do sujeito e revelando traços culturais. Moda e indumentária estruturam-se por sistema de signos visuais que geram significados, portanto, são comunicação. (Cordeiro, 2008, p.2).

É possível perceber qual a camada da sociedade a que um indivíduo pertence, o seu nível cultural, a sua visão de mundo, e, por muitas vezes, a sua profissão; tudo através das suas vestes.

É claro que a roupa serve principalmente para nos cobrirmos com ela. Mas basta uma alta-análise honesta, mesmo breve, para verificarmos que, no nosso vestuário, o que serve realmente para cobrir (para proteger do calor ou do frio e para ocultar a nudez que a opinião pública considera vergonhosa) não supera os cinquenta por cento do conjunto (Eco, 1982, p.7).

Seria inconveniente para o indivíduo que precisasse ir a um consultório, para uma consulta, e encontrar um médico vestido com trajes ao estilo *Punk*, ou seja, com jaquetas pretas de couros, com tarraxas de metal, corte de cabelo estilo moicano, calças jeans esfarrapadas, calçado com botas estilo tropas do exército; ao invés desse profissional estar a trajar uma bata branca.

Da mesma forma, seria estranho uma equipa de futebol a jogar uma partida com todos vestidos com factos, ou ainda uma noiva de biquíni a casar-se dentro de uma igreja católica. Tudo isso seria muito estranho, uma vez que existem, através das vestimentas, diversos significados baseados em tradições sociais e dogmas religiosos.

As pessoas são condicionadas a usarem roupas adequadas para cada ocasião em sociedade, mas, não quer dizer que, nesses condicionamentos, não existam flexibilidades, e essa flexibilidade pode dar-se por parte do próprio indivíduo ou incentivo da moda. Assim, o indivíduo tem a possibilidade de diferenciar-se e mostrar-se como único ou pertencente a um grupo ou subgrupo.

Até mesmo a moda, que sempre se renova e apresenta tendências, está condicionada a determinadas normas sociais. Os estilistas, dificilmente, irão apresentar propostas para substituir as batas dos médicos, uniformes de bombeiros e de outros profissionais, simplesmente por preferirem apresentar novas tendências. Ainda que sejam roupas profissionais, muitas são modificadas, mas dentro de limites, dentro de um certo condicionamento, onde são levados vários fatores em consideração, como formatos e cores que significam seriedade, autoridade, ordem, segurança e higiene.

No entanto, a indústria da moda pode inspirar-se nesses uniformes e criar novas coleções para serem usadas diariamente por qualquer pessoa que se identifique com ela. Diante disso, Stefani (2005, p.11) afirma que:

A moda é intrínseca à vida de toda a sociedade. Mesmo aqueles que dizem não se importar com o que vestem acabam, de alguma forma, sujeitos às variações dos modismos. Afinal de contas, moda não é apenas vestir, é um conjunto de informações que orientam costumes e comportamentos e variam no tempo e na sociedade.

É importante considerar que todos os períodos das sociedades são refletidos através das vestimentas dos indivíduos. Nelas, existem um discurso voluntário ou involuntário, uma outra forma de comunicação, uma espécie de comunhão, tanto na riqueza como na pobreza. Para Marioti & Doval (2002, p. 8), “a moda opera no sentido de construir aparências, mesmo que, com a ruína das fronteiras e a aproximação das sociedades, elas não sejam tão distintas”.

Ainda que seja algo totalmente oposto à atual realidade, a indústria da moda, através da

publicidade, vende a ideia do indivíduo único, por usar determinada vestimenta, em uma contemporaneidade, onde o que mais prevalece é o consumismo através do descartável. Mesmo assim, não se quer dizer que é impossível o indivíduo ser autêntico diante desta realidade.

Os estilos, as cores, os materiais existentes para o indivíduo escolher por sentir o desejo de comunicar-se através do seu corpo, de compor significados, através desses significantes, para a composição da sua personalidade é possibilitar, a ele mesmo, a condição de fazer-se notar.

A indumentária, em um primeiro momento, e a moda, compreendida como sistema complexo que envolve a trilogia criação-produção-consumo, são idealizadas como respostas estéticas às necessidades e demandas sociais, assim como considerações psicológicas de satisfação individual e coletiva (Nascimento, 2016, p.03).

Decerto que não é de uma forma tão exata, mas é notório que a roupa costuma denunciar até mesmo o estado de espírito do indivíduo, pois o vestuário reúne diversos significados social e pessoal.

Para Saussure (1974, pp.65-67), “o signo é composto por duas partes: significante e significado. O significante é a parte física do signo e o significado é o conceito mental do significante.” O conceito de Saussure pode muito bem ser utilizado para as indumentárias, tendo em vista que as roupas são também um sistema de imagens. “Tecidos, roupas e acessórios podem ser considerados signos, esses itens representam ou substituem algo. A forma como é usada uma roupa ou acessório pode significar um conceito” (Cordeiro, 2008, p.2).

A moda assume assim diversos papéis de significados e significantes na sociedade inspirados no comportamento do indivíduo, e, dessa forma, criam-se coleções baseadas nesses comportamentos. Por isso, é necessário entender e perceber que:

O vestuário é comunicação. E a observação poderia manter-se a nível de uma banalidade razoável de que os utentes do sexo feminino já desde há muito tiveram uma industriosa consciência, assim como os zoólogos já não espantam ninguém quando explicam a função atrativa de que se revestem as plumagens e as cores dos fatos, no âmbito duma naturalíssima dialética dos sexos (Eco, 1982, p.7).

As indumentárias, caso tivessem, apenas para o indivíduo, a função de protegê-lo contra as intempéries do tempo, seriam consumidas em menores escalas, e bastaria apenas uma maior resistência em sua composição, sem a necessidade de possuir diversas formas, modelos de roupas e cores variadas; conseqüentemente, a indústria da moda praticamente não existiria ou não teria tanto

lucro, muito menos grandes investimentos.

3.3.3 A Identidade *self*

A noção de si mesmo, do autorreconhecimento que é o *self*, envolve outros pontos em sua formação. “A formação do self não é algo simples, ele é composto por: autoconceito, autoestima e o self social” (Reis Junior & Andrade, 2019, p.203). Todo indivíduo tem um conceito a respeito de si mesmo, ou seja, um autoconceito constituído por crenças e através do convívio social.

“O autoconceito é aquilo que respondemos à pergunta: quem sou eu? É aquilo que sabemos sobre nós” (Reis Junior & Andrade, 2019, p.203). As conclusões que o indivíduo tem a respeito dele mesmo, o quanto ele é atencioso com as pessoas, pontual com os compromissos ou ser uma pessoa solidária pertencem ao autoconceito, ou seja, o que ele é, quem ele foi e o que ele poderá ser. Esse indivíduo, passa a conhecer-se na medida em que ele passa a observar-se.

No entanto, o autoconhecimento na vida do indivíduo é contínuo, e, com o passar do tempo, ele vai analisar-se e também receber diversas influências para essa avaliação, inclusive através da observação das outras pessoas para a construção do autoconceito.

O autoconceito pode ser definido de uma forma simples, como a percepção que o indivíduo tem de si próprio e o conceito que, devido a isso, forma de si. Aceita-se que há quatro tipos de influências que ajudam a construir o autoconceito. Uma delas, o modo como as outras pessoas observam um indivíduo (Serra, 1988, p. 101).

Tudo isso acontece através da interação social, dos grupos em que esse indivíduo faz parte. A partir da conclusão que o indivíduo possui a respeito de si mesmo, ou seja, o autoconceito, essa realidade poderá resultar na quantidade do grau da sua autoestima, que é a distância existente entre o que o indivíduo acredita ser e o que ele gostaria de tornar-se como pessoa.

Se o indivíduo acreditar que essa distância é algo que será difícil de superar para atingir o ego ideal, sua autoestima possivelmente será baixa. “A autoestima é uma avaliação (afetiva) que fazemos de nós mesmos, nosso próprio senso de valor” (Reis Junior & Andrade, 2019, p. 203). Se o desejo que o indivíduo possui de tornar-se alguém que ele tanto ambiciona não passar apenas de um sonho que ele não acredita que será realizado, isso poderá levá-lo a uma frustração, a uma baixa, ou nenhuma, autoestima.

Nesse sentido, Lawrence (2006) afirma que “o autoconhecimento, é a imagem que temos de nós, ou seja, o que somos; o ego ideal é o que gostaríamos de ser, isto é, o nosso ideal; e a autoestima é a distância que existe entre o que somos e o que gostaríamos de ser e o que sentimos relativamente a

essa distância” (*apud* Laurent, 2015, p. 3).

O indivíduo costuma pensar muito sobre ele mesmo, através de um processo de autoavaliação, e a autoestima traduz o quanto o indivíduo gosta de si próprio. Nesse sentido,

A identificação que o indivíduo estabelece com o mundo exterior interfere na formação de sua autoestima. Quando nasce, suas necessidades são satisfeitas sem que haja, por parte dele, a percepção do outro. A sensação de conforto e de bem-estar parecem vir dele mesmo, como se fossem sua extensão. Conforme cresce e adquire maturação física e emocional, o mundo exterior vai se tornando distinguível (Schultheisz & Arole, 2013, p.3).

Com o passar do tempo, essa diferenciação passa a ser uma realidade para esse indivíduo, e ele passa a ter consciência da existência do seu “eu” e os “eus” dos outros, e, além dessa realidade, existe o mundo externo que ele passa a interagir diariamente. Então, o indivíduo começa a perceber as diferenciações entre o seu “eu”, que é o ego, os “eus” das outras pessoas e o mundo em geral. Dar importância à forma como somos vistos por outras pessoas é algo natural.

O indivíduo é um ser social, e ele sempre estará envolvido nessa realidade, e a autoestima é algo muito importante no comportamento do indivíduo, assim como as vestimentas e os acessórios estão sempre presentes na argumentação, além do seu comportamento, da sua fala, dos seus gestos, juntamente com os demais elementos que estão ligados à realização do *self*, que é a noção que o indivíduo tem de si mesmo.

Segundo Reis Junior e Andrade (2019, p.203), “o *self* é um dos temas mais estudados pela psicologia social, pois é considerado um dos aspectos mais importantes sobre cada pessoa”, e a moda contribui, tanto na criação do *self* de cada indivíduo como para a sua expressão durante o *self* social, a servir como um elo entre ele e suas indumentárias e acessórios num processo de comunicação além da forma verbal.

Assim, os vestuários multiplicam-se, diversificam-se de acordo com os grupos a que ele pertence, decide ou precisa fazer parte; e, para esse objetivo, o indivíduo veste-se de acordo com cada um desses grupos.

As palavras, as ações e as demais formas de comunicar informações, incluindo vestimenta e acessórios, precisam ser escolhidas e coordenadas de acordo com o público com quem se interage e as falhas no gerenciamento da impressão criam rupturas no grupo e nas relações sociais, que ameaçam a integridade social do sujeito (Reis Junior & Andrade, 2019, p.204).

Se este indivíduo é um professor, ele possui uma determinada postura na sala de aula para com seus alunos; diante de um grupo de amigos, ele terá uma posição descontraída, diferente da que adota com os colegas de trabalho, que, certamente, possuirá uma postura mais séria. Essas múltiplas posturas, são os *selfs* sociais que todo indivíduo possui em cada grupo social a que pertence e as suas indumentárias participam desse processo.

“O *self* social diz respeito aos papéis que desempenhamos nos vários grupos dos quais fazemos parte. Portanto, o *self* é influenciado de forma permanente pela sociedade que nos rodeia” (Reis Junior & Andrade, 2019, p.203). As influências que o indivíduo recebe através das observações das pessoas não possuem o mesmo grau de importância para ele, pois isso acontece de acordo com o tipo de relação que o indivíduo possui com cada uma delas ou grupo em sociedade. No entanto,

É interessante lembrar que a influência social é um processo, uma via de mão dupla, em que há atividade, ativa ou passiva, das duas partes envolvidas, mesmo que ambas não estejam totalmente conscientes disso. É o contexto em que ocorre a influência é condicionante para sua efetividade (Luz, 2019, p.19).

O desejo de vestir-se comporta diversos significados, desde o gosto do indivíduo e, conseqüentemente, de ser aceito em grupos sociais ou ainda de influenciar esses grupos.

A aparência é o desejo de mostrar-se similar a um modelo desejável (parecer) e, sobretudo, de manifestar-se diante do outro (aparecer). Funciona como uma camuflagem ou maneira superficial de apresentar-se publicamente, parecendo verdadeira ou ocultando a essência do ser sob essa camada externa (Stefani, 2005, p. 70).

Esse gosto é constituído, em parte, pela cultura do indivíduo, que abrange valores e crenças através de um conjunto de símbolos. “A cultura é um conceito que assenta em alguns pontos fundamentais: é um conjunto de símbolos, valores, concepções de vida e do mundo que estruturam e possibilitam a comunicação humana” (Brancons, 2018, p. 13).

É notório observar que a roupa está inserida nesse processo de crenças e valores, representações das coletividades sociais e na individualidade de cada indivíduo. Essa individualidade está ligada à identidade e ao seu *self* desenvolvido através de diversas formas de comunicação, sejam elas verbais ou não-verbais, independente de possuir consciência, ou não, desse facto.

Cada indivíduo, ao nascer, segundo Strey (2002, p.59), “encontra-se num sistema social criado

através de gerações já existentes e que é assimilado por meio de inter-relações sociais”. Diante desse facto, a comunicação sempre foi primordial nessa inter-relação social para a vida do indivíduo em sociedade, pois viver em sociedade requer que o indivíduo participe de diversos grupos sociais diferentes e comunique-se nas mais diferentes formas.

A moda, através das vestimentas, sugere diversas opções na contribuição daquilo que é primordial no processo da autopercepção, e, conseqüentemente, no que ele deseja demonstrar enquanto indivíduo para as demais pessoas. Dessa forma,

De maneira resumida podemos dizer que a personalidade, a auto percepção, as pessoas com quem nos relacionamos e como nos relacionamos com elas são os principais fatores que impactam nossa relação com a moda, nossas decisões de compra e a forma como nos apresentamos para o mundo (Blaso, 2018, p.6).

O indivíduo, a querer ou não, estará sempre ligado às novidades apresentadas pela moda, através de tendências exibidas em coleções. Não há como o indivíduo ser indiferente na hora de escolher uma roupa; a necessidade da aparência e da carência de proteção do frio ou do calor, além das questões de pudor são sempre pensadas antes de escolher uma roupa. É impossível ele não levar em consideração o seu gosto pessoal, baseado no estilo que lhe faça bem, e, mesmo inconsciente, passar o seu “estilo pessoal” enquanto vestimenta para os outros.

“Nesse sentido, a moda pode se associar aos conceitos de self e identidade da psicologia social para investigar como a moda auxilia o processo de gerenciamento de impressão, uma vez que ele é feito também de forma não-verbal” (Reis Junior & Andrade, 2019, p.204). Ela actua sempre com a persuasão, através de novas tendências e “ondas”, com a argumentação de que o indivíduo “bem-vestido” possuirá as melhores interações nos ambientes sociais. Além disso, a moda também está sempre atenta ao comportamento do indivíduo em sociedade. Essa indústria, ao mesmo tempo que influencia a sociedade, esta sociedade é também influenciada por ela.

Consoante a isso, Reis Junior e Andrade (2019, p.205) afirmam:

Outra faceta importante da relação atitude-comportamento é que, ao investigar uma atitude muito específica, ela pode ser uma boa preditiva de um comportamento. Por exemplo, se eu investigar se os participantes de uma pesquisa de mercado têm atitude favorável ao uso de tecidos ecologicamente corretos, o designer de moda terá maiores chances de sucesso na sua coleção se utilizar esses tecidos, pois os consumidores tenderão a comprar roupas que utilizem estes produtos.

É notório observar que a indústria da moda está ligada aos diversos fatores do comportamento sociocultural, para melhor desenvolvimento das suas vendas, e a autoestima está completamente ligada ao consumo do indivíduo em sociedade, pois, além do gosto pessoal, o desejo da comunicação não-verbal, o efeito holofote, é também algo crucial nesse processo. “A autoestima é, certamente, algo que chama mais atenção nos estudos sobre o self – boa parte dos comportamentos humanos acontece para que haja manutenção da nossa autoestima” (Wicklund & Gollwitzer (1981), citado em Reis Junior & Andrade, (2019, p. 204).

Existem dois pontos importantes para que o *self* tenha uma ligação direta com a moda, que é o efeito holofote e o gerenciamento da impressão. O efeito holofote é quando o indivíduo acredita que as pessoas estão todas a prestar atenção nele mais do que realmente estão. Reis Junior e Andrade, (2019, p.204), afirmam que o primeiro diz respeito ao facto de estarmos preocupados com a impressão que causamos nos outros e a tendência de achar que estamos sendo mais observados do que realmente estamos.

Diante desta afirmativa, os indivíduos atuam de acordo com o seu bem-estar interior, e de como ele percebe a importância da opinião das pessoas. Esse bem-estar é resultado da aceitação desse indivíduo na sociedade.

No entanto, Aronson, Wilson e Akert (2002,p.84), citados por Reis Junior e Andrade (2019, p.204), afirmam que o segundo, ou seja, o gerenciamento da impressão fala sobre a forma como a apresentação que o sujeito faz de si mesmo pode ser planejada e manipulada para causar a impressão desejada nos espectadores. Esta manipulação, ou planejamento pessoal, passa pelo processo das vestimentas e adornos, além da forma de comunicar-se, de comportar-se e das escolhas de pessoas para convívio e profissão.

3.3.4 A moda como comunicação através da música popular e movimentos culturais

O corpo é também codificado pelas roupas e isso acontece porque as pessoas, normalmente, costumam, no primeiro momento, julgar o indivíduo por sua aparência, gestos, corpo e pela maneira como o outro veste-se.

As vestimentas são códigos de mensagens que o indivíduo passa para a sociedade, e

Os códigos de vestuário são códigos introduzidos socialmente numa cultura no intuito de estabelecer uma melhor compreensão e controlo do comportamento social dos seus constituintes. Estes códigos ajudam a manter os padrões mínimos de pudor e respeito,

relativamente às exposições desnecessárias do corpo, da mesma forma que ajuda a identificar todos aqueles que fogem a essas regras gerais de “bom comportamento social (Mendes, 2013, p.51).

Nesse processo de comunicação visual estipulado pela sociedade, as pessoas procuram identificar-se com as vestimentas que escolhem para usar, e, conseqüentemente, passar, através delas, determinados códigos que adquiriram através de convívios em sociedade.

Mendes (2013, p.51) completa essa ideia ao afirmar que “esses códigos não funcionam como lei, pois não são punidos aqueles que não os seguem, todavia não são completamente bem aceites os que não seguem esses códigos de vestuário estipulados nas sociedades em que se encontram inseridos”.

As vestimentas são produtos que nos cobrem, objetos palpáveis, diferentemente de ideias que são abstratas e muito particulares. Elas são objetos de integração entre indivíduos, assim como também são de distinção, e a moda propõe possibilidades para o indivíduo ser o que ele quiser, através dela ele se identifica com os grupos de que deseja fazer parte. Na maioria das vezes, a moda, através da sua indústria, convence as pessoas a usarem o que ela determina sob forma de tendências e ondas.

No entanto, amantes do *jazz*, roqueiros, *clubbers*, *rappers*, *funkeiros*, grafiteiros etc., são grupos que geralmente são constituídos por jovens, com ideologias diversas e que, através das suas vestimentas, criaram códigos subversivos que acabam por tornar-se tendências apresentadas pela indústria da moda ou aceites pela sociedade.

3.3.5 Anos 20 do Sec. XX

A música, muitas vezes, foi e continua sendo o “epicentro” das transformações nos costumes sociais e na moda, até mesmo na literatura. Se algum artista de grande sucesso usar determinado acessório ou vestimenta, provavelmente poderá influenciar, no primeiro momento, seus fans, e, em seguida, por influência da indústria da moda, passam a influenciar demais grupos e pessoas. Um gênero musical, por si só, também é capaz de causar essa transformação, como, por exemplo, o *jazz*, que influenciou modas e costumes nos anos 1920, que:

[...] ficou conhecida na história da moda como os “anos loucos”, pois esse período foi marcado por mudanças importantes em todas as áreas, mas principalmente na moda, em que o funcionalismo, a simplificação e a utilidade eram palavras em voga à

época. Os anos 1920 também ficaram conhecidos como a 'Era do jazz', já que esse estilo musical foi muito importante para a moda do período (Ribeiro & Schemes, 2011 p.7).

O termo "Anos loucos" surgiu do anseio das pessoas de aproveitarem a liberdade, após o término da Primeira Guerra Mundial. Depois das privações que essa geração teve de passar, as pessoas estavam satisfeitas por sentirem-se livres, e transmitiam essa euforia através das suas vestimentas, assim como nas músicas e seus comportamentos.

As mulheres jovens abandonaram as vestimentas ao estilo vitoriano, e os vestidos ficaram mais soltos, retos, com mangas mais curtas e com a marcação das cinturas mais abaixo dos quadris, a abandonar, por fim, essa delimitação. Além disso, os cortes de cabelos mais curtos, tudo em nome da praticidade e da leveza, e o *jazz*, uma música feita para dançar, estimulou este acontecimento.

Diante do exposto, Konemann (200), citado por Ribeiro & Schemes (2011, p. 7) afirma que:

Uma personalidade marcante da época foi Josephine Baker, que adaptou um jeito inovador e excêntrico de dançar jazz, baseando-se nos movimentos do Charleston, vestida somente com uma pequena saia de penas ou bananas. Esse ritmo provém da cidade homônima da Caroline do Norte, tendo como base movimentos frenéticos.

Nessa mesma época, no caso dos homens, as roupas eram mais simples (não eram mais confeccionadas para ostentar) com factos mais curtos e com menos ombreiras.

3.3.6 Anos 50 do Séc. XX

Nos anos 1950, o *jazz* continuou a influenciar a moda das roupas e a literatura, e no final daquela década, através do estilo *Bebop*, influenciou o escritor Jack Kerouac, da *Beat Generation*, a escrever o icônico livro "*On The Road*", e os demais escritores dessa geração *Beat*. Consoante a isso, Aceves (2017, p. 1) afirma que:

A música se reflete na literatura de todas as épocas da história americana, e a trilha sonora, de facto o batimento cardíaco, da Geração Beat era jazz moderno. Especificamente, foi o som propulsivo, aventureiro e desafiador de limites do bebop, que havia evoluído durante o início e meados da década de 1940 fora da era do swing da década anterior, que capturou a imaginação dos escritores beat e seus seguidores.

A Geração *Beat*, movimento literário e precursor da contracultura, foi um movimento

oriundo da subcultura *Hipster* nova-iorquina, que, no entanto, transcendeu com novas ideias. Uma geração de jovens pessimistas que buscavam um novo estilo da vida, diferente do estilo americano de ser denominado de *American Way of life*. Nesse sentido,

Do ponto de vista da arte, os Beats tinham fortes ligações com outros dois movimentos importantes na década de 50. As transformações que o Jazz ia sofrendo principalmente com nomes como Dize Gillespie, Charlie Parker e Thelonious Monk, que deram preferência à espontaneidade, à fluidez e à improvisação, que influenciaram Jack Kerouac a moldar seu estilo literário (Almeida, 2010, p.6).

Influenciados pelo existencialismo francês, decepcionados pelos horrores do pós-guerra e a revolta pela fabricação da bomba atômica, artefacto com grande capacidade de destruição em massa, decidiram criar um novo estilo de vida através da poesia e das artes, principalmente as artes que não faziam parte do circuito comercial americano.

Os escritores dessa geração trabalhavam com uma literatura despojada, baseada em suas vivências e em contextos crítico e social, a base de muitas bebidas, drogas, viagens sem destino e sexo livre.

Os *Beatniks* também influenciaram os *hippies* e um estilo musical muito ligado a eles, denominado de rock psicadélico. Esse estilo de rock acaba por influenciar grande parte da sociedade através de diversas bandas e artistas, como Janis Joplin, Grateful Dead, Jefferson Airplane, Jimi Hendrix, dentre outros.

No entanto, é importante acrescentar que o rock também teve sua gênese na década de 1950, e que ainda é um dos movimentos totalmente ligados à juventude. Naquela década, o rock era um gênero musical muito peculiar, que, com o passar dos tempos, multiplicou-se em diversos outros estilos e subculturas, como o *rock'n'roll*, *Mod* (abreviatura de Modernismo), rock psicadélico, *hard rock*, *heavy metal*, rock progressivo, *glam rock*, *punk*, *new wave*, *dark rock*, *grunge* e outros.

Além da música, as vestimentas acentuaram as identidades de cada um desses estilos. O *rock and roll* foi formado por três estilos, anteriormente existentes, que foram o *rhythm blues*, o *Country* e a *pop music*. O *rock nad roll* foi o primeiro estilo musical a unir brancos e negros através de um ritmo alegre, contagiante, feito para dançar, mas que, aos poucos, tornou-se também um veículo artístico de combate à segregação racial, à guerra do Vietname e às questões existenciais, além de outros temas da sociedade.

Para Ramos (2012, p.3) “a primeira geração de rock clássico foi dominada por artistas como

Little Richard, Chuck Berry e Bill Haley, entre os anos de 1953 e 1955”. Ramos (2012) afirma também que as músicas destes cantores eram caracterizadas como alegres e otimistas. Bill Haley e seu grupo *His Comets* foram os primeiros a popularizar esse estilo, com a canção “*Crazy Man, Crazy*”, datada de 1953; e o primeiro disco a aparecer nas paradas com a descrição *rock 'n'roll*.

Vale ressaltar que, nesta mesma época, surgiu também Elvis Presley, que ficou mundialmente conhecido como o Rei do Rock, e “[...] permanece ainda hoje como uma das figuras mais importantes na história do Rock and Roll, devido à forma como solidificou o rock enquanto música popular e influenciou gerações” (Ramos, 2012, pp.3-4). Ele foi o maior ícone desse gênero musical dos anos 1950, que, anos depois, foi popularmente denominado de rock ‘n’ roll, onde conquistou milhares de adeptos.

Diante do exposto,

[...] podemos observar como foram os primeiros anos do rock nos Estados Unidos que posteriormente irá imergir em várias outras regiões do mundo, como é o caso da Europa na década de 60, que será um dos grandes centros do novo estilo musical. Quem irá chamar esse novo estilo musical de rock ‘n’ roll (Souza, 2011, p.5).

No entanto, por causa de Elvis Presley, as influências sobre a juventude foram muito mais além da música, pois, juntamente com o cinema, influenciou os jovens na maneira de dançar (estilo *Elvis The Pelvis*), de cantar e de vestir. Em relação à dança, para algumas pessoas, Elvis Presley representava uma “indecência” ao mexer com os seus quadris, que demonstrava uma afronta aos bons costumes da época pós-guerra.

Para Estevão (2019, p.2), “o Rei do Rock tornou-se um símbolo da cultura pop, sem falar em seu visual icônico quando subia aos palcos. Elvis Presley usava terninhos, jaquetas, sapatos estilo *loafer* e arrematava o *look* com topete”.

Consequentemente, vieram, como novas tendências, os blusões de couro, os cortes de cabelo com topetes (já usados por Bill Halley e Elvis Presley), que influenciaram uma geração que não queria mais ouvir as músicas cantadas por artistas de gerações mais velhas, como eram apreciadas pelos seus pais. Essas músicas não retratavam suas realidades, tampouco possuíam uma linguagem apropriada, tanto oral como visual, com que eles se identificassem.

Nesse novo estilo,

As jovens assumem um novo comportamento e começam a criar a própria moda, fazendo

a linha college, com sapatos baixos, meias soquetes e rabo-de-cavalo. Os meninos rebeldes usam jeans com a barra virada, camisa de malha, cabelos com brilhantina, topetes e costeletas, inspirados pelos mitos James Dean, Marlon Brando e Elvis Presley (Stewfani, 2005, p.28).

As influências de James Dean e Marlon Brando sobre esses jovens vieram através do cinema, com os filmes “*The Wild One*” (1953), com Marlon Brando no papel principal, e “*Rebel Without a Cause*” (1955), com James Dean. Eles conquistaram fans e tribos de seguidores.

No entanto, esses dois filmes não tiveram, em suas trilhas sonoras, nenhuma música no estilo *rock and roll*, mas o espírito “rocker de ser” já estava naqueles filmes acima citados. E assim, o filme “*Blackboard Jungle*” (1955), com a música “*Rock Around The Clock*”, de Bill Haley e His Comets, como música integrante na trilha sonora, cumpriu o papel de finalizar a receita para o surgimento de uma tribo denominada rebeldes sem causa, que intensificou suas influências sobre a geração *baby boomer*.

Segundo Garcia (2012, p.1) "a imagem do jovem de blusão de couro, topete e jeans, em motos ou lambretas, mostrava uma rebeldia ingênua sintonizada com ídolos do cinema como James Dean e Marlon Brando". Os ingredientes estavam prontos para essa juventude: música, vestimentas e atitudes.

O que esses jovens pós-guerra (Segunda Guerra Mundial) alegavam como causa era a quebra de padrões pré-estabelecidos pela sociedade vigente, e as indumentárias, juntamente com a música, definiam, de maneira clara, que ali estava uma nova geração de jovens que distinguiam-se com suas atitudes e vestimentas e uma música inovadora. Esses jovens identificaram-se com artistas contemporâneos, onde suas canções representavam, para eles, sinônimos de liberdade, e traduziam seus sentimentos, e com uma musicalidade moderna, contemporânea.

Assim, uma das várias explicações para o fato da juventude estar ligada à música rock é a sua fácil adaptação ao novo, ao que surgiu em sua própria geração. Desta forma o rock se tornou um discurso e uma arma a favor destes jovens contra uma sociedade adulta, que estava sendo construída diferentemente dos anseios da juventude ascendente (Guimarães, 2013, p.15).

Essa geração, que era denominada de “*baby boom*” ou também chamada de “*baby boomer*”, foi uma geração de jovens que nasceram no pós-guerra, uma época de euforia que refletia novas

² Geração *baby boomer* – são os nascidos entre 1945 até 1964 - Representam a maior fatia de geração em termos de número. São moralistas, porém não aceitam autoritarismo ou princípios institucionais sobre moral ou ética, não sacrificam prazeres pessoais em prol do grupo – individualistas (Washburn, 2000, como citado em Cosme, 2019, p.80).

possibilidades e era incentivada pelo consumismo e pela autoafirmação.

Outros artistas influentes para os jovens da década de 1950 e início de 1960 foram Buddy Holly e The Crickets. Apesar de terem tido uma carreira meteórica, foi o suficiente para influenciar diversas gerações de artistas e grupos americanos e ingleses.

O visual do Buddy Holly ia na contramão do ícone Elvis Presley. Com seus óculos de aro grosso e com uma aparência de nerd, o artista convencia a todos que, independente da aparência, com talento, era possível ser uma estrela do rock. Diante disso, Cavalcanti, (2016, p.1) afirma que:

Todo o rock inglês, de uma forma, ou outra, bebeu na fonte criada por Buddy Holly. The Beatles, The Rolling Stones, The Who, The Searchers, The Hollies (que até se inspiraram no nome dele) e muitos outros gravaram as canções do artista norte-americano, ou então tentaram imitar o som característico dele.

3.3.7 Anos 60 do Séc. XX

Os anos 1960 chegaram com os *Beatles*, banda fundada por John Lennon, que, inicialmente, teve outros nomes, como, por exemplo, *The Quarrymen*, *Johnny and The Moondogs*, *Long John and The Silver Beatles*, *The Silver Beatles*, e, por fim, "*The Beatles*", onde o músico fundador trocou a segunda letra "e" pela letra "a" para passar a ideia de significado de "batida" (beat) no idioma inglês. "A propósito, Beatles é um trocadilho de Beetles (besouros) com beat batida" (Nascimento, 2012, p.15).

Os componentes da banda, na primeira formação, ainda como *The Silver Beatles*, John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Stuart e Pete Best, e trajavam-se ao estilo *bad boy*, como todos os jovens contaminados pelo *rock and roll* dos anos 1950. E já como *The Beatles*, com a formação John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Pete Best, que logo depois foi substituído por Ringo Star, foram um fenômeno da cultura de massa.

Eles modificaram os pensamentos da época, roupas, cortes de cabelos e o comportamento da juventude da época, dando início a uma nova década. Através da banda Beatles, os jovens tiveram palavra, pois as letras das músicas apresentavam o que muitos queriam mostrar ao mundo (Burrows, 2012, p.22 citado em Santos & Tagliamento, 2016, p.217).

O sucesso dos *Beatles* colocou os quatro jovens de *Liverpool* constantemente em destaque em

todos os veículos de comunicação da época, como rádio, Tv, revistas e jornais. Sua influência na Inglaterra, e em todo mundo, sobre a juventude, era tão forte que surgiu o termo Beatlemania, por levar aos jovens uma musicalidade, com raízes do *rock and roll* americano, mas que possuía arranjos inovadores, modernos e sofisticados.

Nos primeiros anos da década de 60, uma manifestação cultural espalhou-se entre os jovens da Inglaterra e tomou todo o mundo. Esse movimento é denominado de Beatlemania, ou seja, mania (vício, adoração, histeria) pela banda The Beatles. Com sua música conquistaram o mundo e milhões de jovens os imitaram tanto no especto musical como também no especto comportamental (Nascimento, 2012, p.11).

Essa influência estendeu-se por gerações, até os dias actuais, onde inovou, não somente na música, como também na moda, e lançou novas tendências capitaneadas pela indústria da moda na Inglaterra.

Nesse período, eles influenciaram como uso dos factos clássicos e depois com os factinhos sem gola, criados pelo estilista Pierre Cardin e, que contribuiu para a efervescência cultural de Londres, denominada de “Swinging London”.

Diante deste facto, Costa (2014, p.36) afirma que:

O termo ‘swinging London’ é designado para explicar a efervescência cultural dos costumes de Londres. A moda masculina remetia ao estilo de roupas dos quatro garotos de Liverpool (Beatles): paletós sem colarinho de Pierre Cardine cabelos com franjão.

As botas de salto cubano, com bico fino e zipers, também foram outras tendências criadas pelos *Beatles*. Em meados dos anos 1960, em pleno auge da contracultura, os óculos de armação redonda, usados por John Lennon, modelo que, apesar de terem sido criados na década de 1920, passaram a ser chamados de óculos à John Lennon.

O músico usou esse acessório durante toda a sua vida. Nesse aspeto, Mafra (2020, p.1) afirma que:

Para o filme, o diretor fez o músico usar uma armação redonda com lentes grossas, e o estilo acabou conquistando o coração conturbado do Beatle. Daquele momento em 1967 até sua morte em 1980, Lennon quase sempre usava os icónicos óculos redondos-visual que até hoje é ligado a ele em caricaturas e desenhos.

O filme ao qual o autor refere-se é o longa-metragem “Como eu Ganhei a Guerra”, dirigido por Richard Lester, em que John Lennon interpreta um comandante na Segunda Guerra Mundial.

Outros acessórios usados pelos *Beatles*, que também influenciaram gerações, foram os anéis de Ringo Star e as túnicas indianas coloridas usadas por George Harrison. Esses acessórios foram adquiridos por jovens de todo o mundo, inclusive a geração *hippie* dos anos 1960, além do instrumento indiano sitar, que, segundo Souza (2012, p. 15), "é o instrumento de cordas mais popular e mais tocado na esfera clássica no norte da Índia". Ainda segundo este autor, isso faz dele também um dos instrumentos com maior visibilidade da música hindustânica.

O sitar é tocado por George Harrison, que influenciou vários grupos, como os Rolling Stones, e divulgou mais uma vez a cultura indiana. O guitarrista teve seu primeiro contato com o referido instrumento durante os sets do filme *Help!*, ao avistar um conjunto indiano, que fazia parte das filmagens, a tocar um medley das músicas dos Beatles.

Porém, a cultura indiana começou a tomar grande popularidade com os jovens no ocidente, após os Beatles terem ido à Índia, em 1967, visitar o guru Maharishi Mahesh Yogi, quando, então, George Harrison introduziu a sitar nos arranjos de duas músicas dos Fab Four, uma no álbum *Rubber Soul* (1966), na música *Norwegian Wood (This Bird Has Flown)*, composta por John Lennon e Paul McCartney, e em outra no álbum *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967), na música *Within You Without You*, de autoria do próprio guitarrista.

Esses dois álbuns, além de terem contribuído para a divulgação da cultura indiana em todo mundo, colaborou decididamente para a popularidade do referido instrumento. No caso de *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967), além de toda a revolução de conceitos musicais e gráficos, o álbum, por completo, foi uma grande alavanca de contribuição na divulgação dos conceitos da contracultura.

Diante disso, é válido sobrelevar que:

A geração dos Beatles, contaminados pelos seus heróis, adotava modos, roupas, cortes de cabelo, gritos estridentes às bordas da histeria. Era o estilo Beatles aflorando no imaginário social e cultural de um tempo que se immortalizou num movimento de força impressionante, batizado como “contracultura” – para muitos, a contracultura do rock, pois o rock era o seu grito de guerra. (Mugiatti, *Apud* Bertoldi, 2009, p.284).

O movimento *hippie* surgiu no âmbito da contracultura dos anos 1960, que se estendeu até

meados da década de 1970, onde obteve grande popularidade e influência em todo o mundo, tanto na questão de novos conceitos de vestimentas como nos costumes sociais.

Este movimento era caracterizado por grupos de pessoas que viviam em comunidades, e tinham, como filosofia de vida e lema, a frase *Peace and love*, que, traduzido para o português, significa Paz e Amor.

Seus integrantes praticavam o nudismo, liberdade sexual, a crítica aos armamentos nucleares, a valorização da natureza e total oposição à guerra do Vietname. Os jovens hippies, influenciados pelo modo de vida da geração *Beat*, eram ligados aos aspetos religiosos orientais e muitos deles viviam de forma nômade.

De acordo com Garcia (2017, p.2),

Os Beatniks proclamaram uma ruptura por meio de suas obras e comportamento, ao negar os valores aceitos pela sociedade com atitudes não conformistas, a experimentar o nomadismo, a viver em comunidades e a dar vazão à criatividade espontânea. Suas manifestações embasaram os *hippies* dos anos 1960 e seus princípios se estenderam dos Estados Unidos à Holanda.

O descontentamento ao modelo de sociedade, até então vigente nos Estados Unidos, também foi outra influência dos *Beatniks* sobre o movimento *Hippie*. Nesse período, bandas de rock denunciavam, através das suas letras, questões sobre o conservadorismo da sociedade americana e a injustiça contra grupos minoritários, e questionavam a obrigatoriedade de os jovens irem para a guerra do Vietname.

Diante disso, é válido destacar que:

Os principais veículos dessa situação foram o rock inglês e americano, uma vez que a imagem dos ídolos de rock, assim como seus sons e versos, acabaram por representar em si uma mensagem de ruptura que impulsionou e revelou uma nova visão do presente (Garcia, 2017, p.2).

Musicalmente, os hippies eram ligados ao rock, principalmente ao estilo rock psicadélico, representado por bandas como Beatles, The Birds, Pink Floyd, The Who, The Doors, Cream, Love, Crosby, Stills, Nash and Young, The Mama e The Papas, Grateful Dead, Jefferson Airplane, Credence Clear Walter Revival e cantores como Janis Joplin, Joan Baez, Bob Dylan, Simon & Garfunkel, Joe Coker, Jimi Hendrix e outros.

Através das suas letras, essas bandas influenciaram esse movimento com mensagens que

revindicavam a liberdade de expressão, críticas contra as guerras, contra a convocação militar dos jovens para ir guerrear no Vietname e a favor do amor livre, além da liberação das drogas, principalmente o LSD.

Para os jovens, as experiências preceptivas faziam parte do novo, e o uso de drogas não era apenas o uso químico por diversão, fuga das angústias ou esquecimento dos problemas, mas, sim, uma manifestação da eterna adesão da contracultura às novas ideias, tecnologias, experiências, misticismos e formas de viver (Garcia, 2017).

Os Beatles, que, a partir de 1965, com o álbum “Rubber Soul”, e, em 1966, com o álbum “Revolver”, aos poucos, estavam a abandonar músicas com temas somente românticas e, cada vez mais, estavam a aproximar-se de temas mais voltados a questões existenciais, como a alusão às drogas, por exemplo, e com arranjos mais rebuscados.

Com o álbum *Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band*, a banda ofereceu ao mundo da música *pop* toda uma revolução musical nunca antes apresentada por um artista ou grupo, desde a concepção da capa, a passar pela forma inovadora de compor as músicas, até as novas concepções de arranjos e a inclusão de instrumentos de outras culturas e gêneros musicais nunca terem sido usados no rock e gravações de sons ambientes e de sons de animais.

Vale ressaltar que:

Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band não representou somente a guinada da banda, mas do próprio rock’n roll. Elementos da música erudita misturavam-se às guitarras, as composições faziam apologia às drogas (pés de maconha decoram a capa), e revolucionou as técnicas de gravação. Foi o primeiro álbum em que as faixas continuavam uma após a outra, em que os músicos fazem mudanças diretas nas passagens de som. Ouve-se aplausos de uma plateia, há a inclusão de ruídos, sons de animais, e uma nota musical que só pode ser ouvida por cachorros. O álbum comprovou que não há limites para a experimentação no rock, sendo sucesso de público e de crítica, e acima de tudo, é considerado um marco na história da música (Rodrigues, 2006, p.34).

Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band deu um passo a mais por ter remodelado a concepção do rock. A partir deste disco, o conceito de rock foi ampliado, em termos de arranjos e temáticas, a uma categoria ilimitada de possibilidades, a abrir caminhos para novos estilos, como o rock progressivo e o psicadélico.

E em 1968, com o álbum branco, os *Beatles* uniram a música experimental ao rock, e todas essas inovações influenciaram o movimento *hippie* e as bandas de rock a criar e trilhar novos

caminhos ideológicos e musicais.

O movimento *hippie*, além da música, foi muito divulgado através do cinema, como no filme “Viagem ao Mundo da Alucinação” (1967), “*Yellow Submarine*” (1968), “*Easy Rider*” (1969), “*Woodstock - 3 Dias de Paz, Amor e Música*” (1970), “*Hair*” (1979) “*Tommy*” (1975). Esses foram alguns dos filmes que propagaram a cultura dessa geração *Flower Power* pelo mundo afora.

No entanto, nada se compara aos festivais de rock que chamaram muita atenção dessa nova cultura até então. Festivais que uniram várias tribos de rockeiros, cidadãos comuns, e até mesmo, várias religiões, como o “Festival de Música Pop Internacional de *Monterey*”, entre 16 e 18 de junho de 1967, e o mais famoso de todos os tempos, o “*Woodstock Music & Art Fair*”, o qual gerou o filme já acima citado.

Mariuzzo (2009, p. 1) afirma que:

Eles não queriam causar grande sensação, preferiam morrer antes de ficarem velhos. De cabelos compridos e vestindo calças jeans, eles ouviam rock e a música, mais do que entretenimento, era um instrumento de contestação, de mudança social e política. E mudou. Uma das principais manifestações desse movimento aconteceu no Woodstock Music & Art Fair ou, simplesmente Festival de Woodstock, que aconteceu há 40 anos, no verão de 1969, na pequena e até então desconhecida cidade de Bethel, estado de Nova York.

Woodstock tornou-se um ícone daquela época e das gerações seguintes, como sinônimo de liberdade, paz, música e amor, e contra a segregação racial e as guerras. Por consequência de todos esses eventos, e através das mídias, esse movimento se popularizou em todo mundo, juntamente com as suas vestimentas. Calças coloridas, túnicas indianas, saias multicoloridas, sandálias de dedo, colares, anéis, brincos artesanais, todos esses elementos compuseram o *look* dos hippies.

“Durante a década de 70 aconteceu a consolidação da moda jovem, psicodélica, continuidade da moda hippie e dos aspectos da contracultura” (Braga, 2006, citado em Pereira, 2018, p.14). A partir desse facto, diversos estilistas começaram a lançar coleções inspiradas na moda *hippie* e a investir no multiculturalismo entre o Ocidente e Oriente, estimulados pelo rock e o movimento hippie.

Mais uma vez a moda reinventa-se para uma maior dinâmica de mercado, e uma nova concepção passa a acontecer na história da moda, onde os estilistas começam a obter, como referência, a moda alternativa de rua e de movimentos culturais, que não vêm apenas de ideias e de desejos da burguesia, como era de costumes desde a Idade Média, pois, no início, todas as modas

eram ditadas pelos estilistas que atendiam somente à classe dominante e à nobreza, e que era, posteriormente, copiada pela burguesia.

Por influência do movimento *hippie*, esse multiculturalismo da moda passa a tomar força em todo o mundo através das suas vestimentas, por tratar-se de uma espécie de bem materiais resultantes de uma nova cultura de fácil assimilação, através dos seus códigos. E assim, foram entendidos e aceitos por uma grande maioria de pessoas, no qual se identificaram, independente de sua ideologia.

Por conta desse facto, a indústria da moda manteve-se atenta a esses acontecimentos. Nesse sentido,

Um fator importante que devemos observar é que a cultura não é estática e está em constante movimento, mesmo que com ritmos diferentes, em diferentes lugares, e a moda acompanha essa renovação de maneira praticamente simultânea. Isto acontece porque a indumentária e os acessórios que a compõe, são, visivelmente, os primeiros elementos da chamada “cultura material” que recebem a influência das mudanças ocorridas dentro das mais variadas culturas. É possível observar, portanto, que estes movimentos ocorridos dentro de uma cultura parecem ser primeiramente detectados e entendidos por aqueles que fazem a indústria da moda (Marinho, 2008, p.4).

Os profissionais da moda estão sempre atentos a novos costumes e movimentos culturais criados por diversos grupos sociais e artísticos, além das suas próprias criações para desenvolver tendências. E acabam, em muitos casos, por fortalecer esses grupos, que diversas vezes usaram determinadas roupas, sem terem uma clara consciência de que algo diferente estavam propondo para a sociedade.

3.3.8 Anos 70 do Séc. XX

O multiculturalismo estendeu-se, não somente nas vestimentas *hippies*, como também nas religiões como o budismo e o hinduísmo, já admirados pelos *Beatniks* e *Beatles*, e que tomaram mais força em todo mundo, através desse movimento de paz e amor.

Além da relação das roupas com as religiões citadas acima, algumas músicas também estabelecem essa relação, como, por exemplo, a *My Sweet Lord* (1979), composta por George Harrison, que foi inspirada nos conhecimentos da religião indiana. Dessa forma, tais canções estão a contribuir para a propagação das crenças orientais indianas.

A considerar a contradição ao estabelecido, o Ocidente, especificamente os Estados Unidos e a

Inglaterra, encontraram, no Oriente e no multiculturalismo, a oposição, tanto no vestir quanto nos ideais pacifistas, assim como nas religiões e rituais de resultados transcendentais.

O orientalismo na Inglaterra ocorria desde o século XVII quando a Índia passou a ser colônia britânica até 1947. A contracultura no país ocorreu a partir de manifestações e adoções de costumes, roupas, comidas e atitudes inspiradas na espiritualidade, religião, pacifismo, naturalismo e ambientalismo indianos. É imprescindível salientar que os Beatles endossaram a contracultura inglesa sob inspiração indiana (Garcia, 2017, p.4).

Essa relação estreita entre o rock, os *hippies* e a cultura indiana foi também um ato de subversão ao sistema de domínio inglês sobre a Índia, que permaneceu até meados dos anos 1940. Esse ato de subversão foi inspirado no processo indiano para a libertação do país, que alcançou a sua independência, em grande parte, através da resistência da não-violência e desobediência civil.

Esse novo orientalismo com temáticas indianas fortaleceu-se através de diversos estilistas mundo afora. Não que este facto fez com que o ocidente tenha passado a praticar as religiões orientais em massa, porém as vestimentas e um maior reconhecimento das religiões, como o Budismo e o hinduísmo, tornaram-se conhecidos no ocidente. Nesse aspecto,

Entre os americanos, é importante frisar o multiculturalismo entre vários criadores de moda, entre eles o italo-americano Giorgio di Sant'Angelo, que explorou um mix de referências que resultou em um vestir híbrido, com interpretações do Oriente e outras culturas como a russa, a cigana e referências nômades (Garcia, 2017, p.11).

No início dessa década, outros grandes destaques musicais, além do rock psicodélico, foram o Rock Progressivo e o *Glam Rock*. No rock progressivo, alguns exemplos, como *Yes*, *Emerson Lake & Palmer*, *King Crimson*, *Genesis*, *Jethro Tull*, e no *Glam Rock*, exemplos de bandas como *New York Dolls*, *Mott The Hoopie*, *Roxi Music*, *Kiss* e *Queer*, e artistas como Mac Bolan, David Bowie, Elton John, Lou Reed, Alice Cooper; formavam um grande "time" de influências através das mensagens das suas músicas e das vestimentas.

No entanto, as bandas do *Glam Rock* exibiam um estilo característico nas suas vestimentas. A maioria das bandas desse estilo valorizavam um visual andrógino, com vestimentas e muitos acessórios que faziam parte, tradicionalmente, do vestuário feminino. Uma inversão comparada à moda dos anos 1920, onde as mulheres começaram a usar roupas do universo masculino.

Diante do exposto, Garcia (2017, p. 11) assevera que:

A cena pop foi uma importante força na moda, principalmente no vestuário masculino. A liberdade de expressão presente nos trajes dos músicos como camisas, coletes, franjas, sobreposições, tecidos fluidos e forte colorido, começaram a refletir nas ruas com inúmeras variações. A androginia no vestuário masculino tomou conta, e foi possível assistir a cena musical com vários ícones com roupas e detalhes do universo feminino, como a túnica de babados usada por Mick Jagger em 1969 em um concerto no Hyde Park que causou furor. Jagger compôs a camisa nitidamente feminina com calças de boca larga e uma gargantilha de couro com tachas.

Fica subentendido que houve uma grande inversão de gênero nas vestimentas e nos costumes, com o uso de roupas coladas ao corpo, lantejoulas, cetins, calças boca de sino, cores de estilo contrastantes; além de outras diversas roupas que foram criadas para serem usadas à noite, e passaram a ser usadas durante o dia.

No final desta mesma década, surgiu o punk rock, que estendeu-se até os anos 1980. Esse estilo influenciou outros estilos, como o *hardcore punk* (segunda onda do punk), e o estilo pós-punk.

O Pós-punk foi oriundo da Inglaterra, e possuía vários estilos diferentes, com maior preocupação no arranjo, a exemplo de bandas como *Joy Division*, *The Cure*, *The Smiths*, *Gang of Four*, *Bauhaus*, *Siouxsie and the Banshees*, *Public Image Ltd*, *Eco* and *The Bunnymen*, *New Order* e *R.E.M.*, que compuseram o cenário desse estilo, juntamente com bandas *New Wave*, representado por bandas como *Talking Heads*, *The Pretenders*, *Blondie*, *Devo*, *The B-52s* e *Culture Club*, e artistas com *Cindy Lauper*, *Nina Hagen* e *Nena*.

As vestimentas dessas bandas pós-punk eram variadas. Cada banda possuía um estilo diferente, e as bandas de estilo *New Wave* ficaram caracterizadas pelo uso de roupas coloridas e, até mesmo, dos cabelos pintados, salvo algumas exceções. No entanto, essas bandas, tanto as de *New Wave* como as de pós-punks, não queriam mais usar o visual agressivo dos punks, pois já não mais faziam o som radical de épocas anteriores, e, por consequência, os componentes desses grupos queriam uma sonoridade mais trabalhada e um visual mais aceito por todos, inclusive pela indústria musical. Tinha ficado pra traz a ideia de agredir o sistema sem importar-se com o sucesso.

Era hora de mudar a imagem do punk. Depois de 1977, quando o movimento ficou conhecido pelo vandalismo, e ainda sinônimo de má reputação, muitas bandas começaram a preocupar-se em conseguir gravadoras. Para isso era necessária uma mudança, então assumiram uma postura menos agressiva, para alcançarem espaço, e, assim, eram consideradas, pelos mais radicais do punk, como traidores da causa.

Peluso (2011, p.25) afirma que, “a partir desse momento, surgiram as vertentes do movimento punk com muitas variedades bem-distintas”. Depois de 1980, em Londres, principia a Guerra de Estilos, e na década seguinte, nos Estados Unidos, surge o *Grunge*, um estilo de rock que teve bandas como *Nirvana*, *Alice In Chains*, *Soundgarden* e *Madhoney*, principais ícones desse movimento. Um estilo de rock influenciado pelo rock de Detroit dos anos 60 com o Punk Rock e o Heavy Metal do Black Sabbath.

Os componentes das bandas *Grunge* não tinham nenhuma intenção de criar um estilo nas suas vestimentas, pois vestiam-se de forma espontânea. Não houve um planejamento de vestimentas, como foi no caso dos *Beatles*, das bandas de *Glam Rock*, dos *punks* e de *Heavy Metal*. Os músicos das bandas *Grunge* eram espontâneos nas suas vestimentas.

As bandas do movimento grunge não tinham a intenção de ditar moda, preocupando-se apenas com a música. Fica evidente o seu descaso com o visual, visto que suas roupas não seguiam o padrão estético da época, possuindo um caráter alternativo e underground (Pires & Moreira, 2018, p.8).

No entanto, como de costume, diversos estilistas também criaram coleções inspiradas no estilo *Grunge*. Nesse aspecto, Pires & Moreira (2018, p.7) seguem a afirmar que o primeiro estilista que tem-se conhecimento, que apropriou-se da estética do movimento foi o norte-americano Marc Jacobs, que trabalhava para a marca *Perry Ellis*.

3.4 Engolidos pela Indústria da moda, engolidos pelo sistema

Diversos movimentos culturais tiveram, em suas vestimentas, uma forma de apoio nos discursos das suas ideologias. O estilo de vestir-se, para diferentes movimentos culturais e de subculturas, foi uma maneira de se distinguir dos demais grupos sociais e pessoas, além de, muitas vezes, uma forma de transgressão por não se enquadrarem ao sistema imposto pela ditadura da indústria da moda e determinados padrões sociais.

Contudo, a única intenção das pessoas parece ser de apresentar um sentimento de segurança naquilo que entendem como sociedade que exclui, quem não está conectado e, por conseguinte, não veste, usa, ouve, come ou compra o que está exposto de uma forma global (Roberto, 2017, p.12).

Na maioria dos casos, uma espécie de questionamento levanta-se ao capitalismo, a diversos

costumes sociais e, em muitos momentos, à indústria da moda, que faz também parte do contexto capitalista, que também se influencia pelas vestimentas desses movimentos culturais; passaram a produzir, em grande escala, para as massas e para as elites, como, por exemplo, dos movimentos *hippies* e *punk*.

Nesse sentido, pode-se dizer que os hippies e mesmos os punks, apesar do desejo comum de liberdade referentes a diversas questões sociais, acabaram engendrando uma dinâmica que beneficiava o desenvolvimento da indústria do consumo.

Na visão de Connor, funcionavam ambigualmente: se num primeiro momento serviam como pontos de convergência para o desejo de fuga das estruturas estabelecidas; num segundo estágio, aceleravam um ciclo de inclusão – em que suas novas formas e energias eram incorporadas, domadas e recicladas como mercadorias (Cidreira, 2008, p.37).

Muitos dos movimentos do *rock* e de outros estilos, como a música *pop*, por exemplo, que, em seus discursos, combateram o consumismo, acabaram sendo engolidos pela indústria da moda. As vestimentas e as mensagens desses movimentos como o *rock* de diversos estilos, incluindo o *Punk Rock*, que tinham como objetivo transgredir o sistema de códigos de aceitação social, passaram também a ser incorporados pela indústria da moda em seus códigos de vestuários e aceites por todos na sociedade.

Ao mesmo tempo que a indústria da moda contraria alguns poucos estilos de gêneros musicais, por outro lado, contribui para a propagação de diversas vestimentas criadas por vários artistas da música que acabaram por influenciar comportamentos em várias áreas da sociedade.

Moda e música são dois poderosos meios de expressão que se inspiram e se completam, ambos, munidos de uma enorme carga histórica e emocional. Estes fenômenos não são passíveis de evidenciar acontecimentos específicos de cada época, contribuindo para fabular importantes mudanças da sociedade, sejam econômicas, políticas, sociais, culturais ou artísticas, são práticas sociais que caminham lado a lado e que estão intimamente associados, sustentando uma a outra, apresentando uma socialidade comum que se traduz em gosto (Roberto, 2017, p.12).

Música e moda é uma relação de troca, ao mesmo tempo, amigável e conflituosa. Por um lado, apesar da música ter influenciado a sociedade em diversas décadas passadas; por outro, alguns desses

movimentos musicais acabam perdendo suas forças, enquanto discurso ideológico, por não “chocarem” mais ninguém. A luta contra o consumismo incentivado pelo capitalismo, a pregação pela paz, e muitos outros casos, ficaram e ficaram restritos às simbologias que as vestimentas transmitem em cada indivíduo.

A roupa sempre representou um traço da individualidade. É uma forma de a pessoa demonstrar que é única, que pode se diferir das outras em função do que usa. Através dos tempos, o traje carregou essa representação de classe, de casta social: É como se a pessoa dissesse: eu pertenço à determinada classe, à determinada casta, ao ostentar uma roupa. Mesmo dentro dessas castas, a roupa sempre teve um caráter de marcar uma distinção, ou seja, é capaz de marcar a criação de subgrupos dentro de um grupo (Monteiro, 1997, p. 2).

Não de forma ideológica, mas através dos seus estilos de vestimentas, que, em muitos casos, tornam-se datados, ultrapassados, por fim desaparecendo, não completamente, mas enquanto popularidade; restando apenas a lembrança através das vestimentas que os caracterizavam, e que, em alguns casos, essas vestimentas, criadas por esses movimentos, passam a simbolizar, até mesmo, signos de *status*.

Esse facto não significa que não é legítimo afirmar que estes movimentos não tiveram sua importância em muitos aspectos na sociedade, sobretudo no que se refere às transformações de determinados costumes sociais e uma repaginada na música do séc. XX. Muitos deles, como os *hippies* e os *Punks*, deixaram legados incontestáveis, mas é facto que os discursos ideológicos de muitos desses movimentos perderam a força com o passar do tempo. Outro motivo para o desaparecimento de antigos movimentos culturais e de subculturas são as substituições de gerações em uma sociedade tecnológica constantemente sedenta por novidades.

O movimento *Punk*, que foi um movimento musical e de comportamento, teve como característica um visual agressivo, dita como antimoda, composto por roupas rasgadas, rebites, coturnos de tropas, jaquetas de couro e cabelos coloridos com corte ao estilo moicano. Um look que, apesar de ser característico como uma antimoda, surgiu de uma boutique e foi criado pela estilista Vivienne Westwood, esposa do produtor Malcolm McLaren.

Os *Punks* procuravam transmitir uma insatisfação relacionada ao consumismo, porém, anos depois, os estilos das suas vestimentas acabaram inseridos na indústria da moda, voltando para diversas lojas de todo o mundo. É legítimo afirmar que é muito fácil encontrar túnicas e semijoias e

calças jeans rasgadas ao estilo *Punk* em boutiques de *shopping centers* com preços elevados.

Surgido na década de 1970, assim como todos os movimentos da contracultura, o punk fugia dos padrões impostos pela sociedade através do modismo. Seus integrantes mostravam revolta através de cabelos espetados e coloridos, roupas velhas que simbolizavam o anti-consumismo proposto pelo grupo, e jaquetas com frases de rejeição às injustiças de um estado repressor (Bortholuzzi, 2017, p.4).

Vivienne Westwood e seu companheiro, o produtor Malcolm McLaren, inicialmente, vendiam discos de *rock'n'roll* e passaram a vender roupas de rock estilo anos 1950 e, em seguida, roupas com estilos mais vanguardistas. A estilista, considerada por muitos a rainha do *Punk*, desenvolveu essa moda radical na época subversiva e passou a chamar a atenção de jovens amantes do *rock* alternativo.

Segundo Marcus, como citado em Guerra e Straw (2017, p.8):

Nessa loja, vendiam objetos e roupas que lembravam Elvis Presley e o *rock'n'roll*. Em 1972, a loja passou a chamar-se Too Fast to Live, Too Young to Die. A audácia das roupas começou a destacar-se em peças de couro, t-shirts com ilustrações eróticas, motivos africanos, entre outros. A polémica instalou-se e, em resposta, a dupla mudou o nome da loja para Sex. Foi esta que definiu o estilo punk.

As vestimentas *punk*, inserida no contexto capitalista da indústria da moda, acabaram voltando para várias boutiques existentes no mundo, inclusive de *shopping centers*.

Apesar de ter tentado evitar contatos com mídias e preferir continuar no *underground*, comunicando-se através de fanzines produzidos em fotocópias para que os seus ideais não fossem deturpados, esse movimento tornou-se popular, mundialmente divulgado, desvirtuado e massificado.

A atitude punk foi massificada depois de ter sido desvirtuada pela mídia e isso abalou as estruturas desses grupos que viram as suas propostas serem esvaziadas do seu sentido original subversivo e entrarem no sistema das mercadorias como mais um produto disponível ao consumo (Gallo, 2008, p.751).

No entanto, é imperativo reconhecer o legado da subcultura *punk*, e um dos principais foi ter renovado o cenário da música e ter contribuído para o desenvolvimento da indústria de discos independentes, contrapondo com as grandes gravadoras enriquecidas pelas músicas de cultura de massa.

Caberá aqui também perceber se o punk desafiou as estruturas musicais de distribuição e produção precedentes, e se conseguiu fazer vigorar as organizações de discos independentes. Nesta altura, surgiu uma primeira geração de empresas independentes britânicas no campo do rock que incluíam principalmente negócios go-it-alone (Hesmondhalg & Thompson *Apud* Guerra & Straw, 2017, p.8).

O *rock* independente existe devido à influência incontestável do movimento *punk*, que, em muitos casos, serviu de trampolim dessas bandas para alcançarem contratos das grandes gravadoras. Essas bandas independentes consistem em diversos estilos, desde o *punk*, passando pelo pós-*punk*, experimental, ao *New Wave*. E essas bandas têm total controle das gravações e distribuição sobre suas obras, conhecidas como *Indie Rock*.

3.5 Moda hip-hop

É legítimo afirmar que a cultura Hip-hop não é formada por três, nem quatro, mas por cinco divisões. No caso, essa quinta divisão é a moda Hip-hop. Então, temos o MC (Mestre de Cerimônias), DJ (Disc Jockey), o Grafiteiro, B. Boy, o dançarino, e a moda Hip-hop. “O vestuário então funciona como um outro elemento que auxilia na expressão da ideologia da cultura hip-hop” (Marques, 2013, p. 4).

A diferença é que este elemento não é personificado como se fosse um membro de um grupo, mas em um estilo de vestimenta que identifica o movimento, e que passou a ser aderida pelos demais jovens da sociedade, através da indústria da moda, assim como outros movimentos culturais.

Uma vestimenta consiste em cores fortes, contrastantes, camisas com estampas coloridas, bonés e calças jeans folgadas, muito acima do número do usuário. “Não foi só a linguagem que fez parte do estabelecimento da cultura hip-hop, mas também um código de vestuário dotado de padrões que significavam pertencimento ao grupo” (Steverson, 201, p.244). Tudo pode influenciar a indústria da moda.

A moda de rua está, cada vez mais, ditando as tendências em todo o mundo. Todo o movimento cultural, quando ganha notoriedade, faz com que os signos desses elementos passem a ser copiados pelos admiradores, e, em seguida, pelo consumidor comum.

No caso do *Hip-Hop*, grupos como *Run DMC*, *Public Enemy* e *Wu-Tang Clan*, que adquiriram popularidade nos anos 1990, influenciaram seus fãs e, através das vestimentas ao estilo *Hip-hop*,

identificam o desejo de pertencimento às ideologias desses grupos. “A pirâmide da moda sofreu uma inversão: deixou de se inspirar na classe alta e difundir seu estilo às demais para inspirar-se nas classes baixas urbanas e difundir seu estilo para aquelas que estão acima” (Bergamo, 2007, p.139).

Por causa desse facto, é legítimo afirmar que muitos estilistas, além das suas próprias criações, empossam-se de modelos de estilos de roupa criados por esses movimentos, para vender em grande escala. Assim, os códigos dessas vestimentas, ao invés de continuarem a ser subversivos, passam a ser incorporados em ondas e tendências. Ainda mais se tiverem a assinatura de algum estilista famoso.

“Os dominantes neste campo particular que é o mundo da alta-costura, são aqueles que detêm em maior grau o poder de constituir como raros certos objetos através da ‘assinatura’; são aqueles cuja assinatura é de mais alto preço” (Bourdieu, 2003, p. 206). Também existem as incorporações definidas pelo grande público. A partir do sucesso de algumas dessas coleções, por terem a assinatura de algum estilista famoso, essas vestimentas tomam um grande impulso de popularidade por passarem a ser fabricadas no formato *Prêt-à-Porter*³

³ Um dos sistemas de concepção, criação e disponibilização de coleções de moda mais utilizados no mundo e, juntamente com a alta-costura, faz parte das grandes formas pelas quais temos contato com a indústria fashion

Capítulo 4 – As Artes Cênicas no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas

4.1 Teatro

O projeto Café Cultural Residências Artísticas também acolheu actores para interpretar peças teatrais em grupo e monólogos. A primeira peça a ser encenada no projeto foi o Monólogo denominado “Frida e Eu”, dirigido pelo diretor brasileiro Marco Machado e a atriz brasileira Lêda Dias e estreado na Vila de Celorico de Basto/Portugal, no dia 14 de janeiro de 2017. No dia seguinte, o monólogo foi encenado na cidade de Braga.

Apesar de a peça ter sido criada no Brasil, ela teve sua estreia em Portugal, no âmbito do Café Cultural Residências Artísticas, e, após o término das residências do mês de janeiro, a atriz Lêda Dias estreou o monólogo no país de origem. O monólogo foi uma adaptação dramaturgica, também assinada por ela. É, sobretudo, uma homenagem à artista mexicana Frida Kahlo, que revolucionou o mundo das artes.

O texto foi escrito a partir do estudo de duas principais biografias, sobretudo a biografia romanceada Frida Kahlo, por Rauda Jamis, além de importantes documentários sobre a vida e obra da artista. Os adereços e figurinos da peça foram assinados pelo artista visual Wagner Lacerda.

No Brasil, o monólogo “Frida e Eu” teve duas temporadas, uma na cidade de Salvador, capital da Bahia, e outra, no mesmo ano, em Aracaju, capital de Sergipe; e retornou com apresentação única no Teatro Sesi Rio Vermelho, na cidade de Salvador.

O espetáculo foi selecionado para o XIV Festival Internacional de Teatro e Artes (FITIJ), que aconteceu entre os dias 1 e 7 de outubro de 2018, em Santarém – Portugal, e em novembro seguiu para duas apresentações no Cebrac, em Zurique.

Apenas uma mala na frente do palco, e, no fundo, uns cabides e um cavalete de pintura estão presentes no palco durante toda a cena. O monólogo é uma arte solitária, por ser um exercício de experiências psicológicas provocadas pelo texto, que exige muito do actor, e pelo facto de ser uma espécie de um “único discurso artístico/performático”.

O actor, em um monólogo, expõe o seus “Eus”, em todos os sentidos, personagem e artista.

Podemos finalmente dizer que nos dias de hoje o monólogo adquiriu um lugar de relevância fundamental no cenário da produção artística contemporânea, como

instrumento pedagógico e de pesquisa de linguagem, levantando questões de interesse para análise da sua forma própria de organização, desde o ponto de vista dramático, passando pelos processos de criação até as montagens de produções teatrais (Pereira, 2010, p.1).

Nem todos os estilos de textos são apropriados para um monólogo. Existe nele, muitos pontos particulares, desde o formato da interpretação, até mesmo a dinâmica de atuação que o actor precisa para convencimento da plateia.

Em entrevista, a atriz Lêda Dias afirmou que o monólogo é um trabalho extremamente solitário, que é difícil de fazer e que, segundo ela, se algum actor ou atriz disser que é fácil, deveremos desconfiar.

A atriz ainda afirmou que é de uma responsabilidade gigante subir no palco, diante de uma plateia, sozinha, e com tanta responsabilidade com o seu trabalho e com o público ali presente. Não que nas outras modalidades não exista isso, mas no monólogo assume-se um risco grande.



Figura 7 Atriz Lêda Dias em cena no monólogo "Frida e Eu". Janeiro, 2017, Celorico de Bastos/Portugal.

Lêda Dias também afirmou que para que todas as coisas andem de forma satisfatória relacionado ao monólogo, o actor precisa estar bem, estar afiado, trabalhar até o âmago da técnica que ele utiliza para aquele trabalho. A atriz ainda afirma que, em conversa com o diretor Carlos Machado, que dirigiu a peça "Frida e Eu", no monólogo, o texto é que salva o actor.

É importante destacar que o actor não pode esquecer que ele também é o próprio teatro, e que deve estabelecer essa conexão forte e profunda com o público, e que, no âmago de tudo, isso é o que o salva.

Para Ryngaert (1998, p.38), “o que importa para um autor é encontrar condições de produção que lhe permitam ser encenado sem ser obrigado a renunciar a sua liberdade de escritor.” A liberdade na criação é vital para qualquer autor. É na liberdade de criação que possibilita o autor ser criativo, versátil. E assim, com esta liberdade, o teatro adquire a grande possibilidade de se renovar.

Durante a cena de um monólogo, o actor que discursa sozinho, precisa buscar a atenção de quem não está ligado diretamente com o texto ali abordado, que é o público. Sobre essa relação entre actor e plateia, Lêda Dias afirma que, no monólogo, o actor precisa ter contato com a plateia o tempo inteiro.

O actor em cena, não pode deixar a plateia se acomodar, não pode deixar que essa plateia tenha até alguns segundos de relaxamento, mas é preciso que o actor possua o poder de capturar imediatamente toda aquela atenção do público sobre aquilo que você está fazendo, está dizendo ou não está fazendo ou não está dizendo, até mesmo para determinadas ações, mesmo sendo ações interiores para a sua pausa (Dias, 2021).

A atriz segue a afirmar que, quando se tem essa energia, quando se consegue estabelecer esta ponte de uma forma plena, nós sentimos essa energia. A energia que vai para o público e que volta. E isso é fundamental para o actor estar em cena ali, sozinho, solitário no palco, fazendo um monólogo.

O segundo monólogo denominado “Pêndulo” foi apresentado no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas, em março de 2018, na cidade de Fafe, Portugal, na Sala Manoel Oliveira.

O monólogo “Pêndulo” foi interpretado pelo actor português Rui Rodrigues, com texto de autoria de José Vicente dos Santos (Vicente Coda), e que também fez a encenação. É importante ressaltar que Rui Rodrigues participou do projeto Café Cultural Residências Artísticas, não como artista residente, mas como artista convidado, por morar na cidade de Fafe, onde é desenvolvido o projeto de residências artísticas.

O texto do monólogo fala sobre os medos que a sociedade impõe sobre o indivíduo, como forma de domínio, sobre a ética, e a impiedade do tempo através da ótica de um senhor rico que analisa essas questões de forma pessimista, irônica e filosófica.

Sobre a diferenciação entre monólogo e uma peça teatral com mais personagens, o actor Rui Rodrigues afirma que, tanto num estilo como no outro, existem vantagens e desvantagens. No monólogo, há a atenção do público toda voltada para o actor, mas também a liberdade de explorar o espaço e o cenário como ele bem entender.



Figura 8 Actor Rui Rodrigues em cena no monólogo "Pêndulo" direção e texto: José Vicente dos Santos-Fafe-Portugal. Café Cultural Residências artísticas.

Ao contrário do que se pensa, para alguns artistas, o monólogo é uma manifestação de carácter essencialmente inclusivo, permitindo não somente ao actor ocupar o centro da cena, como, também, dá oportunidade para o desenvolvimento de outros caminhos expressivos e de pesquisa (Pereira, 2010,p.1).

Diante desse facto, o actor Rodrigues acrescenta:

Claro que esta liberdade deve estar sempre dentro do contexto do espetáculo que estamos a apresentar. Quando participamos de um espetáculo, em que existe a colaboração de mais actores, temos de ser mais rigorosos com as marcações de espaço, pois o trabalho dos outros actores depende tanto do nosso como deles. Entretanto, se alguma coisa fugir ao planeado, já temos o apoio de quem, connosco, partilha o palco (Rodrigues, 2021).

O actor ainda acrescenta que no monólogo qualquer coisa que corra fora do planeado em palco, dependemos, por norma, só de nós mesmos.

O monólogo "Pêndulo" contou com trilhas sonoras tocadas ao vivo por três músicos, dois artistas residentes do projeto Café Cultural Residências Artísticas, que foram Guilherme Lapa e Inês Lapa, e o pianista Miguel Costa, convidado e colaborador do projeto e morador na cidade Fafe.

Os ensaios foram desenvolvidos durante quinze dias, período em que os músicos residentes permaneceram acolhidos no projeto. O processo de ensaio, primeiramente, deu-se em separado. O

actor fez o estudo de mesa, decorou o texto e, na última semana que antecedia a apresentação, juntou-se com os músicos Guilherme Lapa e Inês Lapa para os ensaios em conjunto.

O conceito do cenário do monólogo “Pêndulo” foi inspirado em filmes, filmes Noir, ainda que não possuísse uma temática policial, como a maioria desses filmes. Antes do personagem entrar em cena, o pianista Miguel Costa executa clássicos do cinema dos anos cinquenta durante dez minutos, e, simultaneamente, surgem imagens de filmes clássicos de Hollywood projetadas ao fundo.

Durante algumas pausas nas falas dos personagens, foram executadas músicas, compostas especialmente para o espetáculo, pelos músicos Guilherme Lapa e Inês Lapa.

As músicas executadas ao piano, na abertura do monólogo, anunciam uma atmosfera intimista e romântica, e que, esteticamente, nesse momento, com as projeções de cenas de diversos filmes, o monólogo passa a ideia de que o público está em uma sala de cinema.

O monólogo rompeu com a ideia de diálogo, isolando determinadas falas, instalando novos territórios e estéticas, dando às formas tradicionais de expressão artística um novo contexto e sentido. Esses aspetos, ora isolados, parecem ter se misturado, resultando numa profusão de novos significados e desdobramentos, que nos exigem atenção para compreendermos sua condição enquanto “evolução” da escrita dramática, uma vez que, tanto em nível de conceito quanto em nível de prática, o monólogo advém do teatro Grego, por ser uma expressão dada na relação entre aquele que fala (conta uma história) e o sujeito que acompanha o percurso do herói (Pereira, 2010, p.3).

A ideia do formato do monólogo “Pêndulo” foi a de, no primeiro momento, que o público se questionasse sobre o que realmente estava ali para assistir, se era teatro ou cinema. Apesar de toda a divulgação ter deixado claro que o espetáculo tratava-se de um monólogo, foi oportuno, pelo facto de que a sala Manoel de Oliveira é mais reconhecida por exibir filmes para aquela comunidade. No entanto, esse formato, de certa forma, encaixou muito bem para a intenção de causar tal confusão.

O Terceiro monólogo, denominado “Batatas Fritas em Óleo Quente”, foi apresentado no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas, em setembro de 2018, na cidade de Fafe, em Portugal, na Sala Manoel Oliveira, interpretado pela atriz brasileira Giuliana Maria, com o texto de autoria de José Vicente dos Santos (Vicente Coda), que também foi responsável pela encenação (direção).

O monólogo trata o assunto sobre as posturas do ser humano em sociedade, através de uma metáfora sobre o quanto ele é explorado e explorador no dia a dia, e faz uma analogia entre batatas fritas quentes com o indivíduo, e o óleo quente com a sociedade, a abordar questões filosóficas.



Figura 9 Atriz Giuliana Maria em cena no monólogo “Batatas Fritas em Óleo Quente”, Fafe, março, 2018. Fotos:Manuel Meira.

Em entrevista, a atriz Giuliana Maria afirma que “o texto traz também uma importante questão ideológica e possibilidades de jogo cênico a partir de questionamentos entre a ética e a moral”. Sobre as dificuldades e facilidades referentes à interpretação de um monólogo e uma peça com vários atores, a atriz afirmou que a montagem de um espetáculo teatral é uma ação complexa, que envolve muitas fases entre a escrita ou a escolha do texto, o estudo desse material, os ensaios e/ou as apresentações para o público, como também envolve a perícia de muitos profissionais.

Ela também afirmou que, independente da linguagem, o teatro é uma arte coletiva por essência, pois todos os formatos, geralmente, contam com a produtora, o elenco, a direção, a cenografia, a iluminação, a direção musical, a sonoplastia, as figurinistas e muitos outros profissionais, além do público. Nesse sentido,

Por estabelecer uma estética problematizadora, o monólogo constitui um importante recurso que não apenas permite refletir sobre a prática artística na contemporaneidade, mas também levar a comunicação para além de seu espectro particular (Pereira, 2010, p.4).

O monólogo “Batatas Fritas em Óleo Quente” apresenta um texto que aborda questões conflitantes da vida real, e que coincide com a estética de um monólogo que possibilita vários formatos de linguagens, tanto de um cenário como na atuação do ator ou atriz.

Em diferentes níveis, o monólogo vem, paulatinamente, a afirmar-se, definitivamente, como uma categoria artística expressiva, própria do século XXI, oriunda da necessidade de encontrar situações análogas ao que era produzido na sociedade ocidental (vanguardas históricas e vanguardas artísticas), possivelmente pela busca do estabelecimento de novas linguagens estéticas (Pereira, 2010, p. 4).

A respeito das diferentes técnicas que os atores precisam para melhor assimilação de um texto, tanto para um monólogo quanto para um texto com vários personagens, Giuliana Maria afirma:

A partir da minha formação, percebo que muitas atrizes e atores de teatro contemporâneo não têm uma técnica específica de assimilação de texto e estetambém não é um trabalho que gere uma demanda específica durante o processo. Quando se fala em apropriação do campo poético de uma personagem, o processo acontece de forma orgânica, durante o minucioso estudo do texto (leituras de mesa e análise do texto), ganha corpo nos ensaios, com as técnicas escolhidas e segue em aprimoramento a cada apresentação em jogo com o público. Portanto, é um processo vivo e decorrente do trabalho (Maria, 2021).

Quanto ao facto se existe ou não uma relação diferente do público com o monólogo, a atriz afirma que o comportamento é o mesmo comparado a uma peça com outros personagens. Nesse prisma, Brecht (citado por Gartner, 2016, p.18), compara o espectador teatral e o espectador esportivo. Numa partida de futebol, por exemplo, o espectador esportivo está atento e possui conhecimentos táticos e técnicos do jogo, o que lhe possibilita um juízo crítico sobre a partida, mesmo que esteja envolvido emocionalmente. Era esse tipo de espectador que Brecht vislumbrava no teatro. Um espectador iniciado, atento, capaz de distanciar-se e fazer um juízo crítico sobre a obra, mesmo que estivesse comovido emocionalmente.

O que se espera de um trabalho cênico é que ele tenha dilatação, qualidade de comunicação e potência artística o suficiente para atravessar o público, afetando-o. Como no Teatro, o público tem a liberdade de escolher como aprecia as composições das cenas, como as edita na sua fruição. De imediato, pode-se supor que uma atriz em monólogo deve estar em uma qualidade de presença tal que se torne o foco inquestionável da cena (Maria, 2022).

Ao relacionar à presença cênica, a atriz afirmou que a qualidade é fundamental para que o jogo

cênico aconteça com verossimilhança num trabalho coletivo, assim como se determinada informação da cena levasse o público a conectar-se com algum objeto cênico (ao invés de olhar para a atriz) e essa edição explode em sentido na sua experiência, e que não pode-se dizer que não houve sucesso ou que o público se desconectou do trabalho.

“Lendas e Romarias” foi mais uma peça teatral apresentada no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas. A peça teve o seu texto construído através de criação coletiva em forma de sinergia artística, pelos artistas residentes Lêda Dias, Dalila Lourenço e Francisco Camilo, juntamente com o grupo de teatro Celoricense da Vila Celorico de Basto e participação de moradores daquela comunidade. A atriz Lêda Dias foi a encenadora (diretora) da referida peça, que teve a participação de oito atores.

A peça “Lendas e Romarias” teve o texto desenvolvido baseado nas lendas e na religião, a incluir personagens ligados ao Castelo daquela localidade e demais personagens existentes no imaginário da sua população.



Figura 10 Atores em cena na peça “Lendas e Romarias”. Celorico de Basto, janeiro de 2017.

Durante entrevista, a atriz afirma que foi de extrema importância para ela um trabalho teatral ter sido elaborado em conjunto com o grupo teatral local, e que o texto da peça começou a ser desenvolvido a partir das pesquisas que Lêda Dias, Dalila Lourenço e Francisco Camilo fizeram na biblioteca daquela localidade.

Os três atores contaram com a preciosa ajuda do funcionário da biblioteca, um senhor chamado João Dias, que, além de apaixonado por folclore, conhecia diversas lendas e histórias antigas da Vila Celorico de Basto.

Depois de muitas anotações e conversas com o profissional daquela instituição, foi muito importante quando nos deparamos com todo o material existente na biblioteca. Por fim, conseguimos anotar tudo o que precisávamos para a elaboração do texto (Dias, 2021).

“Estávamos abastecidos de ideias e de possibilidades”, afirmou a atriz, e ainda acrescentou que depois de toda a pesquisa em equipe, foi buscar inspiração nos escritos do escritor Manuel Garcia Marques, para melhor compor o desenvolvimento do conceito do texto teatral. Ela explicou que a peça foi uma junção de três histórias, onde ela e os demais artistas residentes, depois que desenvolveram um esboço de roteiro de trabalho, apresentaram o texto já pronto para o grupo teatral local.

E depois de todos terem concordado com a ideia, e sobre o texto que foi apresentado, avançaram com os ensaios. A diretora e atriz Lêda Dias sugeriu que todos fizessem um *workshop*, que foi conduzido por ela e pela também atriz Dalila Lourenço, para que pudessem trabalhar as expressões dos corpos e as vozes, e assim, a atriz pôde conhecer as potencialidades de cada actor para as definições dos personagens, além dos estereótipos de cada um, e finaliza em dizer que foi muito satisfatório todo o processo de construção e realização da peça.

O Projeto Café Cultural Residência Artística já trabalhou tanto com o teatro de rua como com o teatro em recinto fechado.

Falar de teatro de rua, é também falar do teatro que vai à procura do seu público. Será, idealmente, um público diversificado, que engloba todas as classes sociais, todas as faixas etárias, um público acidental que é apanhado de surpresa, um público que observa à distância ou que opta por estar o mais próximo possível da ação, um público conhecedor ou não de teatro, mas também um público informado e convocado pelos meios de comunicação, que se desloca para assistir especificamente à representação. É sobretudo um público que terá também a possibilidade de permanecer no local ou ir embora. (Bragança, 2014, p.11).

Em todo caso, “o teatro é o complexo de fenómenos associados à transação entre o actor e a audiência” (Elam, 2002, p. 2). Ele abarca um conjunto de códigos enquanto sistema de comunicação, e, para o sucesso, a relação entre o actor e o público é essencial. Para ser compreendido, deve-se dar especial relevo aos modos de significação e aos atos que resultam da comunicação, para, assim, perceber o que existe em comum.

É relevante falar do público quando se aborda o tema do teatro, pois “suas posições constituem

outras tantas oportunidades de experimentar ou afirmar a posição ocupada no espaço social como lugar a assegurar ou distanciamento a manter” (Bourdieu,2006, p.57).

Ora, pode-se afirmar que o teatro é outra forma artística que transfigura as sociedades. Para Paula (2017, p.24) “o ato de fazer um espetáculo teatral, se trata de um fenômeno comunicacional. Esta forma de arte em questão se dá a partir da correlação entre o público e o artista”. No entanto, o universo da arte, em termos de produção e relação com o público, também está relacionado à uma lógica de mercado. A participação de um artista que se tornou famoso nas tradicionais novelas televisivas, em uma peça teatral, geralmente é um motivo decisivo para provocar interesse no grande público. O facto de o teatro possuir em seu cerne um fazer artesanal faz com que se opõe aos fundamentos da indústria cultural, que é de tornar os bens culturais em produtos.

Pode-se dizer que o reflexo da cultura como mercadoria na atual sociedade, tem levado a perda de produções teatrais livres, que nascem a partir da inquietação, focados em refletir juntamente com a sociedade, acerca de seu tempo e dos homens que a habitam. Ao invés disso, as produções têm se transformado em produtos que levam ao mero divertimento. (Santos, 2015, p.7).

É produzida em série, não possui nenhuma intenção de provocar o questionamento e a reflexão no público e no consumidor.

Para as massas, a obra de arte seria apenas objecto de diversão, e para o conhecedor, objecto de devoção. O facto de que esse modo tenha se apresentado inicialmente sob uma forma desacreditada não deve induzir em erro o observador. Afirma-se que as massas procuram na obra de arte distração, enquanto o conhecedor a aborda com recolhimento (Benjamin, 1992, p.75).

Aliás, na concepção de arte de Walter Benjamin, não é possível afirmar que o cinema de hoje se enquadra no grupo das artes, mas em um grupo que obedece apenas a uma lógica de mercado, sem o culto às artes; onde, até faz-se uso da arte, desde que seja necessário para a mobilização das massas.

Benjamin (1992) afirma que é justamente isso que a arte faz agora, graças ao cinema. Ainda segundo o autor, essa forma de acolhida pela seara da diversão, cada vez mais sensível, nos dias de hoje, em todos os campos da arte, e que é também sintoma de modificações importantes quanto à maneira de percepção, encontrou, no cinema, o melhor terreno de experiência.

É importante salientar que o teatro possui, ainda no seu cerne, um carácter artesanal; por outro,

é importante evidenciar que o teatro mantém ainda um contato aproximado com o público. Não é, por conseguinte, uma arte que se encaixa nos moldes da reprodutividade, como o cinema e as outras artes industrializadas.

O objetivo do Projeto Café Cultural Residências Artísticas é de promover *workshops* sobre o teatro, com discussões ligadas a questões sobre as dificuldades que essa arte enfrenta diante da escassez de público e da concorrência de diversas fontes de entretenimento; produzir peças teatrais em espaços urbanos, que o projeto acredita ser de grande importância para a cultura das pessoas; e despertar nelas o interesse para com estalinguagem artística.

4.2 Performance

No dia 14 de janeiro de 2017, além da apresentação do monólogo “Frida e Eu”, o projeto Café Cultural Residências Artísticas apresentou para o público a performance apresentada pela atriz Dalila Lourenço.

Performance é um fenômeno emergente de um conjunto de evoluções sociais que conjuga ações individuais e forças coletivas. Compreendem, também, o sentimento intuitivo e apriorístico de que a performance é fruto de uma época que se surpreendeu e se desafiou a si mesma e que apenas a posteriori deu conta das alterações de que foi protagonista e lhes deu nome. É inevitável sermos surpreendidos pela força desta emergência e perceber que aquilo de que hoje vemos sobre o passado não se constitui como fator de consciência semelhante ao da época respectiva. Este regresso do olhar com uma qualidade retrospectiva é, desde logo, uma possibilidade de criação que emerge a partir de componentes que os contextos contemporâneos possibilitam. (Santos ,2017, p.37)

No entanto, para Cohen (2002, p.38),

A performance está ontologicamente ligada a um movimento maior, uma maneira de se encarar a arte; A live art. A live art é a arte ao vivo e também a arte viva. É uma forma de se ver arte em que se procura uma aproximação direta com a vida, em que se estimula o espontâneo, o natural, em detrimento do elaborado, do ensaiado.

A performance artística ou a *live art*, tanto se assemelha às performances naturais do indivíduo no seu dia a dia, como se distancia de diversos cânones ligados às mais variadas linguagens artísticas. É uma arte de improvisos, aberta ao inesperado.

A live art é um movimento de ruptura que visa dessacralizar a arte, tirando-a de sua função meramente estética, elitista. A ideia é de resgatar a característica ritual da arte, tirando-a de 'espaços mortos', como museus, galerias, teatros, e colocando-a numa posição 'viva', modificadora (Cohen, 2002, p. 38).

Essa linguagem artística está ligada ao lado comum da vida, como, por exemplo, passar roupa, jogar, vestir-se, despir-se, dançar; assim como também ao corpo em atuação. Dessa forma,

Esse movimento é dialético, pois na medida em que, de um lado, se tira a arte de uma posição sacra, inatingível, vai se buscar, de outro, a ritualização dos atos comuns da vida: dormir, comer, movimentar-se, beber um copo de água (como numa performance de George Brecht do Fluxus) passam a ser encarados como atos rituais e artísticos (Cohen, 2002, p. 38).

Decerto que nenhuma linguagem artística continua estática nas suas características, até mesmo nas suas ideologias com o passar do tempo.

Apesar das performances terem sido inicialmente apresentadas fora de museus, galerias e auditórios, contrapondo-se a esses espaços, hoje em dia, as performances são apresentadas em todos os espaços possíveis e imagináveis, sem restrições.



Figura 11 Performance solo da atriz Dalila Lourenço. Celorico de Basto, janeiro, 2017.



Figura 12 Dançarina e coreógrafa Alexandra Fonseca em performance através da sinergia artística com os graffítters Vasco Maio, Pedro Loureiro e músicos da cidade de Fafe março, 2017. Fafe, Portugal.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas apresentou uma segunda performance no mês de março de 2017, na sala Manoel Oliveira. Esta performance contou com a participação do músico residente Luiz Fontineli e banda, os graffítters Pedro Loureiro, Vasco Maio e com a participação ainda da Coreógrafa Alexandra Fonseca.

4.3 Música

A música é a manifestação artística mais presente no dia-a-dia das pessoas. Independentemente da cultura de cada povo, o indivíduo tem, desde sua infância, contato com essa linguagem emitida através de sons, capazes de extrair das pessoas os mais variados sentimentos. Em casa, nas ruas, no trabalho, por muitas vezes, não é necessário ir ao encontro da música para ter acesso a ela, muito pelo contrário; ela vai, por diversas vezes, ao encontro das pessoas.

A música está inserida em todas as culturas emitidas através dos veículos de comunicação, como, por exemplo, rádio, televisão, cinema e revistas especializadas (matérias jornalísticas); através dos cantores, nas historinhas infantis, nas cerimónias oficiais e nas religiosas, no teatro, no folclore e em forma de *jingles* publicitários; uma vez que a música, como qualquer outra arte, acompanha, historicamente, o desenvolvimento da humanidade.

Pode-se observar este facto, ao analisar as épocas da história, pois, em cada uma delas, a música está presente com linguagens e arranjos que, muitas vezes, são característicos. “A música é algo constante na vida da humanidade, pode-se comprovar isto, em todos os registros da trajetória da

história” (Ongaro *et al.*, 2006, p.3).

No contexto escolar, a música tem a finalidade de ampliar e facilitar a aprendizagem do educando, pois ensina o indivíduo a ouvir e a escutar de maneira ativa e refletida, e auxilia no desenvolvimento intelectual das crianças, pois possibilita uma melhor aprendizagem.

No final do século XIX, a atividade musical torna-se um produto para consumo, com o surgimento do fonógrafo, cilindros de música e do gramofone. No século XX, as exportações de discos, a execução massiva nas rádios e o surgimento do cinema sonoro tornaram possível que a música se tornasse um produto comercial, a influenciar os costumes e a cultura das sociedades em todo o mundo ocidental.

O mundo da música popular, tal como ele se apresentava aos olhos de um observador mais atento dos anos 20 e 30, era um mundo complexo, de ampla penetração sociológica e cultural, mas ao mesmo tempo cada vez mais ligado ao grande negócio industrial que estava se formando a partir da música, com todo seu aparato tecnológico (Napolitano, 2002, p. 14).



Figura 13 Cantor Rapadura (Brasil) em concerto na abertura do Projeto Café Cultural Residências Artísticas, janeiro, 2017. Celorico de Basto, Portugal.



Figura 14 Apresentação do artista Luiz Fontineli e banda., março 2017- Fafe. Foto: Manuel Meira.

Podemos fazer uma dupla leitura da música na contemporaneidade: encará-la como uma manifestação da indústria cultural, a serviço de interesses econômicos privados, ou ver nela uma cristalização de comportamentos festivos típicos do tribalismopós-moderno.

Os artistas pós-modernos, segundo Lyotard (1993), não seguem regras estilísticas pré-estabelecidas, nem procuram que as obras sejam apreciadas por valores estéticos unos. Ao contrário, as obras de arte são responsáveis por criar as próprias regras, tanto de produção como apreciação estética. Este pensamento pode chocar com os padrões estéticos que vigoram nas academias.

É neste espírito pós-moderno que a música também se adapta, recusando o individualismo, a procura pela perfeição. Hoje a música significa comunhão, partilha de emoções, elemento agregador das tribos sociais. O pensamento *maffesoliano* remete-nos para o perigo de continuarmos a formar músicos numa lógica desconectada da sociedade hodierna, insistindo numa cultura musical elitista que tende a recusar as manifestações populares (Ferreira & Rabot, 2017, pp.195-196).

Se o negócio da música é algo muito lucrativo, quando refere-se ao mercado da música popular, e se a dicotomia entre a música independente (*underground* ou de contracultura) e a música de consumo, fabricada para a grande massa através da indústria cultural, é sempre de atualidade, temos de reconhecer que a música popular impõe-se na sociedade contemporânea de forma sistemática, na

construção de costumes e formas de pensar em vários segmentos sociais, a modelar consciências, a introduzir desejos, e a recriar novos comportamentos sociais.

O impacto cultural da música popular nos meios urbanos atuais incide, primordialmente, sobre a formação de grupos sociais e a construção e compartilhamento de afinidades e gostos comuns. Trata-se de um produto cultural que, disponibilizado para amplos setores da sociedade, adquire especificidades simbólicas no momento das experiências culturais, a fazer circular pensamentos e visões do mundo. “Essa adversidade estética que a música popular abriga, e sua própria importância na vida cultural contemporânea, faz com que ela se tornasse um tema privilegiado de acalorados debates sobre a qualidade estética” (Trotta, 2007, p.1).

A cultura popular opõe-se à cultura de massas. A música de massas é divulgada nos grandes meios de comunicação, direcionada para as diferentes classes sociais. Ela tem o poder de aglutinar, criar grupos de pessoas que comungam ideias e costumes, e é apresentada através da grande mídia, por diferentes gêneros e estilos, com objetivos de atingir, certamente o público-alvo para o seu consumo.

A música de massa não passa de um mero negócio, uma mercadoria que estimula a padronização de costumes e comportamentos. E este facto já não é omitido pelos empresários desta indústria, cujos dirigentes não estão mais, sequer, muito interessados em encobri-lo. Seu poder fortalece-se, à medida que mais, brutalmente, ele confessa-se de público.

O cinema e o rádio não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositadamente produzem. Definem a si mesmo como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos (Adorno & Horkheimer, 1997, p.57).

O gosto imposto pela indústria cultural às massas, através de um processo de padronização das músicas no cinema e em outras áreas do entretenimento e cultura, reprime qualquer outra proposta que possua uma estética diferente, e isso dificulta o estímulo intelectual da música feita para a venda.

Ora, podemos legitimamente perguntar-nos se a oposição entre música para as massas e a música popular tem ainda alguma relevância, pois os fenômenos sociais devem ser lidos na sua ambiguidade e complexidade. Foi o que fez Edgar Morin, na sua obra profética, "*O Espírito do tempo*", ao sublinhar toda a ambivalência da cultura de massas e da suposta homogeneização social que induziria.

Nesse sentido, sublinhamos duas asserções que encontramos no seu magistral estudo, do

princípio dos anos 1960, e que, entretanto, não perderam nada da sua atualidade. Morin comprova, por um lado, que a uniformização cultural das sociedades de massas é tributária da “[...] identidade dos valores de consumo, e [que] estes valores comuns são precisamente veiculados pelos *mass media*, ou seja, por esta unidade que caracteriza a cultura de massas” (Morin, 1983, p.45)



Figura 15 José Miguel, artista Fafense e colaborador do projeto Café Cultural Residência Artísticas. Julho 2020. Fafe, Portugal

E se pensarmos nos lazeres comuns, as estadias de férias comuns aos operários, aos empregados, aos ‘quadros’, aos comerciantes (a diferença residindo nas tendas e nas vivendas), podemos antever que a nova cultura se prolonga no sentido de uma homogeneização dos costumes (Morin, 1983, p.44).

Esta homogeneização pelo intermédio da cultura de massas não escapa ao que a sociologia chama de efeitos perversos. É assim que Morin é levado a reconhecer, que ninguém é definitivamente civilizado. “A cultura de massas droga-nos, embebeda-nos com os seus ruídos e furores, mas ela não nos cura dos nossos furores fundamentais” (Morin, 1983, pp.135-136).

Por outras palavras, a interação dos músicos residentes com os demais artistas, independente da sua área, no quadro do projeto Café Cultural Residências Artísticas, é algo fundamental para o contributo de avaliar a importância da mudança de paradigma cultural na nossa sociedade.

4.4 Residências artísticas e iniciativas comunicacionais: Cartazes e matérias jornalísticas referentes ao projeto Café Cultural Residências Artísticas

A organização do projeto Café Cultural Residências Artísticas, além de usar as redes sociais para

a divulgação das atividades realizadas pelos artistas residentes, também fez uso de cartazes distribuídos em locais estratégicos, como ruas que possuem grande fluxo de pessoas e comércios locais muito frequentados na cidade de Fafe, por exemplo.

Essa tradicional estratégia de divulgação usada para as atividades do projeto, ainda considerada importante para a produção de projetos, cada vez mais torna-se apenas um complemento, diante da divulgação de programações atualmente existentes através das redes sociais.

Neste sentido, com base na observância do seu processo evolutivo, as redes sociais destacam-se como importantes e essenciais ferramentas de comunicação entre as pessoas. Estima-se que seu início tenha ocorrido com a troca de e-mails ou correios eletrônicos, considerados como formas predominantes de interatividade, até, enfim, obter esta notável interação em tempo real, formada por uma estrutura de sociabilidade, composta por pessoas ou organizações que estão conectadas por vários tipos de relações e associadas a valores e objetivos comuns (Sousa, Borges & Borges, 2016, p.3).

Instituições públicas, empresas particulares e profissionais autônomos de diversas áreas passaram a usar as redes sociais como veículos de divulgação dos seus serviços, que se tornou a principal ferramenta de *marketing*. Outro veículo ainda importante para a divulgação das atividades do projeto Café Cultural Residências Artísticas são os jornais da cidade de Fafe, que sempre noticiaram as atividades que aconteciam nas residências artísticas no decorrer de cada ano.

Nesse sentido, Freitas (2006, p.15) afirma que:

Jornalismo comunitário tanto quanto os jornalistas alternativos apresentam-se na atualidade como um caminho para profissionais trabalharem mais livremente, não sendo obrigados a seguirem a linha ideológica da empresa jornalística. Essa forma de jornalismo dá ao profissional a liberdade perdida com a industrialização da notícia.

Os murais pintados pelos artistas residentes, as peças teatrais, os concertos musicais e todos os acontecimentos foram noticiados pelos jornais da localidade, justamente pelo facto de o projeto ter sido de relevância cultural para a cidade de Fafe.

Apesar de a imprensa, nos tempos atuais, passar por grandes crises devido aos novos meios de comunicação, os quais o indivíduo, através da internet, tem acesso aos acontecimentos em diversas partes do mundo, as informações nas pequenas cidades, no caso do jornal impresso, ainda têm uma grande importância, pelo facto de que os acontecimentos das pequenas localidades nem sempre

aparecem nas grandes médias, como rádio e televisão, por exemplo.

A comunicação macro jamais substituirá a do acontecimento próximo, que nos interessa diretamente, pois pode nos impactar tanto positiva quanto negativamente. E essa tarefa é a do jornal que, diferente do rádio e da televisão, de ação imediata, é o veículo que traz as notícias e factos já apurados e consolidados, além de servir para orientar os leitores, é o que sobra para futuras gerações conhecerem a história do lugar (Gonçalves, 2019, p.1).

Os jornais são documentos, registros dos factos ocorridos na cidade. Muitos livros de história foram escritos a ter como fonte os jornais, e, hoje em dia, os jornais comunitários, ou de pequenas cidades que não pertencem a grandes incorporações, são mais transparentes, na medida em que os jornalistas conseguem trabalhar sem amarras e vieses ideológicos.



Figura 16: Cartaz.



Figura 17: Cartaz



Figura 18 :Cartaz



Figura 19: matéria jornalística



Figura 20: matéria jornalística



Figura 21: matéria jornalística

É legítimo afirmar que toda forma de divulgação de temas voltados para o desenvolvimento cultural de uma sociedade é de extrema importância, principalmente quando se trata de algo voltado para o bem comum.

4.5 Projeto Café Cultural Residências Artísticas: uma estética sociocultural

O projeto de intervenção Café Cultural Residências Artísticas já está em curso desde 2017 e já participou de três eventos que aconteceram em duas cidades acolhedoras,

com a participação de artistas na área das artes visuais, teatro e música, e também de artistas locais para a realização do trabalho de sinergia artística.

A primeira residência artística do projeto Café Cultural Residências Artísticas, na Vila de Celorico de Basto, contou com os artistas Dalila Louredo (atriz), Iêda Dias (atriz), Francisco Camilo (grafiteiro).

Esta primeira residência, que ocorreu de 08 a 21 de janeiro de 2017, além dos artistas residentes acima citados, contou com a participação de artistas convidados da área de teatro de Vila Celorico, de Basto. O tema para o trabalho da sinergia artística foi uma peça teatral que tratava das crenças populares da região, intitulada “Lendas e Romarias”.

Na segunda residência, que aconteceu entre os dias 13 e 24 de março de 2017, na cidade de Fafe, o projeto contou com a presença dos artistas Luiz Fontineli (músico), Pedro Loureiro (grafiteiro), João Vasco (grafiteiro), onde o trabalho de sinergia artística foi desenvolvido sobre o tema: “A Viagem de Christine ao Universo da *Beat Generation*”, que contou com artistas convidados na área de dança, da música e da moda.

Na terceira residência, que aconteceu entre os dias 08 e 22 de maio do mesmo ano, o projeto Café Cultural Residências Artísticas recebeu os artistas na área do graffiti. São eles: a brasileira Katia Suzue, a portuguesa Teresa Robalo e o músico português Miguel Samarão.

Nessa residência, o projeto contou com a participação de dois atores e doze músicos para uma sinergia artística, a trabalharem o roteiro de um teatro musical denominado “A viagem de Alice ao universo da *Beat Generation*”, de autoria e encenação de Vicente Coda, o qual foi apresentado ao público, na Praça da Arcada em Fafe.

Na quarta residência, realizada entre os dias de 18 de junho a 08 de julho, o projeto Café Cultural Residências Artísticas contou com a presença de três artistas residentes, os brasileiros Saulo Ferreira (músico e compositor), Alisson Couto (músico, compositor e DJ) e Cláudio Mendonça (artista

plásticos e grafiteiro), conhecido artisticamente como Cadumen. Os músicos residentes desenvolveram um trabalho de sinergia artística, que consistia em criar uma trilha sonora para um monólogo denominado “O Espaço físico”, onde a atriz e artista plástica convidada, Ray Claudia, apresentou o texto através de uma imagem gravada e reproduzida junto com os músicos no palco.

A contribuição social desse projeto consistiu em estimular no público o entusiasmo pelas artes, com acesso gratuito aos eventos de produções independentes, sem ligação com a indústria cultural.

Um projeto voltado para novas convivências, aprendizados, elaboração e criação, e que une várias vias de conhecimento, com o objetivo de contribuir para a projeção do crescimento do indivíduo/artista, através da formação cultural e desenvolvimento artístico, no sentido deste artista projetar-se cada vez mais no universo de novos métodos de criação, novas experimentações, novas propostas de trabalhos artísticos para um autoconhecimento sobre o ser artístico e até onde poderá ir o seu trabalho, enquanto estética e aceitação de público e crítica.

Em atividade até hoje, o projeto Café Cultural Residências Artísticas, tanto antes como agora, pretende fazer com que o artista, mensure sobre questões como o sucesso amplamente divulgado pela indústria cultural, através de novas produções e rotinas artísticas diferenciadas, e contribuir para a concretização de novas partilhas de conhecimentos e de emoções, pois entende que o acesso ao universo do conhecimento precisa, cada vez mais, ser facilitado por iniciativas vindas de diversos setores da cultura e de ensino, da sociedade, e de iniciativas de projetos culturais.

Por conta de tantos desafios, existe uma urgência de conhecimento na sociedade contemporânea, e tal necessidade precisa ser atendida para proporcionar melhorias nas condições para o profissional das artes e discernimento, sobre a importância da arte e da diversidade cultural para todos os povos.

A arte está como veículo de expressão humana através da criatividade, e, nesse prisma, Biesdorf e Wandscheer (2011, p. 2) testificam que “o ser humano se expressa por meio da arte desde os tempos mais remotos; a expressão artística é a forma que o homem encontra para representar o seu meio social.”

A arte deve proporcionar indivíduos autônomos, para isso, faz-se necessário projetos como o Café Cultural Residências Artísticas, que viabiliza processos de valorização do artista e da arte, independentemente de amarras puramente comerciais.

Esse projeto tem o propósito de provocar e fomentar o interesse do cidadão, através de vários temas, na área da arte e da cultura, seja ela popular ou erudita, sem colocar distinção de classes sociais para o acesso a todos os eventos, por serem gratuitos, a proporcionar um maior interesse pela arte e contribuir para a diminuição do preconceito com os artistas que não fazem parte do sistema

convencional de sucesso imposta pela indústria cultural. O projeto pretende, em suma, contrariar os desígnios da indústria cultural e da transformação da arte em mera mercadoria.

Sendo assim,

Neste momento essencial do espetáculo que consiste em ingerir tudo o que existe na atividade humana em estado fluido para depois vomitá-lo em estado coagulado, para que as coisas assumam seu valor exclusivamente pela formulação em negativo - nós reconhecemos a nossa velha inimiga, que embora pareça trivial à primeira vista complexa e cheia de sutilezas metafísicas, a mercadoria (Dedord, 2003, p.35).

Pensar sobre o papel da cultura, diante deste mundo resumido em mercadorias que desprezam o conhecimento, em prol do bombardeio de informações voltadas para diversas despesas inúteis ou supérflua, a desviar a atenção do indivíduo daquilo que realmente é importante; representa, em si, uma ação política e um ato de subversão diante de “rolo compressor” do consumismo.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas pretende, assim, contribuir para a descentralização da cultura e do conhecimento, e agir em favor de uma concretização real da liberdade criativa.

Ao oferecerem modos de produção que incentivam a criação, a circulação e o compartilhamento de propostas experimentais à margem de categorias centradas na materialidade do objecto e na individualidade do artista, as residências reavaliam definições e fronteiras das práticas artísticas ao questionar modelos de pensamento e conhecimento totalizantes. E, do ponto de vista sistémico, são fundamentais para a formação de redes e networks alternativos e para a dinamização de artistas e contextos periféricos frente ao circuito globalizado das artes, abrindo novos espaços de formação, produção, difusão e reflexão no campo da cultura centrados em processos de troca e interação (Dalcol, 2015, p.2).

Numa proposta de imersão de convivência artística, ao dialogar com novos parceiros, trabalhar com novos temas e conviver em novos ambientes, as residências artísticas propõem novas perspectivas no modo do fazer e do pensar artístico.

Diante desse cenário contemporâneo, as residências artísticas vêm desenvolvendo um papel de muita importância, tanto para o artista como para o público, em geral. Elas existem como uma alternativa independente do *estabilisment*⁴ dos shows *business*, propondo uma pausa na rotina local,

⁴ Refere-se ao conjunto de forças presentes que possuem larga influência decisória dentro de uma sociedade. Estes grupos podem ser

na sua zona de conforto criativa, e contribui para a diminuição do preconceito do público, principalmente aos artistas que não fazem parte do *mainstreaming*, mas, que possuem talentos indiscutíveis, que não são beneficiados pela grande média.

Assim, possibilita ao público um “novo olhar”, no que se refere a um produto artístico genuíno, fruto de um trabalho, no qual, o criador se dispôs a sair de sua zona de conforto e vivenciar novas experimentações.

As residências artísticas são instituições que possuem um importante papel, tanto na área social quanto cultural, por apoiarem e desenvolverem projetos artísticos que levam, ao público, o contato direto com o artista, seja em auditórios ou nas ruas, não somente para apreciação das suas obras, mas, também, por possibilitarem relações de ensino/aprendizagem, trocas de informações e, assim, a construção de um públicopensante.

A diversidade de projetos culturais é de suma importância para o desenvolvimento artístico, pois o cérebro humano precisa de novos estímulos, constantemente, novas experiências, para se desenvolver, pois, como afirma Calabrez (2021), toda experiência que você vive muda o seu cérebro.



Figura 22 Apresentação da cantora Joana York na sinergia artística. Fafe, maio, 2017. Foto: Eulália Almeida

No processo criativo do projeto Café Cultural Residências Artísticas existe o elemento da “provocação”, que estimula os artistas residentes a trabalharem de formas diversas, tanto de maneira

organizações, políticos, pessoas com poder aquisitivo muito alto, grupos midiáticos, religiosos e instituições não governamentais.

³ Indústria que se dedica ao mundo dos espetáculos, do teatro, cinema, televisão, rádio, concertos, programas de entretenimento ou variedades, shows de circo ou feiras.

⁴ Conceito que expressa uma tendência ou moda principal e dominante. Em português significa "corrente principal" ou "fluxo principal".

individual, quanto em parcerias. Eles se deparam com um diferencial que se estende ao todo, relacionado a uma nova localidade, nova cultura e novas interações com os demais artistas.

Podemos citar, como exemplo, os artistas Guilherme Lapa e Inês Lapa, que foram artistas residentes e, no processo de sinergia artística, trabalharam durante 14 dias, na criação de trilhas sonoras para um monólogo, intitulado “Pêndulo”, que foi interpretado pelo ator convidado, Rui Rodrigues.

Essa sinergia resultou em novas experiências para os três artistas, através das criações de composições, ensaio de textos; tudo, em um curto espaço de tempo, para a apresentação, que ocorreu na sala Manoel de Oliveira, em Fafe, e com entrada franca para toda a comunidade.

O Projeto Café Cultural Residências Artísticas, localizado em Fafe, Portugal, que iniciou suas atividades com a primeira residência, na Vila de Celorico de Bastos, objetiva suscitar o interesse da comunidade local pelo desenvolvimento artístico das suas zonas urbanas, procurando despertar a construção de um senso crítico, em matéria artística, e envolvê-la no processo criativo, possibilitando conhecimentos, através do contato direto com o criador (artista).

Tudo isso só foi possível por meio da permanência do artista, no prazo mínimo de 15 dias e, assim, colocar em prática todo o projeto artístico, anteriormente discutido com a curadoria. Por fim, possuir tempo para correções, adaptações com a nova localidade, convivência e interação entre artistas e público, através das artes, por eles, criadas, bem como ministrar *workshops* em praças, instituições educacionais e filantrópicas.

Tendo em vista que os grupos de pessoas assistidas por esses *workshops* pertencem a uma gama de diversidades, como camada social, entidades, faixa etária mista, nível intelectual variado. As residências artísticas possibilitam ao artista a imersão ao autoconhecimento, enquanto profissional das artes.

No entanto, na maioria dos casos, as manifestações artísticas acontecem ao ar livre e, dessa forma, o referido projeto consegue atingir um maior número de pessoas, fazendo dessa localidade uma “residência artística”, no sentido mais amplo do termo. “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 deslocar-se a espaços institucionais como museus ou galerias” (Eugénio, 2013, p. 3).

Os *workshops* promovidos pelo Projeto Café Cultural Residências Artísticas acontecem em Cercis, universidades, escolas secundárias, escolas de músicas, escolas profissionais, sedes de juntas de freguesias, para aposentados da terceira idade, centros culturais e nos locais aonde são criados os

murais. Assim, o Projeto segue proporcionar uma troca de conhecimentos múltiplos, no contributo à descentralização do conhecimento artístico, independente de classes sociais e níveis de escolaridade.

Nos *workshops*, além da prática, o artista residente discute com os demais participantes sobre uma variedade de pontos, relacionados à criação artística, técnicas, métodos, processos de criação e as suas experiências. Os *workshops* de graffiti são de grande importância, infelizmente, ainda é um tema muito pouco explorado nos cursos de artes.

É legítimo constatar que o preconceito, embora tenha diminuído, ao confundir o graffiti com pichação, ainda permanece. A relação de ensino e aprendizagem, principalmente entre os artistas dessa área, vem contribuindo para um melhor entendimento, diminuindo o preconceito, com esse segmento artístico.

Ainda existem muitos artistas que criam murais de forma clandestina e, em alguns casos, por falta de oportunidade profissional, porém, essa prática de criação está diminuindo, devido ao amadurecimento artístico que esses profissionais vêm adquirindo com o passar do tempo e, as pessoas e diversos poderes públicos já percebem esta evolução.

Nesse sentido, é importante salientar que os *workshops* promovidos pelo projeto Café Cultural Residências Artísticas não são limitados à área de graffiti, pois, apesar de possuir, nesse segmento artístico, a expressão artística prioritária, ele acolhe artistas de diversas áreas, como música, teatro, performance e vídeo. Da mesma forma que os projetos de graffiti são elaborados e discutidos com a curadoria, antes da chegada do artista à residência e os projetos de *workshops* também passam pelo mesmo processo.



Figura 23 Workshop de graffiti, CerciFaf, ministrado pelo artista Cadumen – Fafe, junho, 2017.



Figura 24 Workshop de graffiti, Multiuso, ministrado pelo artista Maio e Pedro Loureira – Fafe, março, 2017.

Não é exigido, pelo Projeto Café Cultural Residências Artísticas, que os artistas possuam formação acadêmica, nem mesmo experiências, para ministrar *workshops*. O que o projeto propõe, acima de tudo, é uma interação entre artista e público, na qual ele colocará a sua experiência, como criador, para o público presente, diminuindo o abismo existente entre eles. No entanto, na maioria dos casos, os artistas selecionados pelo projeto possuem formações acadêmicas e experiência em *workshops*.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas entende que há uma urgência, no que se refere ao conhecimento das artes, em geral, principalmente a respeito do valor da arte urbana, como potencial artístico, importância para o espaço público, no sentido de valorização e conscientização de pertencimento, dos cidadãos moradores das localidades em que os murais foram criados.



Figura 25 Workshop de música, ministrado pelo artista Saulo Ferreira, Reitoria da Universidade do Porto. Junho, 2017.



Figura 26 Workshop de teatro, ministrado pela artista Giuliana Maria, CerciFaf, Fafe, setembro, 2018.



Figura 27 Workshop de teatro, ministrado pela artista Giuliana Maria, CerciFaf, Fafe, setembro, 2018.

Não só as práticas são temas dos *workshops* ministrados pelos artistas, mas também curiosidades das múltiplas linguagens artísticas, por eles apresentadas. Assim, os *workshops* produzidos pelos artistas residentes do projeto Café Cultural Residências Artísticas possibilitam novas experiências de aprendizado entre as duas classes: artistas e alunos da comunidade, esclarecendo dúvidas sobre os temas artísticos, ali, abordados.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas investe na arte, não somente como objeto de apreciação do público, mas também para possibilitar às pessoas novas percepções sobre as próprias vidas e o mundo que os rodeia. Vaz (2019, p.3) afirma que “é possível considerar a arte como cultura visual, que adquire sentidos a partir dos olhos que cada pessoa projeta para si ao apreciar e produzir arte, pela conexão entre vida e arte”.

A arte sempre estará presente no cotidiano das pessoas, independente de que elas possuam ou não consciência desse facto. Por esse motivo, é cada vez mais importante o incentivo de atividades e educação artísticas. Para Ferreira (2001, p.12), “as artes devem estar presentes no currículo escolar não por suas contribuições nesses campos de desenvolvimento, mas pelos benefícios que apenas as artes, e nenhuma outra área de estudo, podem oferecer à educação”.

A arte é um dos principais caminhos para que o indivíduo conheça a sua cultura e a de outros povos. “A arte existe para que possamos nos expressar. Dizemos por meio dela aquilo que não conseguimos comunicar de outras maneiras. As diversas formas artísticas existem para responder às diferentes necessidades de expressão do ser humano”(Ferreira, 2001, p.2).

O projeto Café Cultural Residências Artísticas já acontece há cinco anos, em quatro etapas, nos meses de março, junho, julho e setembro. Em 2020, em razão da pandemia por Covid-19, foi desenvolvida apenas uma mostra de música eletrônica, com o grupo *Electronic Sound Project*, com produção do referido projeto e a participação de artistas da comunidade de Fafe. Em relação aos *workshops*, o projeto Café Cultural Residências Artísticas também as ministrou em instituições de outras cidades, a exemplo da Cerci Braga e na Reitoria da Universidade do Porto, com três *workshops*: um de música, um de vídeo arte e um de teatro.

Na área do graffiti, podemos destacar alguns resultados muito favoráveis, que foram o despertar positivo do público local em relação a arte urbana, através dos murais realizados na cidade, a diminuição do preconceito a respeito dessa linguagem artística, em que era comum confundir graffiti com pichação.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas veio a proporcionar o estímulo ao culto às artes visuais a diversas faixas etárias de idades, através das artes realizadas pelos artistas residentes e pelos workshops por eles ministrados.

Os murais produzidos, no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas em parceria com a autarquia de Fafe, estão concentrados na Praça da Comunidade, local onde acontecem eventos culturais, esportivos, feira popular (às quartas-feiras) e, em maior quantidade, no Parque da Cidade, local bucólico e de lazer. Uma parte do Parque da Cidade, que não era muito frequentada pela população, devido ao mau aspeto em que se encontravam as paredes, ali, existentes, foi recuperada pela criação de murais.

As autarquias têm sido agentes muito relevantes neste processo, sendo de destacar o projeto pioneiro da Galeria de Arte Urbana (GAU) da Câmara Municipal de Lisboa, a este propósito. Temos, no entanto, testemunhado uma multiplicação dos festivais e mostras de arte urbana em diferentes cidades, grande parte delas com patrocínio das autarquias. Este facto explica-se pela assunção de que a arte urbana envolve uma mais-valia para o espaço público urbano, para a sua reconfiguração e valorização (Campos, 2017, p.3).

Durante o processo de criação, o artista expõe-se de maneira intensa no ambiente urbano, e esse ato consiste em uma troca de benefícios entre o artista e a cidade, que lhe oferece, além do suporte, toda atmosfera de acontecimentos contínuos. E a arte do graffiti desse artista é inserida nesse contexto de comunicação contínua para todas as pessoas e para a estética urbanística.

O artista do graffiti passa a ser, na cidade, aquele que produz arte para todos, estando exposto,

sendo um diferencial positivo e, até mesmo, algo curioso, inserido na atmosfera urbana. O artista do graffiti, o *writer*, ao usar as paredes, as ruas, os postes como suporte para a sua criação, traz, como resultado, uma transformação lúdica de objetos irremovíveis da cidade.

As superfícies urbanas compostas por muros, fachadas, portas, tapumes, vitrinas, mobiliário urbano, são recursos e suportes usados de forma criativa pelos artistas. Estes elementos são partes integrantes e inamovíveis da obra. Deste modo, as peças são compostas não apenas pelos conteúdos gráficos criados, mas também pelo seu suporte (Campos, 2017, p.2).

É legítimo afirmar que a arte urbana não é, somente, a mais democrática de todas, no sentido de estar exposta para todas as pessoas, mas, também, o seu processo de criação, é o mais diferenciado, pois, a maioria das etapas de criação é exposta para as pessoas: o artista, a técnica e a arte finalizada. A cidade é o ateliê da arte do graffiti e, decididamente, não é um ateliê tradicional, fechado, uma espécie de casulo, onde o seu processo de criação, geralmente, é realizado pelo artista plástico, de forma privada, sem acesso ao público.

O processo de criação do artista do graffiti, desenvolvido pelos artistas urbanos, instiga mais ainda, nas pessoas, o sentimento de pertencimento para com aquela localidade, que expõem em seus espaços obras para todo o público, e possui uma forte influência, no que se refere ao fazer artístico.

As formas arquitetônicas e urbanísticas dos territórios de uma cidade, tanto quanto os objetos materiais que as abrigam (obras de arte - esculturas, monumentos, murais, painéis) significam uma oportunidade ímpar para a comunidade humana de expressar os vínculos de pertencimento a um território geográfico, atribuindo-lhe significados de acordo com os mitos e lendas de sua fundação (Rocha & Eckert, p.414).

O graffiti é um dos segmentos da arte urbana, e, segundo Campos (2017, p.1):

[...] parece fulcral enquadrar a arte urbana enquanto: a) 'formato expressivo' e, b) 'movimento artístico'. Esta questão é de fundamental importância, na medida em que este é um termo profundamente empregado, apesar de transportar vários sentidos e conotações.

Essa linguagem artística, inserida com a denominação das palavras "arte" e "urbana", isoladamente, envolve diversos significados, contribui para novas reflexões, no contexto artístico.

Podemos considerar que a palavra “arte” exprime aptidão, destreza, criatividade de um indivíduo ou grupo, que também pertence, juntamente com a palavra “urbana”, ao contexto social. Dessa forma,

O conceito de urbano é contextual, admitindo um emprego literal ou simbólico. É urbano porque circunscribe o espaço de existência dessas artes: o território da cidade. Porém, também é urbano na medida em que trata de conteúdos ligados à experiência urbana, à contemporaneidade e às características de uma cultura visual que é fortemente inspirada pela cidade (Campos, 2017, p.2).

O graffiti é uma arte popular pertencente à cultura visual urbana, que contribuiu para a quebra de padrões artísticos tradicionais, instituídos pela elite. “O diferencial do grafite em relação à arte erudita é sua ação direta em espaços arquitetônicos da cidade como forma de manifestação, com o intuito de que suas produções se tornem um patrimônio de todos” (Possa & Blauth, 2013, p.56).

É legítimo afirmar que o graffiti, apesar de, no início da sua trajetória, ter sido uma arte marginalizada, com o passar dos anos, aos poucos, vem a tornar-se uma linguagem artística reconhecida por vários seguimentos da sociedade, e a transcender ao significado do seu nome.

O graffiti esteve sempre ligado à criminalidade pelo fato de ser feito em propriedade privada e ser considerado vandalismo, razões que incentivavam os jovens e lhes davam uma maior fama, pois não era qualquer um que tinha coragem nem capacidade para fazer um trabalho sem imperfeições e com qualidade com uma simples lata de tinta (Portelinha, 2013, p.56).

Atualmente, a palavra “graffiti” é usada, de forma popular, para designar quase todas as manifestações artísticas realizadas em paredes, no espaço urbano, independente da sua técnica e espécies de tintas. Essa realidade se deve à popularidade que a linguagem artística conquistou, com o passar dos anos, seja através de posições contrárias ou a favor.

Com o passar dos anos, essa transformação, em generalizar a palavra “graffiti” para todas as linguagens artísticas pintadas em paredes, e diversos usos de outros materiais, foi, ainda mais acentuada, a partir do momento em que muitos *writers* começaram a mudar de estilos, com trabalhos diferentes das *Tags* estilizadas, como parte central das suas pinturas. Os artistas passaram a acrescentar novos temas abstratos e figurativos, com diversas mensagens e variadas técnicas.

Ao longo dos anos, os *Writers* têm vindo a utilizar uma visão mais ampla de expressão. O

estilo pessoal é livre para desenvolver-se sem qualquer restrições e etiquetas, cartazes, *stencils*, *arbush*, *giz* a base de óleo, todas as variedades de tinta e até mesmo esculturas são usadas. A maioria dos artistas deixou de confiar apenas na lata de tinta (Gans, 2009, p.8).

Outro fator importante para a difusão do graffiti está na relação direta, que possui com o hip-hop, ganhando notoriedade, também, entre esses artistas e pertencentes à arte urbana e, conseqüentemente, conquista, cada vez mais, um maior número de apreciadores.



Figura 28 Projeto elaborado pelo artista Vasco Maio para a realização do Mural na Praça da Comunidade, Fafe.março, 2017.



Figura 29 Mural "Bicho de Sete Cabeças", artista João Vasco Maio, Praça da Comunidade, Fafe, março, 2017.Foto: Fábio Leite.



Figura 30 Projeto elaborado pelo artista Cade Moreno, (México), para a realização do mural, Parque da CidadeFafe, 2019.



Figura 31 Mural "Chega de bois", artista Cade Moreno, Galeria a Céu Aberto Parque da cidade. Fafe, setembro, 2019.

A seleção dos artistas para participarem como residentes no projeto Café Cultural Residências Artísticas é feita através de edital e por convites. Depois de selecionados, os artistas enviam, para a produção, um projeto do um mural a ser realizado.

Para a realização do projeto, os artistas recebem todas as informações necessárias, fotografias das paredes, as devidas medidas e temas a serem desenvolvidos.

Esses projetos são finalizados pelos futuros artistas residentes, antes deles chegarem à cidade onde acontece o projeto Café Cultural Residências Artísticas. Os projetos conclusos pelos artistas são enviados por *e-mail* para a curadoria, e depois que eles são analisados pelo curador e equipe, o artista recebe um comunicado de aprovação ou o indicativo de que ainda precisa acrescentar ou retirar algum detalhe para, finalmente, serem aprovados.

Todo esse procedimento é iniciado, no mínimo, com três meses de antecedência, do início de cada residência artística. Depois dessa primeira fase de aprovação dos projetos, a curadoria solicita aos artistas uma lista com todo o material necessário para a realização do mural. Esse material é financiado pelo projeto Café Cultural Residências Artísticas, em parceria com a Câmara da cidade acolhedora, assim como alimentação e hospedagem.

Os primeiros murais do projeto Café Cultural Residências Artísticas, em Fafe, todos, do gênero figurativo, foram realizados na Praça da Comunidade, local onde acontece semanalmente a feira popular. Influenciados por esse facto, os artistas desenvolveram trabalhos sobre lendas populares, como o “Bicho de sete cabeças”, de autoria do artista João Vasco (Maio), “A casa de Penedo” (retratação da casa de atração turística, por ser considerada uma das casas mais estranhas do mundo, localizada em Fafe de autoria do artista Pedro Loureiro (Mujojo), “Bonecas de pano” de autoria da artista Kátia Suzue e “Flores”, de autoria da artista Tereza Robalo.

A curadoria do projeto Café Cultural Residências Artísticas entendeu que seria importante divulgar a cultura popular daquela comunidade, pelo facto de contribuir para a preservação da memória da cultura local. Lóssio (2007, p.1) afirma que “o conhecimento da cultura local reforça a valorização bem como o incentivo ao desenvolvimento da região”. A cultura popular contribui para a autoestima de um povo e está diretamente ligada ao processo de autoconhecimento.

A segunda etapa de murais deu-se no Parque da Cidade, onde, além de murais figurativos, foram criados outros murais do gênero abstrato. “A arte abstrata contém em si esta ambição de uma arte totalmente aberta à fruição, livre dos temas e de referências ao mundo natural que até então tinham sido indispensáveis à obra artística” (Ladeira, 2014, p.27).

4.6 A Arte e o Mundo Imagético da Pós-Modernidade Tecnológica

É através da imagem que a sociedade Pós-Moderna se encontra colonizada. Uma colonização que se estende ao consumo e de ordem pessoal. Em relação a isso, Compendio (2007, pp.64-65), afirma que neste contexto, “Os meios de comunicação de massa, formam o ambiente próprio para a expansão do capitalismo, pois é através da onipresença das mídias que se dá a produção do desejo de

consumo. Tornando assim, uma legitimação da arte através da construção das imagens como suporte para comercialização dos mais variados produtos e serviços”.

A arte no contexto da Pós-Modernidade adquiriu conotações libertárias, antes jamais alcançada. Uma cultura que não é mais limitada pelas formas tradicionais do passado e sim, em total consonância com a lógica de mercado. Os mais variados produtos de consumo, usando a imagem/arte como apoio, estão em todo o espaço social através das diversas formas de técnicas *Hi-Tec*. Um espaço social tomado extremamente por uma cultura imagética:

O produto à venda no mercado transformou-se no próprio conteúdo das imagens da mídia, (...) em certo sentido, o mesmo referente parece se manter nos dois domínios. Hoje os produtos estão, digamos, difuso no tempo e no espaço no segmento de *entertainment* (ou mesmo no noticiário) como parte do conteúdo, de tal forma que (...) as vezes não fica claro quando o segmento narrativo termina e quando começa os comerciais (uma vez que os mesmos atores trabalham no segmento comercial) (Jamerson, 1996, p. 282).

O homem sempre usou a imagem para se comunicar. O relato mais antigo preservado no mundo são as pinturas das cavernas. No paleolítico relato de cenas da vida diária e no neolítico imagens que mostram simplificações da figura humana.

Segundo Silva, Alves & Costa (2007 p. 2), “O desenho se esquematiza e esse grafismo serve à comunicação. Nesse período, raríssimos desenhos representados por grafitos com informações essenciais demonstram a ideia, o desejo numa primeira aproximação com o real”.

É legítimo afirmar que a imagem foi um dos caminhos que viabilizou o surgimento da escrita, onde o desenvolvimento da mesma se confunde com a história da humanidade.

Ambientes de imagens não são, contudo, novidade na história cultural do homem. Seria míope afirmar que são uma novidade na cultura humana. As representações em numerosas cavernas, Lascaux, Altamira, El Castillo, São Raimundo Nonato, tantas outras, no mundo todo, as representações imagéticas profusamente presentes em tumbas egípcias, os registros em cerâmicas profundamente presentes em tumbas, os registros em cerâmicas ou em relevos em distintos pontos do mundo e diversas culturas atestam que o homem já convive de longa data com o ambiente de imagens (Baitello Junior, 2007, pp.6-7).

Com o decorrer do tempo, o homem desenvolveu as imagens em perspectiva. E através dessa

nova técnica, ele passou a representar o mundo de maneira ainda mais próxima da realidade. Esta representação foi umas das principais influências para novos questionamentos sociais, culminando em contraponto com antigas verdades impostas pela religião.

Com os processos de desenho em perspectiva, a imagem obteve cidadania, conquistou nova caracterização tendo em vista que a mesma se concebe ao mundo a partir do indivíduo cujo olho vê e lhe acentua a capacidade de representar o que vê como algo mais próximo do real, em comparação com verdades impostas pela religião, por exemplo. Ela forneceu o fundamento material eficaz aos princípios cartesianos de racionalidade que foram integrados ao projeto do Iluminismo. Naquele período, o espaço de representação era estático e rígido. Tempos depois, os espaços são transformados pelos efeitos de luz e sombra e pelos efeitos de cor (Silva, Alves & Costa, 2007 pp.2-3).

No entanto, a pós-modernidade se apoderou do uso da imagem como em nenhuma época anterior. Com o grande advento das imagens tecnológicas e o veloz crescimento da esfera econômica, o homem contemporâneo está inserido em um mundo imagético.

Diante deste contexto da exploração da imagem na Pós-Modernidade, o artista que desenvolve a sua arte através das novas tecnologias, possui a seu favor a condição de acrescentar novos caminhos para o enriquecimento da sua criatividade, a fazer uso de novas técnicas e linguagens através de novos formatos. No entanto, o artista corre o risco de cometer o mesmo equívoco (guardadas as devidas proporções) que o cidadão comum costuma cometer ao se relacionar com os objetos tecnológicos: a dependência. Contudo, esta dependência é diferenciada ao se tratar da relação híbrida entre a arte e as novas tecnologias. Ou seja, subordinação do objeto tecnológico, onde ele é totalmente dependente da programação já instalada naquele aparelho.

A manipulação, as ferramentas manuais são as extensões do braço daquele que cria, o artista. E o objeto tecnológico é uma ferramenta, mas por sua vez, já possui comandos pré-determinados, onde o artista é dependente de todo um mecanismo nele anteriormente desenvolvido. Um grande exemplo é a máquina fotográfica. Nesta linha de pensamento, Flusser afirma que:

Na realidade, porém, o fotógrafo somente pode fotografar o fotografável, isto é, o que está inscrito no aparelho. E para que algo seja fotografável, deve ser transcodificado em cena. O fotógrafo não pode fotografar processos. De maneira que o aparelho programa o fotógrafo para transcodificar tudo em cena, para magicizar sua caça, em função do aparelho (Flusser, 1999, p. 31).

Desenvolver novas categorias e novas possibilidades fotográficas não é algo impossível, mas duramente penoso. Teria o artista, de não apenas ficar limitado ao manuseio da máquina fotográfica, como participar do processo de elaboração do seu mecanismo.

Nas sociedades modernas a técnica é substituída pela tecnologia. Nela, o processo de produção da técnica já vem pronto no próprio dispositivo do aparelho. E nesse processo de criação, o fotógrafo se depara com limites de possibilidades. Onde todas as possibilidades estão pré-determinadas contidas na máquina (Rocha, 2009, p.229).

É notório observar que o fotógrafo tem as suas limitações no ato da fotografia. Ele escolhe o que deseja ser fotografado, mas é a máquina que “decidirá” se será ou não possível algo a ser fotografado. Segundo Rocha (2009, p.229) “A imaginação do fotógrafo, por maior que seja, está inscrita nessa enorme imaginação do aparelho. E assim, o fotógrafo geralmente não consegue subverter o que está programado na máquina”.

Dessa forma, é legítimo afirmar que por mais avançado que seja a máquina fotográfica, há um processo todo delineado em sua programação que determina ao fotógrafo os processos que deverá por ele ser utilizado.

É importante que o artista perceba que a Pós-Modernidade geralmente nega regras e limites relacionados às artes do passado, mas que subsiste nela uma relação de poder entre a arte e a tecnologia. E assim, o artista, por obter esta consciência, poderá desenvolver de forma ilimitada a realização artística.

Diante desse facto, Rocha (2009, p.328) afirma que

É importante compreender que nesse jogo, as hierarquias de poder estão bem estruturadas. A saber: o fotógrafo exercendo o poder sobre o que vê suas fotografias, conseguindo dessa forma programar os receptores. O fotógrafo está sobre o poder do aparelho fotográfico. Seguindo esse raciocínio de estruturação, a indústria fotográfica exerce poder sobre o aparelho.

Sendo assim, cabe ao fotógrafo saber escolher o tema a ser fotografado, como se fosse a sua melhor caça, o animal mais apetitoso e, por sua vez, saber escolher a melhor arma, ou seja, programar os receptores.

Podemos então observar que nas sociedades pré-modernas o artista, ainda que tivesse adquirido

uma maior liberdade no que tange ao seu relacionamento com a técnica (também tecnologia), a sua relação era dominante em todos os processos de criação.

O uso do pincel (até mesmo feito pelo próprio artista) com pelos finos, flexíveis, grossos; endurecidos ou cortados; a substituição deles pelos próprios dedos; as adaptações de colheres na substituição das espátulas; tudo isso era e são técnicas determinadas pelo artista sem nenhuma interferência de algum mecanismo tecnológico, e principalmente, as imagens por ele ali pintadas na tela, que são produzidas pela sua imaginação, sem terem passado por nenhum processo tecnológico determinado, através de programas receptores previamente instalados na câmera.

Nesse caso, o artista é o dono de todo o processo de criação da imagem. Nas sociedades pré-modernas os indivíduos produziam seus objetos e imagens de acordo com a técnica manualmente desenvolvida por eles. “Tinham conhecimento e domínio de todo o processo de produção e criação” (Rocha, 2009, p.329).

No entanto, nas sociedades contemporâneas, o artista se depara com as novas tecnologias, e nelas existem claras diferenciações nessa relação entre imagens naturais pré-modernismo e imagens técnicas pós-modernismo. Nessa linha de pensamento, Flusser afirma que a imagem técnica.

Trata-se de imagem produzida por aparelhos. Aparelhos são produtos da técnica que, por sua vez, é texto científico aplicado. Imagens técnicas são, portanto, produtos indiretos de textos – o que lhes confere posição histórica e ontológica diferente das imagens tradicionais. Historicamente, as imagens tradicionais precedem os textos, por milhares de anos, e as imagens técnicas sucedem aos textos altamente evoluídos. Ontologicamente, a imagem tradicional é abstração de primeiro grau: abstrai duas dimensões do fenômeno concreto; a imagem técnica é abstração de terceiro grau: abstrai uma das dimensões da imagem tradicional para resultar em textos (abstração de segundo grau); depois, reconstituem a dimensão abstraída, a fim de resultar novamente em imagem (Flusser, 1985, p.10)

Para Flusser, a técnica utilizada pelo aparelho na produção de imagens nada mais é do que a estruturação de um texto científico aplicado. Enquanto as imagens tradicionais precedem os textos, os textos são sucedidos pelas imagens técnicas. Portanto, existe uma codificação de textos nas imagens técnicas.

No caso das imagens tradicionais, é fácil verificar que se trata de símbolos: há um agente humano (pintor, desenhista) que se coloca entre elas e seu significado. Este agente

humano elabora símbolos 'em sua cabeça', transfere-os para a mão munida de pincel, e de lá, para a superfície da imagem. A codificação se processa 'na cabeça' do agente humano, e quem se propõe a decifrar a imagem deve saber o que se passou em tal 'cabeça' (Flusser, 1985, p. 10).

Para Flusser, o artista registra e processa as imagens em sua mente, sem ter passado por um processo tecnológico parecido como o de uma máquina fotográfica, que codifica textos em imagens. Para o autor o aparelho fotográfico produz as imagens através da construção de textos científicos aplicados, ou seja, as imagens são produtos dos textos codificados enquanto do homem as imagens são resultado da sua imaginação. Uma codificação da sua própria mente.

No homem, as imagens são originárias da imaginação, porém, no aparelho a sua origem está na capacidade de codificar textos em imagens. O ato de materializá-las é a forma de reconstituir os textos que tais imagens significam. Dessa forma quem produz a imagem não é o artista, mas, o aparelho (Rocha, 2019, p. 329).

A arte, como a tecnologia, possui uma extensa gama de signos. E faz-se necessário o conhecimento desses para melhor desenvolver a sua arte sem que um se sobreponha ao outro. Decerto que a técnica foi há milhares de anos desenvolvida pelo homem, para que ele pudesse atingir o seu objetivo de maneira mais eficiente.

Os pincéis, as telas para a criação da pintura, os instrumentos musicais acústicos, espátulas, martelos, as ferramentas para a criação de esculturas, tudo isso são ferramentas que auxiliam o artista no uso das técnicas, a fim de atingir os seus objetivos artísticos. No entanto, é legítimo afirmar que o avanço das tecnologias possibilitou ao artista ampliar o seu leque de opções em termos de ferramentas para expandir como auxílio da sua criatividade.

Hoje, na contemporaneidade, o ateliê não foi substituído, mas, na maioria dos casos, o computador passou a ser também a sua extensão ou, em muitos casos, o próprio ateliê. Ou seja, uma relação direta da arte com os aparelhos tecnológicos, uma relação híbrida, levando em consideração que o computador não foi um aparelho inventado a serviço do fazer artístico.

Mas a apropriação que a arte faz do aparato tecnológico que lhe é contemporâneo difere significativamente daquela feita por outros setores da sociedade, como a indústria de bens de consumo. Em geral, aparelhos instrumentos e máquinas semióticas não são projetados para a produção de arte, pelo menos não no sentido secular desse termo, tal como ele se constitui no mundo moderno a partir mais ou menos do século XV (Machado, 2007, p.10).

O Software/programa aplicativo do computador, são programas utilizados diretamente pelo usuário para executar uma ou mais tarefas específicas. Também conhecido como programa de usuário, APP (Application Software) ou simplesmente aplicação. Exemplos: Editor de Imagens, tocador de vídeo e áudio e jogo.

No *Software* do computador há instruções de entrada e saída, de operações lógicas e aritméticas, de teste condicional, de escrita e leitura de dados na memória do computador, de atribuição de valores, de configuração do sistema, etc. Por esse motivo, é legítimo afirmar que, assim como o fotógrafo, os demais artistas que fazem uso de novos aparelhos tecnológicos, estão subordinados a realizar imagens permitidas pelos aplicativos existentes nos computadores.

Sendo assim, a criatividade artística, através dos meios tecnológicos têm o seu limite, e subverter este facto, é um grande desafio para o artista, nessa relação híbrida arte/tecnologia em que, com o passar dos tempos foi invertida.

Rocha (2009, p.328) afirma que “inicialmente os instrumentos eram produzidos a fim de serem utilizados pelo homem; isso se modifica e grande parte da humanidade passou a realizar suas tarefas em função das máquinas”. Além das tarefas em função das máquinas, o homem contemporâneo está inserido em uma sociedade, cada vez mais radicada pela imagem. Fusser (1985, p.7) afirma que o homem, “ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens”.

E não somente as tarefas artísticas, mas de forma intensa, os instrumentos tecnológicos estão inseridos na sociedade de maneira indissociável nas mais diversas esferas da sociedade contemporânea, tendo como a exploração da imagem uma forma eficaz de direcionar diferentes interesses, não somente artísticos como econômicos.

No entanto, através dessa máquina revolucionária surgiram novas possibilidades de expressões artísticas, não só para serem apresentadas em galerias, como também em intervenções urbanas. Porém, a tecnologia digital, não somente pode ser uma técnica apenas como ferramenta traduzida em diversos programas software e aplicativos, como pode se destacar como ponto relevante do objeto artístico. Tal facto, demasiadamente explorado, pode sobrepor a própria arte.

Com o estabelecimento dos dispositivos pós-modernos, a esfera da cultura se expandiu, e passou a ter os mesmos limites que a sociedade de mercado, assim, a cultura não é mais limitada pelas suas formas antigas, tradicionais ou experimentais (Rocha, 2009, p. 329).

O lado positivo desta realidade é a maior demanda de profissionais ligados a esse setor, tanto do setor artístico como do setor tecnológico, e, profissionais que exercem as duas funções para o enriquecimento da arte. Mas é legítimo afirmar que a sociedade está cada vez mais robotizada e, por muitas vezes, não percebe a importância da conservação da valorização do estado natural.

Muitas vezes a própria arte se propõe a questionar esta realidade, tentando alertar para o perigo que a sociedade corre por se tornar cada vez mais robotizada. No entanto, faz-se necessário que os artistas tenham também uma maior consciência ao fazer uso das tecnologias. E que muitas vezes, esse questionamento torna-se algo paradoxal.

Dentro desta perspectiva, a arte contemporânea, na tentativa de cumprir seu papel social, desenvolve projetos que visam dar o sinal de alerta sobre essas mudanças. Porém, de forma paradoxal, a arte age também no intuito de impedir que a sociedade se ajuste a esse ambiente tecnológico. Trata-se de uma tentativa de não deixar a sociedade se robotizar, ou em outras palavras, não se tornar servomecanismos dentro de um padrão ambientalmente tecnológico (Rocha, 2009, p.325).

Ainda que a arte ande geralmente na direção contrária da lógica de mercado que necessita produzir os seus produtos em série, o artista precisa cada vez mais ter a percepção da expansão do ambiente tecnológico na sociedade e, assim, procurar se distanciar do paradoxo entre o discurso e a prática. Não só na questão da criatividade, como na questão voltada ao uso exacerbado das novas tecnologias.

4.7 A Arte Urbana e o Graffiti: a importância da Arte Urbana e do Graffiti como elementos de intervenção comunicacional

O graffiti, com o passar dos anos, vem tomando força em termos de popularidade:

Apesar de remontar sua origem às práticas conhecidas desde a antiguidade, esta forma de arte, inserida em espaço urbano e aberto, funda no século XX, a partir de meados dos anos 60, uma conformação mais atual, intuída pela estética da *Land Art* e do minimalismo disseminados por artistas no mundo todo. Sob esses termos, ratifica o desejo dos artistas atuantes por constante inovação técnica e de estética aliada a uma rápida transformação do modelo mercadológico artístico, vivenciando até então cuja configuração voltada para os elementos determinados pelo espaço urbano (Furegatti, 2007, p.34).

O propósito da nossa pesquisa é servir-nos do conceito de sociologia visual e do de comunicação, desenvolvidos nas linhas de ação do Centro de Estudo de Comunicação e Sociedade (CECS), como uma alavanca para entender “um fenómeno tribal de escrita, que subentende uma leitura da cidade” (Spinelli, 2011, p.13), entrando na intimidade dos grafiteiros, a concentrarmos no seu estilo de vida, nas suas motivações e nas suas referências artísticas, para evidenciar que uma ética da estética – sendo entendido que, “o facto de experimentarmos juntos qualquer coisa, é fator de socialização” (Maffesoli, 1988, p. 244), e isso pode nascer de um movimento ilegal e marginal; e mostrar, também, que esse movimento pode ser partilhado e comunicado no quadro das residências artísticas.

A ação e a subjetividade dos grafiteiros ser-nos-ia incompreensível, se não as concedêssemos, previamente, como uma forma e possibilidade de interação, de intersubjetividade, de intercomunicação, enquanto “processo simbólico de apropriação da cidade”, em meio a frustrar os planos dos urbanistas (Spinelli, 2011, p. 16).

Rabot (2004, p. 286) apontou que:

Michel de Certeau chamou a atenção para as possibilidades de desvio do sentido dos bens sociais nas sociedades massificadas, destacando o fato de que uma produção menor podia dissimular-se e disseminar-se nas áreas ocupadas pelos sistemas de produção oficiais. Com efeito, o vivido tanto desfaz “o espaço geométrico dos urbanistas” como “o sentido próprio construído pelos especialistas da gramática e dos linguistas” (Certeau). Em suma, o uso social das palavras e a apropriação social do espaço que fazemos na vida quotidiana não correspondem em nada ao sentido que lhes conferem, em teoria, os técnicos e os especialistas.

O projeto “Café Cultural Residências Artísticas” apresenta trabalhos artísticos em diversos locais, tais como teatro, auditórios e galerias de arte, e conta principalmente com a exibição da arte do graffiti, e demais seguimentos artísticos, em espaços públicos. Assim, “podemos olhar para o espaço público como lugar da democracia definido pela acessibilidade e a amicalidade, e ao mesmo tempo pelo conflito e pela paixão” (Caeiro, 2014, p.357).

Os espaços públicos, como localidades democráticas de acessos, ocupados pelas pessoas, por motivos diversos, estão abertos à amicalidade, que consiste na interação amigável, social entre essas pessoas, fora dos seus recintos privados; ao mesmo tempo que outras formas de interações sociais acontecem simultaneamente nesses espaços públicos – bem diferentes do que chamamos de relação amigável – a exemplo de relações formais, profissionais e, até mesmo, de desacordos ou de conflitos,

como preocupações pessoais, brigas, assaltos, acidentes de trânsito e outros.

E o graffiti, como intervenção artística, situa-se, nessa complexidade urbana, como elemento comunicacional de afetação para os olhos e sentidos do espectador, tanto em lugares como em não lugares. O graffiti é uma expressão artística que se comunica na “pele” das urbes através dos muros, paredes, prédios e comboios; é inserido na cultura visual, numa atmosfera de constante comunicação entre arte e indivíduo, a causar sentimentos e diversos outros estímulos.

O sujeito-corpo recebe estímulos sensoriais aos quais reage. A reação é internalizada por meio da criação de imagens mentais. O contexto em que se encontra inserido, fornece ao sujeito sinais, positivos ou negativos, relativamente à validade das imagens produzidas e, neste processo, vai-se procedendo à organização da experiência do ser-mundo, do estar com o mundo. Este processo está inteiramente imbricado nos mecanismos de formação da identidade, na definição dos sujeitos e dos objectos da acção (Azevedo, 2014, pp.10-11).

Os estímulos causados pelas artes nas pessoas são das mais variadas formas e graus de sentimentos, conclusões e impressões. Toda essa diversidade de sensações pode acontecer através desta comunicação visual, sendo que tudo vai de acordo com a vivência de cada indivíduo.

Se, num primeiro momento, as potencialidades da imagem são infindas, ao serem mediadas culturalmente este efeito pode ser inibido ou exponenciado de acordo com a amplitude do conceito de cultura adoptado. Se partimos de um conceito em que a produção de conhecimento é percebida como cultura pública, os conjuntos de imagens produzidos por cada sujeito são validados, em plano de equivalência, por mecanismos de interacção simbólica (Azevedo, 2014, p.11).

O graffiti é a linguagem artística predominante neste projeto, pelo seu grande valor artístico e por ser uma manifestação artística que está ao alcance de todos. O “Café Cultural Residências Artísticas” é um projeto que desenvolve as suas atividades em parcerias com uma instituição pública. E por esse facto, nada é mais justificável que este projeto possua como linguagem artística predominante para apresentar à comunidade, uma arte em que a razão da sua existência seja o espaço público.

Reiteramos que tal arte começou por ter um reconhecimento como uma atividade totalmente marginalizada, por estar exposta em espaços públicos ao alcance de todos e submetida a todas as opiniões.

Na atualidade, ela, o graffiti, aos poucos, vem a recebendo reconhecimentos e respeito, sendo aceita por boa parte da sociedade como renovação e melhoramento dos espaços públicos, com notoriedade semelhante às artes expostas em galerias e museus, ambientes de expressão artística tradicionais. Seguindo o modelo dos espaços privados, os espaços públicos, aos poucos, vêm assumindo uma postura contraditória ao seu papel.

Portanto, por direito, os espaços públicos pertencem às pessoas que ali convivem e, por consequência, têm o direito de utilizá-los livremente. Esses espaços, em muitos casos, vêm sofrendo represálias do poder público, em relação ao graffiti e às artes de rua. Quando se trata de alguma intervenção vinda da parte do poder público, no entanto, raramente abrem-se discussões com o cidadão contribuinte. A regra do jogo é feita de cima para baixo, de forma parcial. O poder público, que é pago pela população para administrar esses espaços, geralmente vê o artista urbano como um transgressor da ordem, como se o contribuinte servisse apenas para pagar impostos, sem poder desfrutar, sequer, do direito mais básico: o de transitar e utilizar livremente esses espaços.

Ora, sem perder uma certa aura de iconicidade democrática, esta noção de espaço público já não é válida, pois o espaço tem deixado de ser fundamentalmente acessível ou apropriável para ser sobretudo consumível. Com efeito, por um lado, dá-se a transformação estrutural da esfera pública: de sermos cultura para nos tornarmos consumidores de cultura (Caeiro, 2014, p.356).

O espaço público é percebido como um lugar “sem dono”, quando, na verdade, é um lugar em que “todos são donos”; ou, como um lugar para se obter lucro; acrescentamos, ainda, que também como não lugares. A exemplo de supermercados, aeroportos, as autoestradas, as cadeias de hotéis, e outros, ou seja, lugares de passagem, que remetem para a individualização, para a solidão e para o narcisismo. “No não-lugar as relações sociais são de teor mais contratual, onde as relações sociais são substituídas por diálogos ‘mudos’ [...] por textos anônimos ou simplesmente por símbolos para instruções de uso: tome a fila da direita; é proibido fumar” (Augé, 2005, pp. 67-81).

Lugares são ambientes de convívios, ou seja, lugares rugosos que prendem as pessoas, e os não lugares são lugares de passagens, lisos que não são de convívio. No entanto, nenhum dos dois lugares estão encerrados, em suas definições, ou seja, um pode exercer a função do outro, de acordo com a situação de cada indivíduo. Os funcionários desses presumidos não lugares, como supermercados, hotéis, ou aqueles que trabalham nas autoestradas, como policiais rodoviários ou cobradores de pedágios, para eles, esses espaços são lugares, e isso sobrevém porque esses

indivíduos têm uma relação de convivência com essas localidades.

Os lugares possuem uma ligação direta com o passado, são lugares antropológicos, e é relevante considerar que, nesses lugares, o indivíduo já conhece, frequenta, vive e convive, e os não lugares estão ligados ao futuro, por ser locais de passagem, por não prenderem as pessoas. Eles existem para resolver algo prático da vida, de forma tão constante, tão contínua que, por muitas vezes, o indivíduo nem percebe ou nem planejou passar por algum deles.

Acrescentamos que existe evidentemente o não-lugar: ele nunca existe como uma forma pura; lugares se recompõe nele, relações se constituem nele; as astúcias milenares de invenção do cotidiano e das artes de fazer dos quais Michel de Certeau, propôs análises tão sutis, podem abrir nele um caminho para si e aí desenvolver suas estratégias. O lugar e o não lugar são antes, polaridades fugidias: o primeiro nunca é completamente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente palimpsesto em que se reinscreve sem cessar o jogo embaralhado da identidade e da relação (Augé, 2005, p. 74).

As pessoas passam pelos não lugares, os quais representam para elas, acessos que consistem em melhorias para as suas vidas, na praticidade diária: resolução de questões presentes para a melhoria de um próximo ou distante futuro; estar presente em uma estação de comboio para em seguida poder chegar a um determinado local; subir uma escada para poder estar em uma localidade; usar o elevador para subir ou descer andares; passar uma noite hospedado em um hotel, etc.

Nestes não lugares, as pessoas não possuem nenhum relacionamento muito forte com eles, os quais estão apenas como lugares de transição, que consistem num mínimo de relações entre indivíduos. “A relação com o outro é minimizada em detrimento da relação com nós mesmos – não temos tempo para estar/parar, estamos de passagem, em viagem, espaço onde a ação racional se impõe à vida de qualquer coisa” (Sá, 2014, p. 212).

O não lugar está sempre para os indivíduos como uma necessidade momentânea, e direcionada para alguma finalidade. Escadarias públicas, escadas rolantes, ponto de autocarros, supermercados, bancos. “O não lugar é o espaço dos outros sem a presença dos outros, o espaço constituído em espetáculo” (Augé, 1994, p. 167).

Se o lugar antropológico representa um tempo passado e o não lugar um provável futuro, pensar a relação entre os dois são de certo modo pensar uma realidade que se joga entre o que fomos/somos e aquilo em que poderemos nos tornar, ou melhor, aquilo em que estamos nos tornando (Sá, 2014, p. 211).

Profissionais, como malabaristas, mágicos, dançarinos, que apresentam as suas artes nas ruas, sabem administrar o tempo das suas apresentações entre os carros ali parados. Toda a habilidade desses profissionais provém do facto de haver uma intimidade, uma vivência com aquela localidade que, para muitos, são não lugares. Sendo assim, a estrada, que é um não lugar para os motoristas, passa a ser um lugar rugoso para os artistas urbanos, onde esses profissionais das artes convivem, comunicam-se e produzem a sua arte como meio de vida.

Muitos artistas urbanos se apresentam no mesmo cruzamento diariamente e, que passam a ser, para eles, lugares rugosos, lugares que os prendem. Com exceção do artista de graffiti, pois esse profissional não possui lugares rugosos na urbe enquanto a realização dos seus murais. Ainda que ele apresente a sua arte no espaço público, diferentemente dos demais artistas da arte urbana, esses espaços, onde ele cria os seus murais, são não- lugares, pois o artista do graffiti é um profissional em constante transição, onde ele deixa a sua arte com a *Tag* em lugares com os quais não possui relações.

Esta arte possui um ciclo de curta durabilidade, mas, dependendo da localidade em que o mural foi realizado, o pequeno tempo de duração é compensado pela grande visibilidade dos populares.

Quem pinta uma parede ou carruagem de comboio, quem cola um sticker ou um poster tem plena consciência da natureza transitória do seu gesto. As paredes são pintadas, rasuradas, demolidas. Estas expressões têm estado, desde sempre, ligadas a uma arte de “ciclo curto”. Excetuando casos muito particulares, as obras são realizadas sem previsão de duração (Campos, 2017, p. 2).

O graffiti despontou da esfera dos manifestos de protestos, ocorridos nas grandes cidades, que possui em seu cerne a territorialização do espaço público, e por essa razão, o artista vivencia continuamente esses espaços como um *caçador de não lugares e lugares*.

Para o artista do graffiti, o espaço público é o seu território de ação e de transformação visual. Um território público é preparado para diversas atividades do dia adia, com significados sociais, políticos e culturais, complementado pelo seu mobiliário, equipamentos de menores e maiores escalas para utilidades dos indivíduos que vivenciam toda a atmosfera urbanística.

A arte do graffiti, no início do seu surgimento, tinha como o único propósito o discurso crítico/social. Com o passar do tempo, foram sendo acrescentadas outras intenções, como a de adorno e revitalização das cidades, em lugares diversos, não mais se limitando a guetos e becos.

O graffiti, ao longo de sua história, abriu seu espaço, envolvido em tensões e negociações. Inicialmente, ocupava um espaço nos guetos distante de locais mais centrais. Ele era visto de forma marginal por seus praticantes bem como pela população. Com o seu desenvolvimento, essa atividade foi expandindo-se para locais mais variados como bairros, cidades, países. Assim, adquiriu-se, além do espaço periférico, uma posição mais central das grandes cidades na vida urbana (Silva, 2017, p. 39).

Pela sua variedade de objetivos, e devido ao grande crescimento de estilos desenvolvidos por seus artistas, a palavra “graffiti” ganhou vários significados, em que não há consenso entre estudiosos, e nem mesmo entre os artistas.

É difícil definir, com certeza, o significado da palavra Graffiti. Este conceito tem vindo a ser usado desde o início do milénio como designação para diferentes coisas. Por exemplo, serve para descrever quer as inscrições feitas em murais, nas Catacumbas de Roma e Pompeia, quer as feitas atualmente por adolescentes nas portas das casas de banho, em espaços público e semipúblicos (Castro, 2014, p. 10).

É notório perceber que essas inscrições, anteriormente produzidas em casas de banho, em espaços públicos e semipúblicos, citados pela autora, também recebem, atualmente, o nome de pichação. Então, temos aqui, duas vertentes contemporâneas ligadas ao “graffito”, palavra de origem italiana, que é o graffiti e a pichação.

A palavra graffiti tem origem italiana e seria o plural da palavra *graffito*. O significado literal da palavra é bem genérico, designa todo o tipo de inscrição feita em paredes. O termo *graffito*, neste sentido, teria aparecido pela primeira vez em meados do século XIX, coincidindo com a descoberta das inscrições murais da cidade de Pompeia, no sul da Itália, feitas com a citada técnica. Passou a ser utilizado o nome graffiti para designar as inscrições realizadas com tinta spray nas edificações urbanas e towns novaiorquinos e europeus a partir da década de 1980, quando o fenómeno já havia atingido um considerável grau de consolidação (Savarese, 2013, pp. 2-3).

Entretanto, o que se notabilizou hoje em dia é que o termo graffiti é uma linguagem muito mais focada na forma do que na escrita, no texto não verbal, assemelhando-se aos outros segmentos das artes visuais. Essa vertente é a mais popularizada.

Uma das vertentes do graffiti contemporâneo, acentua a primazia da visualidade e da

linguagem pictórica, explorando a composição e o jogo das formas. Neste caso, o mais importante é, de facto, para utilizar as palavras de Sanchez e Vigara (2002), a mensagem das formas. Daí que, no decurso de uma história possibilita a fazer sobressair a dimensão artística deste fenómeno urbano, salientando a vitalidade das suas propostas estéticas, muitos colocam o graffiti numa constelação de práticas que definem como street art (ou arte de rua) (Campos, 2007, p.261).

Street art, arte urbana, graffiti são, geralmente, termos confundidos e resumidos à nomenclatura graffiti. “Para o cidadão comum, o termo *graffiti* refere-se, usualmente, às inscrições executadas no espaço urbano citadino, em suportes diversos, como os muros, as paredes e variado mobiliário urbano, através da utilização de diferentes instrumentos” (Campos, 2007 *Apud* Costa, 2016, p. 13). No entanto, *Street art*, arte urbana, ou mesmo graffiti, são manifestações artísticas produzidas no espaço urbano.

Para Castro, (2014, p.28):

Durante muitos anos as cidades receberam o graffiti no seu estado original, mas, nos anos 90 do século XX, este começa a desenvolver-se para outras vertentes, como o stencil, o paste-up ou a sticker art. Estas novas tendências associadas à arte de rua propiciaram o cruzamento de técnicas, estilos e meios que deram origem a uma nova vertente artística que é reconhecida por muito nomes: Street art, Arte Urbana, Neo Graffiti ou Pós Graffiti.

Além disso,

De uma forma simplificada, podemos distinguir aqueles que são de natureza puramente verbal (frases, palavras, assinaturas), dos que são da ordem do pictórico. Apesar dessa variedade, vários autores têm notado que o conteúdo da obra acompanha, geralmente, a condição transgressora e inconformada do ato. Ou seja, os conteúdos remetem maioritariamente para expressões contra- hegemônicas e disruptoras. Esta é, de uma forma genérica, a condição do graffiti (Campos, 2017, p.3).

Dessa forma, entende-se que *Street Art* é uma linguagem da arte urbana pós- graffiti, um estilo que vai além da escrita estilizada e que está mais ligada à estética visual que trata sobre vários assuntos, e não somente a argumentos de protesto. Outra característica dessa referida arte é o facto de que, até certo ponto, considera-se como uma expressão artística que, aos poucos, está se distanciando da

característica de produção em espaços não autorizados. E a importância dessa segunda característica é a condição do grande número de profissionais nesta área e a expansão desta manifestação artística para um maior número de pessoas.

Para uns, os *graffitis* são representações de arte, adequadas a locais definidos para a sua realização e que lhes permite expressar todos os seus “*skills*” (*talentos*) de forma legal; para outros, significa manterem-se fiéis à sua construção, assumindo uma postura *underground*, na qual o reconhecimento provém de dentro da comunidade, tal como acontecia no modelo original, ou *old-school* (Pereira, 2013, p. 6).

A aceitação popular relacionada à arte urbana, nas últimas décadas, cresceu além das comunidades, devido aos apoios de órgãos públicos e iniciativas de diversas instituições culturais, mas, principalmente, por causa da evolução dos artistas desse referido seguimento artístico, desde a época inicial. Artistas que fizeram os seus primeiros desenhos em comboios, paredes e muros em ruínas, além das competições e das trocas de ideias entre eles: “Desenhar nos comboios respondia a todas as necessidades dos *writers* — prestígio, fama, espontaneidade, perigo, comunicação e competitividade — e foi sem dúvida o fator crítico para o crescimento desta subcultura” (Wacławek citado por Castro, 2014, p. 48).

A perspectiva da arte pública como evento, revela a questão da experiência. No quadro da sociedade pós-industrial, o conceito de evento cultural oscila entre a ordem micro acontecimento (por pequenas estruturas) e a dos mega-acontecimentos (por poderosas marcas e instituições). Com efeito, pequenas ações podem aparecer como exercícios desconectados da população, e grandes eventos funcionam como celebrações genuínas da comunidade.

Os eventos de arte urbana promovidos pelo poder público, em sua maioria, são louváveis pelo facto de levarem para o grande público uma arte que, há muito tempo, estava totalmente ligada à ilegalidade e, que com o passar dos tempos, vem conquistando reconhecimento de público. No entanto, faz-se necessário uma maior atenção dos órgãos públicos para a educação não formal. Sendo assim,

Importa primeiramente salientar em que se baseia a educação não formal tal como o próprio nome indica, o conceito aparece para se fazer distinguir do conceito de educação formal. É uma prática aplicada maioritariamente fora das portas do ensino formal escolarizado, quer por instituições, galerias, associações e outras entidades, quer por iniciativa individual (Delgado 2021, p.61).

Raramente, o poder público se debruça sobre a importância da educação não formal. Com exceção dos currículos escolares e das grades curriculares das universidades, a educação não formal precisa ser revista pelos órgãos públicos, como um importante complemento para a educação formal.

“A educação não formal, tornou-se sumariamente naquilo que se dominava de ‘educação fora da escola’ (Pinto, 2005, p.3, citado em Matias, 2013, p.17). O autor reforça ainda que “a educação não – formal é vista como complementar, e não como contraditória ou alternativa ao sistema de Educação Formal e deve, pois, ser desenvolvida em articulação permanente quer com a Educação Formal” (Pinto citado em Matias, 2013, p.17).

A educação não formal descentraliza o conhecimento através de oficinas de arte, *workshops*, por exemplo, que são de grande importância para a sociedade, no sentido do crescimento cultural do indivíduo, e como contributo para a diminuição do preconceito das pessoas, diante de determinados segmentos artísticos que não são prestigiados pela indústria cultural – que faz uso de todas as formas de comunicação, principalmente através das grandes mídias tradicionais, a difusão em massa, para manter, sobre a sociedade, o poder de doutrinação.

“O poder da imprensa, do rádio e da televisão deriva, como o da religião, da organização; seu principal instrumento de imposição, como o da religião, é a crença – o condicionamento social” (Silveira, 2000, p. 82). Ainda que as mídias tradicionais tenham perdido certo espaço, condicionalmente, entre as massas, ela ainda permanece como forte aliada da indústria cultural.

É muito comum ver diversas manifestações artísticas nos espaços urbanos, como estátuas, esculturas, painéis de azulejos e performances diversas. Nesse contexto, o graffiti é a manifestação mais popular na arte urbana contemporânea, estando presente em viadutos, casas, muros e prédios, das grandes metrópoles.

Os *writers*, em sua maioria, aprendem os seus ofícios nas ruas, nas oficinas de graffiti, nos *workshops* de artes, ou, até mesmo, através da educação informal com os amigos, uma vez que muitos deles não frequentaram as academias de artes. Esses factos vêm provar que a educação não formal também possui inestimado valor para a compreensão crítica, e para o fazer da arte.

A arte de grafitar não existiria sem o espaço público, onde esta dialoga com todos que ali transitam. Trata-se de uma comunicação humanizada, através de relações proporcionadas pelo ato artístico presente nas ruas, muros e paredes das cidades, e pelo acesso livre das pessoas. Uma linguagem artística que já é reconhecida, por pessoas comuns e, também, por estudiosos, como obra de arte.

As transformações geradas pelas intervenções artísticas no espaço urbano, a partir dos anos 1960, são oriundas de preocupações que motivaram artistas a romper com espaços convencionais destinados à exposição de suas obras, como os museus e as galerias de arte, buscando outros territórios para realizarem suas experiências. Essas mudanças geraram novas interrogações em suas ações artísticas, transformando as concepções em relação ao espaço, local e lugar e, fundamentalmente, ampliaram as interferências no espaço urbano. Os locais e não locais são redefinidos a cada momento e, nesse percurso, abrem-se igualmente as discussões sobre a arte do grafite, cujas primeiras manifestações são oriundas de atos marginais produzidas em locais públicos considerados proibidos (Blauth & Possa, 2012, p.2).

A arte do graffiti, juntamente com as demais artes públicas, não é intangível, pode ser tocada pelas pessoas e, dialeticamente, tocar as pessoas, fortalecendo as identidades das cidades, além de ser uma arte que se revela fora das quatro paredes dos museus e das galerias de artes. O graffiti compõe com a poluição das grandes metrópoles, com o barulho das buzinas dos carros, com os passos dos transeuntes, um ritmo próprio gerado pelo universo urbano.

A Arte Pública pode também ser vista como um conjunto dos objetos artísticos que estão colocados em contextos urbanos, de forma permanente ou temporária, facilmente acessíveis aos cidadãos, e que têm a capacidade de promover a identidade de um lugar junto dos seus consumidores, involuntários e majoritariamente não especialistas, proporcionando-lhes um maior contacto com a arte, porque faz parte do seu espaço quotidiano (Feyo, 2014, p.33).

O graffiti constitui uma linguagem das artes visuais que ainda não possui a consagração comparada com as demais artes, como a pintura em tela, instalações e esculturas, que habitualmente são expostas em galerias. Um dos motivos é que a essência da arte urbana reside na fronteira entre o legal e a ilegalidade, entre o que está consagrado como arte e o que desafia as tradicionais definições relacionadas ao mercado das artes.

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 exatamente 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 atividade de criação que foge ao despotismo dos mercados da arte tradicional (Eugénio, 2013, p.7).

O graffiti é uma arte que acontece fora das galerias, não é colecionável, possui um tempo de durabilidade, não é preciso pagar para ter acesso a ela e é geralmente desenvolvida em lugares públicos. Está na contramão das regras institucionalizadas pelo mercado das artes, que lança mão do grande poder mediático, a fim de consagrar uma obra de arte num produto rentável.

A arte do graffiti está inserida na atmosfera urbanística e quebra os paradigmas estabelecidos no mercado das artes, que possui a seu favor um maior apoio das médias e patrocínios, na esfera privada e pública, voltados para “oficializar”, junto ao público consumidor, o que deve ser consumido como arte.

A arte urbana contemporânea interfere no espaço “natural”, ocupado pela tradição de monumentos de vultos históricos. Trata-se de uma arte provocativa, no sentido de envolver pessoas de formações culturais diferentes, em seus costumes, crenças e gostos.

Esta arte nos leva a refletir sobre a existência e o significado destes espaços, de modo a questionar a apropriação deles, pelos artistas, assim como pelos transeuntes, e suas interferências nas produções tidas como oficiais e legítimas:

A arte urbana é uma prática social. Suas obras permitem a apreensão de relações e modos diferenciais de apropriação do espaço urbano, envolvendo em seus propósitos estéticos o trato com significados sociais que as rodeiam, seus modos de tematização cultural e política. Perpassar a topologia simbólica da arte urbana é adentrar a cidade a partir do plano imaginário de seus habitantes, incorporando-os por princípios a compreensão da sua materialidade. Deste modo, as referências urbanas, enfatizadas em sua dimensão qualitativa, obrigam a interrogar a ambiguidade dos seus sentidos (Palamin, 2000, p.23).

A arte, em si, afeta de alguma forma o ser humano. E quando se faz arte urbana, se faz para que todos tenham acesso a ela de uma maneira democrática, e sem necessidade de se planejar a maneira como isto se dará, uma vez que ela está exposta. O artista urbano possui a capacidade de acrescentar qualquer coisa aos espaços públicos, a provocar emoções inesperadas nas pessoas. Inesperadas, pelo facto de o graffiti ser realizado em uma parede de uma casa, em um muro que não foi construído para essa finalidade, e que coloca o indivíduo em interação com o espaço urbano, quase que

“forçosamente”.

Criar! Interagir! Ocupar! Estas são expressões comumente usadas tratando-se de intervenções artísticas (ou não) nos espaços da cidade. Assistir e vivenciar um espaço de teatro na praça da cidade, observar um graffiti no muro, descobrir um minúsculo adesivo colado no poste, são ações que nos colocam em interação constante com os ambientes urbanos (Silva, 2015, p. 2).

Diz-nos, Maffesoli (1992, p. 240), que “a transfiguração se opera quando uma figura se baseia numa figura existente para se transformar noutra coisa”. Assim, podemos aplicar essa expressão à arte urbana e dizer que ela transfigura as cidades. A sua incorporação nas paredes da cidade contribui para alterar a sua aparência e, até mesmo, a sua essência.

Certas intervenções, que atingem espaços, sujeitos, audiências e não se configuram somente como “arte”, transformam-se em experiências visuais urbanas, tanto para seus realizadores quanto para seus públicos. Nos espaços e tempos da cidade, ver e viver se tornaram quase sinónimos, fundem-se num único vi(ver) sem perder sua multiplicidade (Silva, 2015, p.2).

Passa-se da primazia da funcionalidade para espaços de sociabilidade, ou seja, para um novo ordenamento que vê surgir uma tendência para a vida em comunidade, em grupos, nos quais prevalece a fruição sobre a razão, o viver o presente, o aqui e agora, e onde se compartilham sentimentos e pequenos prazeres da vida com os outros. Os graffiti refletem na perfeição, esse sentimento comunitário e ao integrar as práticas culturais populares, concorrem para a metamorfose da cidade.

O conceito de espaço público, em toda a sua ambiguidade e poder sugestivo, metáfora operativa para display (instalação) da arte pública, articula as operações projectais que quanto a mim definem a arte pública enquanto movimento excêntrico face ao *mainstream* da arte contemporânea, precisamente pela capacidade de inserir a atenção e o cuidado, o discurso e o diálogo. As obras de arte pública que interessam são aquelas que representam uma deriva (e um feedback): do museu à intervenção, do contexto à situação, do activismo à participação, do ponto de vista desta criação de espaço público (Caeiro, 2014, p.356).

O espaço urbano passa a ser questionado e, ao mesmo tempo, questionador, único e humanizado. Os monumentos tradicionais, oficiais, transmitem a sensação de respeito, seriedade e de não espaço público, enquanto intervenção artística. A homogeneidade das obras tradicionais, baseadas no antigo conceito do “belo”, passa por despercebida através do tempo, pela maioria das pessoas, que inconscientemente as rejeitam por serem naturalizadas ao ambiente, tornando-se “*o mais do mesmo*”.

O imbricado caminho que configura o objeto da arte em nossa totalidade é construído por dispositivos novos e herdados, superpostos, similares, inter cruzados que organizam sua aparência e validade. Complexa, essa aparência alerta seus estudiosos na direção de um conjunto de características rastreadas por sua condição expandida para o espaço aberto de modo distinto do estabelecido pelos formatos institucionais que antevêm sua crise no final da modernidade artística. Essa circunstância leva-nos a conjugar pontos de interesse do artista actual pelo espaço urbano, por meio do seu estreitamento à condição própria dos elementos formadores da estética da arte contemporânea (Furegatti, 2007, p.202).

O graffiti é uma arte que nega a ideia da eternidade, a ideia de “obra-prima”, com pouco tempo de durabilidade, se comparada às artes tradicionais, como pintura em tela e esculturas, e, aberta a diversas influências artísticas. Diante de questões relacionadas à arte urbana, faz-se necessário a existência de mais projetos que aproximem o artista do público, facilitando um melhor entendimento sobre intervenções artísticas em espaços públicos.

Levar artistas às instituições filantrópicas, associações culturais, grupos de idosos, sedes de freguesia e outros, para troca de informações, realizar *workshops*, palestras, proporcionar um maior entendimento para com a arte, não somente urbana, mas de todas as linguagens artísticas que não estão sob o domínio da indústria cultural, é o objetivo do projeto “Café Cultural Residências Artísticas”, que prioriza a relação direta entre artistas e comunidade local, na contramão de preceitos formatados da cultura de massa.

É muito raro encontrar, na indústria cultural, a preocupação com a criatividade desenvolvida pela arte urbana. Os milhões de investimentos nos diversos setores ainda fazem com que os produtores não queiram “arriscar” com essa inovação e originalidade, que são a base do valor artístico e cultural.

Com esse processo de alienação, a sociedade fica moldada às “artes” da cultura imposta pela indústria cultural e, conseqüentemente, manifestações culturais, como a cultura popular, ficam esquecidas, por não serem um “produto” de interesse para essa indústria.

É importante ressaltar que a cultura popular criada pelo povo, como crenças religiosas, folclore, artesanato, brincadeiras, são, em sua maioria, passadas de geração em geração, com o objetivo de

manter a tradição, havendo transformações feitas pelas gerações mais novas. Transformações que não comprometem a essência destas culturas, possibilitando um maior entendimento para as gerações presente e futura, e a valorizar a cultura genuína de um povo, diferente da cultura criada pela indústria cultural, que produz a cultura de massa, uma cultura descartável, em que, depois de ser exaustivamente consumida, produz uma outra “arte” com fórmulas prontas para o grande consumo.

Os Estudos Culturais, contribuíram grandemente para a validação da cultura popular, conferindo-lhe a mesma legitimidade do que a cultura dita “nobre”, oficial, elitista. Três textos dos anos 50 são tidos como fundadores dos Estudos Culturais: *The Uses of Literacy*, de Richard Hoggart (1957); *Culture and Society*, de Raymond Williams (1958); e *The Making of the English Working-class*, de Edward P. Thompson (1963). O primeiro é, em parte, autobiográfico, e em outra, história cultural do meio do século XX.

Já o segundo, constrói um histórico do conceito de cultura, culminando com a ideia de que a “cultura comum” ou “ordinária” pode ser vista como um modo de vida em condições de igualdade de existência com o mundo das Artes, da Literatura e da Música. E o terceiro texto reconstrói uma parte da história da sociedade inglesa, de um ponto de vista particular – a história “dos de baixo”.

O estudo de Hoggart será particularmente proveitoso para nós, na medida em que esse acadêmico descreveu, de forma pormenorizada, os *habitus* da classe operária mineira, em termos de gostos artísticos, de culinária, de práticas religiosas, afiliações políticas, e maneiras de viver no cotidiano, que constituem formas de resistência aos ditames da chamada indústria cultural e da sociedade de massas:

Se a maioria dos membros das classes populares não é reduzida ao estado de consumidores passivos da cultura de massa, isso se dá simplesmente porque eles estão 'ausentes', porque eles vivem em um outro universo onde eles podem permanecer fiéis às suas certezas concretas, aos seus hábitos e aos seus rituais cotidianos assim como à sua linguagem costumeira feita de locuções proverbiais e ditados tradicionais (Hoggart, 1970, p.65).

Particularmente interessante para o nosso propósito, é a ideia defendida pelo autor, de que, no âmbito popular, não existe apenas submissão, mas também resistência, como o defendeu Stuart Hall. Aliás, para ele, o principal foco de atenção é a relação entre a cultura e as questões da hegemonia: “a cultura dominante trava uma luta contínua e necessariamente desigual para desorganizar e reorganizar a cultura popular, para reduzir e confinar as suas definições e as suas formas a um vasto leque de

formas dominantes” (Hall, 2007, p. 73).

Nessa linha de pensamento, e segundo Pallamin (2000, p.23), lematizar a arte urbana é pensar sobre a vida social, aproximando-se das pessoas comuns que produzem a cultura e que providenciam uma inversão da ordem simbólica instaurada pelos poderes dominantes.

Queremos evidenciar que na indústria cultural, as artes perdem a sua essência enquanto objeto artístico, para se tornarem apenas meros elementos de consumo, respondendo aos anseios de uma sociedade de mercadoria.

Para Bauman, a sociedade de consumidores “representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas” (Bauman, 2008, p. 71 *Apud* Cunha, 2012, p.1). A indústria cultural é uma espécie de fábrica, que prepara os seus artistas como se eles fossem meros criadores de produtos confeccionados através de uma linha de montagem. Alguns são produzidos por essa indústria, e outros, se submetem a ela, na condição de seguir à risca todas as suas normas.

Por enquanto, a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção de artistas em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social. Isso, porém, não deve ser atribuído a nenhuma lei evolutiva da técnica enquanto tal, mas à sua função na economia atual. A necessidade que talvez pudesse escapar ao controle central já é recalçada pelo controle da consciência individual (Adorno & Horkheimer, 1947, p.57).

Por esse motivo, a indústria cultural, na maioria dos casos, não tem interesse em investir em propostas de segmentos artísticos e culturais que possibilitem levar o indivíduo consumidor à novas reflexões. Segundo Hegel, “a arte é produção humana, social e se destina à liberdade do pensamento humano, do seu espírito, da sua expressão e da sua criação” (Hegel, citado por Canda, 2010, p.42). Um artista que não puder exercer a sua liberdade criativa estará a comprometer a qualidade da sua criação.

O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos (Adorno & Horkheimer, 1947, p.57).

Não interessa, para a indústria cultural, indivíduos autônomos, que concebam artes determinadas pelas suas próprias regras, que definam seus estilos, que ousem contrariar determinados cânones já existentes. Com a força de influência que essa indústria possui sobre a sociedade, tem-se a uniformização de mentes, criando fronteiras entre as classes, tanto de modo cultural como social.

Os artistas independentes, atualmente, conseguem divulgar os seus trabalhos através das novas tecnologias de informação e cooptam apoio de instituições autônomas, como as associações e residências artísticas. Através desse processo, o artista independente possui a chance de se tornar popular, até mesmo, com reconhecimento de público e crítica.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas estimula essa ligação direta entre o artista e a comunidade, numa relação dialética, na qual, o artista se dispõe a mostrar à população o seu domínio artístico e, ao mesmo tempo, aprender, por meio do contato com outras pessoas, outras culturas, e que dialoga com artistas pertencentes ao mesmo seguimento artístico e/ou diferentes.

As residências artísticas, geralmente, apresentam pontos comuns e semelhantes, de acordo com os seus objetivos. Algumas delas, além do estímulo ao exercício de criação, possuem a estreita relação com o processo de aprendizagem. As residências artísticas são instituições que prezam pela reciprocidade, de ordem criativa e cultural, entre artistas e público. Propõem aos artistas novas formas de planejamento criativo, através de novas parcerias com demais profissionais das artes, um novo público, e um indicativo de novas possibilidades para divulgação e valorização das suas obras.

4.8 Paredes e murais realizados no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas: antes e depois.

É notório que o projeto Café Cultural Residências Artísticas se insere em um movimento de processo de democratização da arte, através da comunicação de diversas linguagens artísticas, como teatro, música, vídeo e, principalmente, por meio do graffiti. Apesar de o Parque da Cidade sempre ter sido o espaço mais atraente de Fafe, a galeria acéu aberto foi produzida em uma parte deste local que servia, apenas, como passagem dos pedestres, sem nunca ter sido uma área de convivência, contrastando com os demais espaços daquela localidade.

Atualmente, além de igualar-se a todas as partes do Parque da Cidade, no sentido de tornar-se mais um espaço de convivência, passou a ser uma atração da cidade e da região do Minho, de tal modo, que já foi capa de um dos jornais mais importantes dessa região, o Correio do Minho de Braga.

Os murais e escadarias, que agora se encontram pintados com diversos temas voltados para a natureza, eram escuros, sujos de musgo e lodo. No entanto, os murais realizados no Parque da Cidade e na Praça da Comunidade, não só modificaram os aspetos das paredes e escadarias, como, também, contribui para modificar a consciência da população, relacionada à valorização da arte e a para a transformação do espaço urbano. Para Câmara (2019, p.22) “as cidades são locais de diversidade cultural, no sentido antropológico do termo. As cidades sempre foram focos de atracção populacional, de fixação, mas também de passagem”. As cidades possuem uma dinâmica de rápidas transformações, de forma natural ou pela intervenção do homem. No entanto, a arte do graffiti está, cada vez mais, a se somar nessa constante transformação.

Desde a sua aparição, a cidade tem estado diretamente associada à produção de cultura em diferentes sentidos. Antes de mais, no sentido da criação artística. A cidade é o berço de instituições dedicadas a diferentes formas de saber e arte. Nela encontramos os lugares de expressão literária, filosófica, artística, científica. Logo, poderemos certamente afirmar que o meio urbano dispõe de recursos materiais e humanos que favorecem o despontar de catividades do foro criativo (Câmara, 2019, p.22).



Figura 32 Escadaria localizada no Parque da Cidade antes da realização da pintura, Fafe.



Figura 33 Escadaria pintada, artista Spike Spike (México), Galeria a Céu Aberto Parque da Cidade Fafe, setembro, 2018.

As intervenções do graffiti nos espaços urbanos consistem em propor para as pessoas enxergar a cidade com um outro olhar, observar o “renascimento” dos muros pintados, que contribui para a melhoria desses ambientes e, conseqüentemente, para o bem-estar de cada morador ou visitante, onde fica nítida a diferença entre o antes e o depois.



Figura 34 Parede localizada no Parque da Cidade, antes da realização do mural. Fafe



Figura 35 Murais “Natureza viva”, artistas Clara Leff, “Baleia”, artista Celso Gatuno, (Brasil), Galeria a Céu Aberto, Parque da Cidade, Fafe, junho, 2019.



Figura 36 Paredes localizadas no Parque da Cidade, antes da realização do mural. Fafe.



Figura 37 Panorama dos Murais realizados pelos artistas Celso Gatuno, (Brasil), Carlo Silva (Brasil) e Hech Uno, (México). Galeria a Céu Aberto, Parque da Cidade – Fafe – Portugal, março e julho, 2019. Foto: Fábio leite.



Figura 38 Parede localizada no Parque da Cidade, Fafe, antes da realização do mural. Foto: Vicente Coda



Figura 39 Mural “Coruja” artista Farid Rueda (México), Galeria a Céu Aberto, Parque da Cidade, Fafe, junho, 2018. Foto: Fábio Leite.

4.9 O Graffiti e a Comunicação

A arte tem a sua forma específica de comunicação e os ritmos das cidades são formados por elementos, também, comunicativos, como imobiliários urbanos, arquiteturas, sons diversos, paisagens, características das ruas e a presença das pessoas, através de diversos aspetos.

Gigantescas massas populacionais em digressão, artérias labirínticas percorridas por um espesso circuito de tráfego, umas arquiteturas grandiosas e amalgamadas convergem para uma paisagem muito particular. O poder da cidade irrompe por entre um enredo complexo de signos estáticos ou móveis, mais ou menos evidentes, que nos envolvem apelando a uma peculiar competência sensorial. Uma cacofonia de sons e imagens revela

idades cadavez mais preenchidas e híbridas em consequência de mobilidades e fusões culturais diversas (Campos, 2009, p.12).

Esse ritmo urbano se define por meio de diversas categorias, que se misturam para formar um complexo urbanístico. E cada uma dessas categorias possui diferenciadas formas de comunicação, através dos seus signos.

O graffiti faz parte de uma das categorias de comunicação mais visíveis, na malha urbana, que é a categoria imagética da arte, como mais um discurso da cidade. “A cidade é um discurso, e esse discurso é verdadeiramente uma linguagem: a cidade fala aos seus habitantes, nós falamos a nossa cidade, a cidade onde nós nos encontramos simplesmente quando a habitamos, a percorremos, a olhamos” (Barthes, *apud* Campos, 2012, p.73).

Através das criações legais e ilegais dos graffitis, o artista contribui, decididamente, para essa comunicação da cidade. Ele dialoga com tudo e com todos, expondo as suas mensagens, nas cores, signos, texturas e textos. O graffiti está incluso como um dos pontos determinantes, de signos comunicativos que traduzem o perfil da rua, do bairro, da cidade e, muitas vezes, até das pessoas que, ali, convivem.

Para Fortuna (2012, p.12), “na relação arte, comunicação e sociedade, vem o artista a sentir e pressentir; idealizar, equacionar e expressar; inquietar, ameaçar e comunicar-se com o meio social que lhe serve de estímulo, de inspiração, mas ao qual cabe-lhe também dar uma resposta”. Os artistas urbanos interagem com o mundo que lhe cerca e se comunica com este mesmo mundo pelas suas impressões pictóricas que, também, segundo Bakhtin (citado por Fortuna, 2012, p.3), “servem como objeto de autoconhecimento, passando a ser um espelho por ele construído”.

E nessa comunicação, cidade, artista, obras de arte – no caso, graffiti, a transformação vão se sucedendo, devido a essas informações. É legítimo acrescentar que a comunicação artística possui uma linguagem diferenciada da comunicação tradicional, aberta para diversas formas de entendimento, a depender do estilo e da forma.

A arte é uma fonte de emissão de informações, com técnica peculiar de transmissão e com finalidade de intenção. A linguagem da arte tem certas especificidades signicas, certos códigos diferenciadores do texto jornalístico informacional, por exemplo. Dentre estas especificidades encontra-se, a mais forte delas: a mensagem imagética permeada de significação plástica (Fortuna, 2012, p.6).

A arte do graffiti se comunica com a cidade através dos seus signos, cores e códigos. A exposição do artista do graffiti, consiste em uma importante comunicação, pois o seu ofício provoca curiosidades, o seu fazer artístico provoca uma dinâmica de trocas de incentivos entre ele e a cidade.

A cidade pode, deste modo, ser entendida como um artefacto cultural, uma construção humana que condensa significados particulares. Somos simultaneamente espectadores e atores neste panorama. Recebendo estímulos e interpretando uma matéria urbana determinada, somos igualmente agentes, improvisando e atuando sobre este imenso palco (Campos, 2009, p.12).

As paredes e diversas edificações das cidades são mudas e passam a emitir mensagem por meio do graffiti, que dá “voz” a todas elas. Muitas dessas paredes, ou superfícies móveis, como comboios ou autocarros, não somente se tornam murais ou bases para pinturas, através da arte do graffiti, como também se transformam em paredes-veículos, que se comunicam.

A necessidade de uma arte voltada para as grandes massas vem desde a Pop Art, no contexto da pós-modernidade, o graffiti dialoga com a cidade, na busca não da permanência, enquanto significado de arte consagrada de uma época, mas de expansão da arte que exercita a comunicação e faz proposta ao meio, de forma interativa. As cidades não são só o suporte, mas os tons de tintas e os movimentos do surpreendente imaginário humano (Gitahy, 1999, p. 39).

Quando na ilegalidade, o artista do graffiti se insere na cidade, ocupando o seu espaço de forma clandestina, em detrimento às ordens oficiais, que entendem que o espaço público deve ser organizado através de uma disciplina, na qual, a arte deve ser enquadrada dentro desse espectro.

No entanto, muitas vezes, essas artes aceitas por órgãos oficiais não traduzem mensagens conectadas com os anseios da população. Para Campos (2012, p.75), “o graffiti urbano é paradigmático desta apropriação da cidade por parte dos cidadãos. Palavras de ordem, assinaturas, bonecos, autocolantes, rabiscos, são armas expressivas nesta transformação do espaço em médium comunicativo”. Além das suas particularidades inatas, o graffiti desenvolveu uma terminologia própria. Termos como Bombing; Backjump; Bite; Black book; Caps; Crew; Crew; Cross e outras mais pertencem a seu universo.

Os artistas do graffiti, os *writers* vivenciam o desejo da criatividade com o objetivo de acrescentar algo lúdico à cidade, por meio da comunicação artística, independente da aprovação dos órgãos

oficiais. Na questão de aprovação, é importante acrescentar que esta realidade, aos poucos, vem a se transformar a favor dos artistas. No entanto, mesmo assim, na sociedade, existe ainda de menor escala, o estigma negativo do vandalismo, que é preciso combater.

De acordo com os *writers* participantes deste estudo, o graffiti encontra-se entre duas percepções: a da sociedade instituída, que o rotula, no seu sentido amplo, como acto de vandalismo e/ou um atentado ao património; e a dos *writers*, que defendem o graffiti como uma forma de arte alternativa, como contracultura, no qual se manifesta um desejo de criatividade, estimulado, por vezes, pela crítica à realidade social ou, simplesmente, pelo desejo de embelezar os espaços urbanos (Almeida; Oliveira & Costa, 2005, p. 363).

No entanto, o dilema sobre o vandalismo do graffiti, vem, aos poucos, a se resolver, graças aos talentos dos artistas, à compreensão de novos gestores de autarquias e projetos sócio culturais, como diversas residências artísticas voltadas para a valorização da arte urbana, que também fazem a intermediação entre as duas partes, onde apresentam projetos para as autarquias ou instituições culturais voltadas para a arte urbana que valorizam a cultura da cidade.

Nessa linha de pensamento, Savarese (2013, p.1) afirma que

O graffiti, antes relegado à prática de grupos sociais específicos e restritos, perseguido pelas políticas públicas, a gozar de pouco espaço na mídia, parece hoje ter se consolidado perante à sociedade como uma forma de expressão inerente à realidade urbana.

No entanto, faz-se necessário, em muitas localidades, uma maior compreensão a respeito da importância do graffiti e da arte urbana, em geral, para que as sociedades não repitam os mesmos erros por preconceitos, como os que cometeram com impressionismo, e outras artes não compreendidas em épocas passadas. Vários segmentos da área de artes visuais, como, também, na música, a exemplo do Blues, do Jazz e outras linguagens que surgiram de forma independente, oriundas de manifestações populares, passaram por diversas formas de preconceitos.

O graffiti é arte urbana contemporânea, sem elitização, feita para todos, em superfícies móveis e imóveis, como os autocarros e os comboios, em diversos lugares públicos e não lugares, diferente de diversas obras de diversos segmentos artísticos da arte contemporânea existentes em muitas galerias e museus públicos. Esse seguimento da arte contemporâneas, é considerado como obra de difícil compreensão para a maioria das pessoas e, muitas delas, sem merecerem, até mesmo, tais

designações artísticas na linha das artes visuais por necessitarem de textos explicativos para uma possível compreensão, ou seja, para comunicação com o público como arte classificada como imagética.

Realmente, em grande parte da produção contemporânea, é complicado, porque às vezes a obra nem existe. Como um trabalho que vi recentemente no *Whitney Museum*, em Nova York, que consistia numa série de pedras dispostas pelo chão. Evidentemente, se eu ficasse olhando aquilo não iria chegar a coisa alguma. Foi preciso eu ler um texto que estava na parede, explicando que elas vieram do Altiplano Andino, que haviam sido coletadas numa viagem do artista etc. etc. Não é possível, diante de um trabalho destes, ter qualquer tipo de experiência estética. A maioria dos trabalhos desta linha da arte contemporânea não lhe permite isso (Gullar, 2007, citado em Razuk, 2004, p.3).

Ainda nessa linha de pensamento, Sant'Anna, citado por Razuk (2004, p.3), afirma que:

Uma das razões, talvez, uma das razões mais fortes de eu estar nos últimos anos desenvolvendo um pensamento analítico a respeito da chamada 'Pós- modernidade' ou da Arte Contemporânea é o facto que a chamada 'Arte Conceitual' se transformou num ramo da Literatura. Ou seja, muito do que se faz hoje no domínio das artes pertence à literatura e não às artes plásticas, pelo simples facto que estão lidando com palavras e estão lidando com conceitos.

O autor Tom Wolfe, em seu livro "A palavra Pintada" (1975), afirma que a pintura tinha sido transformada em um texto escrito; uma espécie de valor que agregava a obra. Nesse sentido, o autor dizia que:

Todos esses anos eu, e tantos outros, paramos diante de mil, dois mil, Deus- sabe- quantos milhares de Pollocks, De Koonings, Newmans, Nolands, Rothkos, Rauschenbergs, Judds, Johnses, Olitskis, Louises, Stills, Franz Klines, Frankenthalers, Kellys e Frank Stellas, ora apertando os olhos, ora arregalando-os, ora nos afastando, ora nos aproximando - esperando, esperando, sempre esperando ... ele ... ele entrar em foco, ou seja, esperando o prêmio visual (por tanto esforço) que devia estar ali, que todos (*tout le monde*) sabiam estar ali - esperando que algo se irradiasse diretamente das pinturas presas àquelas paredes invariavelmente alvíssimas, naquela sala, naquele momento, para o meu quiasma ótico. Todos esses anos, em suma, eu presumia que em arte, ao menos, ver é crer. Ora -como fui míope! Agora, finalmente, em 28 de abril de 1974, era capaz de

ver. Entendera a frase às avessas o tempo todo. Não era 'ver é crer', seu bobalhão, mas 'crer é ver', pois a Arte Moderna tornou inteiramente literária: as pinturas e outras obras só existem para ilustrar o texto (Wolfe, 1987, pp.7-8).

Pintura, escultura, instalações, performances, são manifestações artísticas meramente visuais, e, a partir do momento em que o artista tem a necessidade de explicar ao expectador a obra por ele criada, está a assumir a sua incapacidade de ser um artista das artes visuais, porém, com possíveis inclinações para ser um escritor.

Um outro fator que, em muitos casos, obstrui a fruição de comunicação entre a sociedade e as obras expostas em diversos museus de arte contemporânea e galerias, são determinados críticos, *marchand* e diretores, que, entre outros motivos, possuem uma postura referente às seleções das criações artísticas baseadas em critérios distantes do gosto popular, e que, por esse motivo, não se comunicam com a sociedade de forma direta, e, em muitos casos, negam o valor, até mesmo, de grandes nomes de artistas de séculos passados. Essas obras, são vozes que não são ouvidas, sendo assim, não existe comunicação.

Martins (2020, p.1) afirma que:

Jean Clair denunciava os abatedores culturais que enterram definitivamente os artistas mortos, assim como os museus de arte contemporânea e outros FRAC (Fonds régionaux d'art contemporain), que ignoram os verdadeiros artistas e promovem agentes comerciais de algumas galerias.

Diversas instituições culturais, como museus e galerias, costumam ter uma postura fechada em uma espécie de "bolhas elitistas" que consistem na separação com o grande público, por muitas vezes, alheias aos anseios e vínculo com a população, enquanto são, no entanto, financiadas com os impostos pagos pelos contribuintes.

Nesse sentido, vale ressaltar que o Prof. Afonso Romano de Sant'Anna, autor do livro *Desconstruir Duchamp – A Arte na Hora da Revisão*, declarou que o que aconteceu com a arte é que ela virou um gueto, em que se produzem coisas que parecem não ter raízes nem vínculo com o resto da sociedade, a não ser o vínculo econômico, porque a sociedade olha e não reconhece ali os seus símbolos.

A respeito da falta de conteúdos diversificados em muitos museus e galerias de arte contemporânea, na possibilidade de criar mecanismos culturais para possíveis interesses da sociedade e não somente para pequenos grupos privilegiados, Marçal (2021,p.3) afirma que:

À medida que os museus se transformam em espaços de convergência local, onde se poderá não só trabalhar formas e conteúdos diversificados de programação, mas também construir alianças para promover o renascimento criativo e social, humanizam-se e ficam mais próximos da sociedade. A intolerância já não resiste às novas expectativas dos visitantes e é importante que os museus sejam espaços nos quais, a partir do conhecimento e da experiência dos profissionais da museologia, possam ser reimaginados.

No entanto, o graffiti assume o espaço público, onde o estudante, o empresário, o desempregado, a dona de casa, a dentista, o médico, o varredor de rua, o mecânico... enfim, a sociedade por inteiro transita, convive e interage, pois, a comunicação é direta e objetiva. O artista do graffiti, ao assumir os espaços públicos, faz, de todas as cidades, galerias democráticas de artes a céu aberto, sem demasiados pretensiosismos estilísticos.

Os graffitis apresentam-se para o grande público de forma direta para atingir os sentidos e entendimento do espectador, diferente de diversos segmentos da arte contemporânea, ao ponto de muitos artistas terem a dificuldade em definir suas obras no momento em que precisam, até mesmo, de escrevê-las em editais e demais eventos, na tentativa de conseguir alguma classificação em salões de artes ou outras produções culturais.

É interessante observar que, provavelmente, como reflexo disso, vemos o uso de termos, como 'expandido', 'contaminado', 'convergência', 'hibridização' e 'entre-imagens', pela crítica. Há também a necessidade de recorrer a palavras compostas, como vídeo-instalação, palestra-espetáculo, vídeo-dança, livro-reportagem, slide-show etc., na tentativa de definição dessas obras que acontecem na relação entre diferentes meios. O relato de artistas nos mostra a dificuldade enfrentada na elaboração de projetos, para fazer com que suas obras se encaixem nas delimitações das áreas dos editais. O que é um espetáculo de dança (ou será de teatro?) que se transforma em vídeo, por exemplo (Salles, 2012, p.521).

A existência de diversos títulos, múltiplas definições de nomes compostos, vem de uma premissa de que muitos artistas desse seguimento da arte contemporânea estão mais preocupados em ser "revolucionários" e negar, inutilmente, qualquer influência do passado, a basear-se em um princípio de que tudo pode ser arte, ainda que, com o passar dos tempos, tenham ocorrido diversas mudanças em relação à arte, diversos pontos, até mesmo, em relação ao conceito da verdade, que, para Mourão, (2108, p.6) "essas mudanças intensificaram-se exponencialmente a partir da Modernidade, a qual pode

ser tomada como referência civilizacional pela sua rutura maior com verdades absolutas e identidades definidas”.

Mesmo assim, depois de diversos movimentos de vanguardas que ocorreram com o passar do tempo, só podemos ter noção do claro se tivermos consciência do escuro; do frio, se tivermos consciência do calor. Só podemos chamar algo de arte em oposição a outra coisa que não é arte, independente da divisão histórica da arte, marcada a partir da Pré-modernidade, Modernidade e Pós-modernidade.

Sendo assim, se tudo é arte, nesse caso, tudo possui criatividade? Tudo possui valor estético? Todos os objetos existentes em nossas vidas possuem um conceito? Basta qualquer pessoa eleger qualquer coisa ao seu redor, como arte, que será arte ou antiarte? Todas as coisas existentes no mundo comum conduzem-nos a um sentimento admirativo? “Passou-se a aceitar como arte tudo aquilo que o artista apresenta como obra de arte. Passou a valer a assinatura, a intenção. Daí o silogismo perverso: se tudo é arte, então nada é arte” (Sant’Anna, 2003, p.116).

Esta premissa de que tudo é arte, não-arte, antiarte e até mesmo decretar o fim da arte, na prática, não faz nenhum sentido, e é muito difícil alguém ser criativo, muito menos revolucionário, baseando-se nesses princípios; apenas confere a um aprisionamento, a reproduzir as ideias do passado referentes ao do Dadaísmo e às de Marcel Duchamp. Sendo assim, será apenas uma reprodução de ideias antigas.

Segundo Sant’Anna citado por Razuk (2004, p.1):

Na arte moderna e na contemporânea há uma falácia teórica e uma arrogância prática: ela, sequer, é antiarte, não-arte, mas quer ocupar o espaço da arte. Não ousa dar-se outro nome, porque sua identidade é feita daquilo que nega. Apregoa essa tolice – ‘o fim da arte’ - porque não entende que a arte é, em si mesma, uma função do imaginário. Regimes totalitários também pregaram o fim da religião, desconhecendo que a religião é, em si, uma função simbólica. Resultado, transformaram-se em religião, como a não-arte pretende ser arte.

Negar o passado das artes, pregar que tudo é arte, declarar o fim da arte, é estarem presos aos “nós” de Marcel Duchamp, que expôs um objeto de uso comum em uma exposição, e que acabou por convencer, por décadas, e que ainda convence, a uma grande maioria de profissionais das artes e críticos que não perceberam e nem percebem que a arte não está naquele urinol, e sim na atitude do artista, de tê-lo enviado ao salão de exposição.

Ela, a Fonte (Urinol), foi apenas um suporte para um determinado objetivo, uma comprovação de um resultado, até mesmo uma simbologia de uma atitude, mas não uma arte. Ou seja, o urinol de Duchamp que foi exposto, por ele, para ironizar o júri da exposição, também não é arte conceitual, e sim um objeto, e nada mais. Um objeto enquanto exposto em uma galeria que não possui intrínseco nenhum coceito emocional e muito menos visual-artístico, e sim um conceito de utilidades diárias para as necessidades físicas do ser humano.

Sendo assim, é importante elucidar que a fonte de Duchamp, fora do contexto histórico em que ela está inserida, e que foi colocada por ele na exposição, seria e é mais um objeto de uso comum, apenas um objeto. Essa fonte não possui, nela, algo único, enquanto obra de arte, e nem mesmo antiarte, e por ter sido produzido em série, sem um mínimo de interferência em sua composição, onde sua assinatura apenas registra uma falsa ideia de que ele a criou, ela não possui originalidade enquanto obra de arte, enquanto objeto criado para esse fim e nem antiarte; apenas presa ao suporte de um contexto histórico para se sustentar enquanto valor artístico.

Da mesma forma das diversas “obras de artes” contemporâneas, que precisam de um texto explicativo para que seus criadores justifiquem o valor das suas criações, a obra *The Gift* do artista Man Ray, que se sustenta enquanto escultura, é independente do contexto histórico em que ela foi criada. Mesmo sendo utilizado por ele como objeto pré-fabricado em série, Man Ray criou uma composição única que se sustenta enquanto arte.

No entanto, é louvável reconhecer a importância de Duchamp no contributo para o surgimento de novos rumos das artes. Nesse sentido,

Não obstante, talvez, por atender a uma necessidade da época, foi o *ready-made* que ditou o rumo predominante na arte internacional das cinco últimas décadas, marcada muitas vezes por manifestações em que a rebeldia se confunde com o niilismo e, particularmente, com a negação da própria arte. Deu-se menos atenção ao autor do ‘Étant Donnés’, quando libera suas fantasias eróticas numa poética de sonho, do que ao iconoclasta que pintou bigodes e barbas numa reprodução da Mona Lisa. Noutras palavras, o Duchamp imitado e seguido foi o que tentou desmoralizar a aura da obra-prima de Da Vinci; só que nenhum de seus seguidores, possivelmente, terá se perguntado se o cara desabusado, que fez isso numa reprodução da Mona Lisa, teria feito o mesmo no original. Duvido muito (Gullar, 2022, p.1).

Outro facto a somar, estarem, na maioria dos casos aceitemos como arte, não se questionar a respeito dos "ready-mades tardios" de determinados segmentos da arte contemporânea é a falsa

sensação de que se pode estar sendo “cruel” com as novas propostas e, assim, não cometer determinados erros de outrora.

Sendo assim,

Então, como houve um momento da História da Arte em que algumas pessoas foram excluídas do sistema, e como essas pessoas foram, pouco depois, reconhecidas como sendo grandes artistas, criou-se um trauma de que não podemos recusar nenhuma pessoa que traga uma coisa pretensamente nova, diferente, que faça uma proposta que fuja do figurino, porque, quem sabe, estamos diante de um Van Gogh, de um Picasso, de um gênio, e nós é que não estamos entendendo?! Então o público, e os críticos, e os historiadores, com esse complexo de culpa diante de qualquer obra apresentada como enigma ou como diferente, entraram num processo de subserviência, de franquia total e aberta para tudo que era proposto (Sant’Anna, citado em Razuk, 2004, p.4).

Até mesmo o museu do *Louvre*, apesar de todo o seu acervo histórico e contributo para a humanidade, atualmente, não escapa dessa postura confusa, quando refere-se às artes visuais.

Martins (2020) denuncia o compositor François Serenière, que enviou um artigo publicado na França, intitulado “*L’art contemporain se mange par les deux bouts*”, no qual, o articulista Didier Desrimais faz recrudescer ainda mais incisivamente, através de exemplos gritantes, os caminhos desprovidos do menor bom senso, trilhados por artistas e promotores da arte contemporânea.

Há alguns meses, o Museu do Louvre propunha aos seus visitantes um ‘percurso Jay-Z e Beyoncé’, nome de um casal de rappers que havia realizado um clip nas galerias do museu. Nessa oportunidade, sem rir, Anne-Laure Béatrix, diretora de relações exteriores do Louvre buscava parcerias que tivessem bom senso, enquanto que Pierre Adrien Poulouin, mediador, ultrapassava as medidas. (Martins, 2020, p.1).

O autor segue afirmando que o *Louvre* torna-se uma marca da moda, onde se passam coisas interessantes. Quando se tem um grande número de acesso às galerias de arte contemporânea, essas “artes” estão mais atreladas à intenção de causar impacto, por diversos motivos, como estranhezas ou mera curiosidade, menos pela criatividade artística de qualidade intrínseca sem possuir a necessidade de bulas, textos e teorias.

No entanto, diversos artistas contemporâneos são de qualidade inquestionável, porém, nunca houve, na história da arte, uma legião de críticos, *marchands*, profissionais e agentes-culturais tão distantes de conceitos realmente ligados à criatividade artística, a fazer desse segmento cultural um

mero balcão de negócio, que alimenta o ego de muitos colecionadores.

Diante dos factos apresentados, Martins (2020, p.01) ainda denuncia:

Soubemos ontem que uma banana presa por adesivo sobre um muro da Feira de Arte Basel, em Miami, lá, colocada por um artista-agente-comercial, foi retirada e comida pela soma de cento e vinte mil dólares, e que uma outra foi imediatamente colocada no lugar, devidamente fixada. Igualmente arrancada e devorada pelo mesmo preço.

Uma outra substituiu a precedente. Logo, não mais se contava o número de bananas a cento e vinte mil dólares arrancadas e comidas. O público se cansará de tais cenas como de outras, evidentemente. O agente-cultural-artista, sempre audacioso, tudo ousando, substituirá a banana por morango, ao preço de cento e cinquenta mil dólares; após, por um damasco, a cento e oitenta mil dólares; maçãs, por duzentos mil dólares; e cerejas, por duzentos e cinquenta mil dólares.

Arte Contemporânea é uma denominação surgida a partir de meados do século XX, mais precisamente, depois da Segunda Guerra Mundial, que se notabilizou, em sua maioria, em apenas agradar principalmente a estudiosos e pesquisadores, não ao público em geral, a quem toda arte deve dirigir-se. É importante salientar que arte contemporânea é o que se faz agora, na atualidade, sem restrições de estilos e gêneros. Toda a arte, um dia, foi contemporânea, por ter estado conectada, produzida no seu tempo.

Diante disso, vale destacar que:

Ser contemporâneo pode ser entendido como ser imediatamente presente, como estar aqui e agora. Nesse sentido, a arte parece ser verdadeiramente contemporânea se é autêntica, se ela, por exemplo, captura e expressa a presença do presente de um modo que é radicalmente inalterado pelas tradições do passado ou estratégias que visam o sucesso no futuro (Groys, 2010, p.119).

Através desse segmento da arte contemporânea, estamos a descobrir pessoas com inclinações para serem engenheiros, médicos, escritores, mecânicos, cientistas, provocadores, filósofos, mas não artistas. Determinados segmentos dessa categoria, dita artística, está, em muitos casos, através de determinados agentes culturais, a levar o nome da arte a um verdadeiro circo de horror, vaidades, justamente por não existir uma verdadeira comunicação entre o artista e o grande público; por ser uma arte voltada para salões, críticos aprisionados em “bolhas” e desconectados do mundo real.

Nesse sentido, Martins (2020, p.1) aponta para o limite extremo de uma associação. Para ele,

[...] de um lado, a mediocridade amparada por galerias e marchands que forçam tendências a serem aceitas pelo público alvo; de outro lado, o comprador sem lastro cultural sedimentado, mas que ascendeu rapidamente à riqueza.

Este seguimento da arte contemporânea, através dos seus promotores, criou um conceito que deixa implícito que quem não a aprecia não possui inteligência à altura, ou até mesmo desprovido de inteligência. O dogmatismo desse segmento artístico é claro e escancarado, pois trata-se de um segmento que se autoproclama libertário, mas que, na prática, prega o oposto, em propagandear a liberdade das experimentações, a negar qualquer trabalho artístico que possua semelhança com referências ao passado.

Quase tudo, nesse segmento da arte contemporânea, goza de algo complicado, sem sentido. Um pretensiosismo em querer ser revolucionário e que, na maioria das vezes, não passa de obras previsíveis, que se esgotam nelas mesmas, sem uma verdadeira interação com o grande público.

Para este grande público, o que interessa uma sala cheia de areia? Uma lata cheia de fezes? Um vídeo com um artista lendo cartas? Um segmento de arte que se notabilizou como arte contemporânea, apenas sob as rédeas de um discurso propagandeados por Bienais, salões e exposições, que, em muitos casos, são financiados pelo dinheiro público, mas que negam-se em comunicarem-se com a população pagadora dos impostos, de forma direta objetiva.

No caso da *Street Art*, ela dá voz lúdica às cidades, de forma independente das rédeas de muitos burocratas da arte contemporânea. Assim, como a arte urbana, em geral, o graffiti é uma arte contemporânea para todos; não está atrelado às direções de negociantes culturais, instituições que, em muitos casos, trabalham em prol de uma determinada elite.

No graffiti, palavras desenham palavras, imagens usam e abusam do espaço urbano, e o corpo se enlaça em uma coreografia diferente. Reencantam-se os espaços, recriam-se sujeitos e as possibilidades do diálogo entre expressões artísticas, cidade e vivência cotidiana. Das palavras às imagens superelaboradas, o graffiti impõe uma nova apreensão ética-estética da cidade e reclama novos sentidos. Novos sujeitos são constituídos via atividade criadora que, ao mesmo tempo em que transformam muros, paredes, ruas e avenidas, transformam os próprios sujeitos da ação (Furtado & Zanella, 2009, p. 7).

O poder transformador do graffiti vai do ativismo social à conscientização e admiração artísticas das pessoas para com as obras, a passar pelas influências sobre o fazer da arte e por um novo olhar sobre o ambiente urbano. As cidades passam a apresentar uma outra perspectiva, sob os olhares da

população onde paredes, muros, ruas e avenidas passam a possuir outras funções.

O graffiti é uma arte popular e contemporânea mais ligada à essência do ser humano na perspectiva da criação artística. Diante disso, vale frisar que:

O vestígio mais fascinante deixado pelo homem através dos tempos em sua passagem pelo planeta foi, sem dúvida, a produção artística. Desta, a manifestação mais antiga com certeza foram os desenhos feitos nas paredes das cavernas (Gitahy, 1999, p.7).

As pinturas rupestres encontradas nas cavernas são uma espécie de graffiti diferenciado por seu material e objetivos. “Aqueles pinturas rupestres são os primeiros exemplos de graffiti que encontramos na história da arte. Elas representam animais, caçadores e símbolos. Muitos dos quais, ainda hoje, são enigmas para os arqueólogos” (Gitahy, 1999, p.11).

A arte do graffiti está ligada a diversos estilos e temas e com uma grande variação de técnicas, diferente dos criadores das artes rupestres que usavam matérias extraídos diretamente da natureza, pois, “nessa época, os materiais eram terras de diferentes tonalidades, sucos de plantas, ossos fossilizados ou calcificados, misturados com água e gordura de animais” (Gitahy 1999, p.7).

Alem da tradicional lata de tinta *spray* usada no graffiti, os *writers* e demais artistas urbanos, com o passar do tempo, desenvolveram outros tipos de arte urbana parietais no universo vasto das intervenções urbanas.

Considerações Finais

Na tentativa de conseguir maiores investimentos junto às iniciativas privadas, como empresas de tintas e de outros materiais usados nas atividades do projeto de intervenção Café Cultural Residências Artísticas, a curadoria não obteve sucesso. Um dos principais motivos de recusa das grandes empresas foi o facto de o projeto não ter sido implementado nas principais cidades de Portugal, a fim de possuir uma maior visibilidade, tanto dos médias como de público.

No caso das pequenas empresas, elas alegaram a falta de recursos financeiros para apoiar o projeto. Sendo assim, o Projeto Café Cultural Residências Artísticas contou apenas com o recurso da Câmara Municipal.

Mesmo assim, foi possível constatar que o projeto conseguiu firmar-se por esses cinco anos através da aceitação popular local, com divulgação nas redes sociais e principalmente por envolver a comunidade através de *workshops* ministrados pelos artistas residentes e apresentações das atividades artísticas, nas ruas e em espaços fechados, mas com entradas livres ou com finalidades filantrópicas.

No início, a curadoria teve algumas dificuldades em articular diversas tarefas ao mesmo tempo, pelo facto de não contar com uma equipa de produção artística para as produções de cada residência artística no âmbito do projeto, já que as parcerias com a Câmara Municipal consistiam no financiamento e os serviços voltados às limpezas das paredes e materiais como escadotes, gruas e andaimes. No entanto, essa parceria foi imprescindível para a realização do projeto Café Cultural Residências Artísticas. Contudo, por falta de uma equipa diretamente voltada para auxiliar a coordenação, houve alguns atrasos na liberação ou ordenação de materiais referentes às logísticas. Depois, a curadoria desenvolveu estratégias para contornar tais imprevistos.

Diante do desenvolvimento de toda a pesquisa referente ao tema “Arte e comunicação: Projeto de intervenção sociocultural”, que teve o projeto Café Cultural Residências Artísticas como base das investigações, e por estar também diretamente envolvido, desde a criação, produção e curadoria deste referido projeto, foi possível constatar o alcance dos objetivos específicos e do geral.

O projeto conseguiu estimular a pesquisa através de novas experiências entre artistas e público, num processo de construção, desconstrução e interação mútua de expressões artísticas, e ofereceu matéria-prima para a realização dos projetos para oficinas, espaços para criação e difusão da arte, e ainda incentivou as criações artísticas através dos *workshops* e na criação entre artistas no processo de sinergia.

Referente aos artistas residentes, o projeto Café Cultural Residências Artísticas conseguiu proporcionar a cultura do pensar sobre sua condição de artista, consciencializá-lo acerca do seu papel

de multiplicador e preceptor de conhecimentos, assim como da importância de vivenciar processos criativos através de novos desafios em parceria com demais artistas pertencentes a diversas expressões da arte.

Foi possível também atestar que houve muitas dificuldades nas primeiras residências, no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas, relacionados a diversas questões, visto que esta pesquisa foi desenvolvida através da metodologia intervenção-ação, onde foi possível vivenciar todos os processos sob uma diferente perspectiva, como investigador e parte integrante do processo de produção.

Dessa forma, foi possível constatar diversas dificuldades, como também facilidades, nas duas funções acima mencionadas, tanto relacionado ao desenvolvimento da produção do projeto Café Cultural Residências Artísticas, como no desenvolvimento das pesquisas.

Foi constatado que, em muitos momentos, ainda que interligados, era possível desenvolver os dois trabalhos de forma independente. No entanto, na maioria dos casos, um trabalho dependia do outro para melhor desenvolvimento de ambos, mesmo assim, foi possível concluir que, apesar dessa dependência mútua, o projeto Café Cultural Residências Artísticas foi a parte mais beneficiada dessa conexão entre prática e pesquisa, pois, através de diversos aprendizados adquiridos no decorrer das pesquisas, foi aplicada grande parte desses conhecimentos, durante o desenvolvimento do referido projeto.

É importante salientar que as pesquisas nos proporcionaram um maior senso crítico referente às diversas questões das artes urbanas, desde a comunicação do indivíduo para com a cidade até às particularidades de cada espaço público a ser escolhido para cada intervenção artística.

Trabalhar na coordenação da seleção dos artistas, participar das curadorias dos projetos de murais a serem aprovados, escolher os temas a serem desenvolvidos juntamente com os artistas, definir as paredes das cidades para serem transformadas em “telas de artes urbanas”, discutir a organização e previsão de orçamentos com os profissionais das autarquias parceiras do projeto, acompanhar o desenvolvimento de criação dos murais e oferecer toda assistência necessária para os artistas, concomitantemente com as pesquisas, foram esses os contributos para crescimento do pesquisador e produtor cultural.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas instigou, em cada morador, o sentimento de pertencimento referente a cada localidade nas cidades acolhedoras, uma vez que levou a reflexão para os habitantes, no sentido de que os espaços públicos, por menor e mais simples que eles possam ser, pertencem a todos.

O graffiti foi a linguagem predominante nesse projeto, por seu grande valor artístico e por ser

uma manifestação artística que está ao alcance de todos, além de ser um seguimento artístico que carrega em seu cerne a comunicação humanizada através de paredes e muros das cidades e com acesso livre para todas as pessoas.

Sendo assim, podemos constatar que o surgimento do projeto de intervenção Café Cultural Residências Artísticas significa algo positivo no contexto sociocultural para a comunidade Fafense. A criação dos murais, as realizações de *workshops*, as criações artísticas no sistema de sinergia com a participação de artistas residentes e em parceria com outros artistas convidados que eram moradores da comunidade e a renovação dos espaços públicos; todas essas atividades foram ingredientes decisivos para estimular nas pessoas a reflexão sobre a importância da arte urbana.

Com as criações dos murais, no âmbito do projeto de intervenção Café Cultural Residências Artísticas, alguns não lugares, ou seja, espaços apenas anteriormente usados para passagens, tornaram-se, por iniciativa da população, lugares de convívio; pais passaram a levar seus filhos para vivenciarem momentos de lazer e, até mesmo, diversas empresas de vendas de veículos e principalmente lojas de roupas e calçados usam os referidos murais como cenários para realizações de fotografias e vídeos para fins publicitários.

A cidade de Fafe, localidade onde o projeto Café Cultural Residências Artísticas possui o maior número de atividades realizadas, obteve através de uma das categorias das artes visuais, que até então não existia nesta referida cidade, mais um componente para o complemento do seu turismo cultural: a arte urbana.

Com o surgimento do projeto Café Cultural Residências Artísticas, a cidade de Fafe passou a ser referência na região do Minho, a ponto de a curadoria do referido projeto ter sido homenageada no evento denominado Prêmio Embaixadores 2019. Com isso, o projeto conseguiu ainda mais estreitar a relação entre artista e público nas cidades acolhedoras, tanto através das criações dos murais no âmbito das suas residências, como por meio dos *workshops* ministrados pelos artistas residentes.

Dessa forma, o projeto Café Cultural Residências Artísticas contribui para o combate ao preconceito relacionado às artes urbanas, para a democratização de murais criados por artistas de alto nível criativo e para o ensino gratuito informal que atendeu e atende diversos públicos, desde crianças a jovens e também crianças especiais, que são estudantes de instituições filantrópicas, escolas secundárias, instituições culturais, juntas de freguesias e universidades.

Durante as pesquisas, foi possível constatar a importância que a educação informal tem para a sociedade e o quanto ainda se faz necessário o aumento desse formato de ensino como complemento para a educação tradicional. Por esse facto, através das pesquisas e da participação direta na produção

dos *workshops*, no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas, foi possível constatar que quanto maior o investimento na educação artística e o envolvimento da população sobre a importância do fazer artístico, maior será o crescimento intelectual do indivíduo e, conseqüentemente, a diminuição de preconceitos relacionados às artes urbanas.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas, que iniciou suas atividades na vila de Celorico de Bastos e que deu procedimento na cidade de Fafe, acolheu, nesta cidade, diversos artistas de vários países, de múltiplas linguagens artísticas, a proporcionar intercâmbio entre eles, através das trocas de ideias e criações artísticas a resultar em aprendizados mútuos entre artistas, arte e população.

Nessa referida pesquisa, foi possível constatar, através da metodologia investigação-ação, que os eventos acontecidos no âmbito do projeto Café Cultural Residências Artísticas configuram uma espécie de resistência diante das maiorias das produções de valores duvidosos produzidas pela indústria cultural na contemporaneidade, assim como foi de relevante importância, pelo facto de nos ter proporcionado conhecimentos sobre as diversas formas de comunicação da sociedade contemporânea e de diferentes épocas.

As pesquisas sobre o comportamento do indivíduo contemporâneo diante das novas tecnologias de informação e comunicação, dos aspetos comunicacionais referentes à importância dos jornais de pequena circulação, dos cartazes colocados em lugares específicos e da ampla divulgação nas redes sociais, foram decisivas para uma melhor divulgação das produções desenvolvidas no âmbito do projeto.

Através da metodologia de intervenção-ação, foi também possível tomar consciência sobre a importância do fazer artístico e de todos os profissionais ligados às artes que se envolveram no referido projeto. Além disso, a constatação de que o projeto Café Cultural Residências Artísticas se tornou um complemento de um outro projeto, anteriormente criado por mim, e que foi base para a minha pesquisa de mestrado, denominado “Café Cultural Encontro de Ideias”, onde artistas e intelectuais foram convidados para discutir questões ligadas às suas profissões. Nesse sentido, vale enfatizar que o projeto do mestrado, o “Café Cultural Encontro de Ideias”, teve jovens do ensino secundário como público alvo, e o projeto “Café Cultural Residências Artísticas”, este utilizado na pesquisa para o doutorado, teve, como base a prática, o fazer artístico.

É legítimo afirmar que o contributo do projeto Café Cultural Residências Artísticas reflete muito além dos pontos acima mencionados, pois as sementes germinadas por ele foram muito mais além do meu universo pessoal, enquanto produtor cultural, pesquisador e aspirante ao título de Doutor na área Ciências da Comunicação.

O projeto Café Cultural Residências Artísticas reuniu cerca de 250 pessoas, através dos *workshops*, e acolheu 31 artistas selecionados, 15 artistas convidados, em um total de 30 murais. Esses murais contribuem para uma nova conscientização da população, através de uma arte possuidora de uma linguagem específica de comunicação, concomitante com o ritmo da cidade, instigando o cidadão a possuir um novo olhar sobre a cidade a que pertence.

E nessa comunicação democrática entre cidade e graffiti, as transformações vão a suceder devido a essas informações em espaços públicos que passam a ser questionadas, e, ao mesmo tempo, questionadoras, únicas e humanizadas, justamente por serem frutos de uma arte popular, pertencente à cultura visual urbana, que vem a contribuir para a quebra de padrões artísticos tradicionais.

A cidade como ateliê da arte do graffiti e o processo da sua criação, acompanhado por qualquer pessoa, consiste em um acto de troca de benefícios entre artista, cidade e público, além de toda uma atmosfera de acontecimentos urbanísticos contínuos, no qual todos estão inseridos.



Figura 40 O pesquisador José Vicente dos Santos ao receber o troféu “Prémios Embaixadores 2019”, pela criação e curadoria do projeto Café Cultural Residências Artísticas. Lisboa, Portugal. Foto: Eulália Almeida

O artista do graffiti, ao usar as paredes como suporte para a sua criação, traz, como resultado, uma transformação lúdica de objetos irremovíveis da cidade. Nesse sentido, foi possível atestar que o projeto Café Cultural Residências Artísticas vem deixando marcas indeleveis, por ter levado as artes para as pessoas, tanto de modo pedagógico como no formato artístico, e por estimular a valorização do artista urbano e do espaço público.

No entanto, acredito que muitas medidas precisam ser tomadas para a melhoria do respeito para com as artes em geral, através de investimentos e conscientização, que, conseqüentemente, acabam por refletir no bem-estar das sociedades.

Referências Bibliográficas

Abdala, L. P. & Mendonça, M. C. M. M. (2009). *Práticas de si: Moda Como Representação simbólica*. Acedido em: janeiro, 26, 2021. Disponível em: http://anpap.org.br/anais/2009/pdf/chtca/lorena_pompei_abdala.pdf.

Aceves, R. (2017). *Bebop e a Geração Beat*. Acedido em: fevereiro, 8, 2021. Disponível em: <https://www.sfjazz.org/onthecorner/bebop-beat-generation>

Adorno, W. T. & Horkheimer, M. (1947). *Dialética do esclarecimento: Fragmentos filosóficos*. Acedido em: maio 12, 2022. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/208/o/fil_dialetica_esclarec.pdf?1349572420.

Adorno, W. T. & Horkheimer, M. (2002). *A indústria cultural: O iluminismo como manifestação de massa*. São Paulo: Ed. Paz e Terra.

Agustini, C. F. C. (2003). *Matrix, Bem vindo ao deserto do real*. Acedido em: abril, 21, 2021. Disponível em: <http://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/4919-4912-1-PB.pdf>.

Alves, A. M. (2013). *Criador e Criatura: Informação e comunicação no contexto das tecnologias emergentes*. Ed. Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação para Ciência e a Tecnologia. Braga.

Alves, C. (2015). *Países Desconectados: você sabia que há locais do mundo onde a população não tem acesso à web?* Acedido em: outubro, 07, 2021. Disponível em: <http://www.purebreak.com.br/noticias/paises-desconectados-voce-sabia-que-ha-locais-do-mundo-onde-a-populacao-nao-tem-acesso-a-web/16738>.

Almeida, de J. F. (2021). *São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil*. Acedido em: abril, 5, 2021. Disponível em: <https://biblia.sbb.org.br/a-biblia-em-portugues/joao-ferreira-de-almeida>.

Almeida, M. A. L. (2010). *Uma Geração em debate: Beats ou Beatniks?* Acedido em: março, 15, 2021. Disponível em: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:PozKSWweewQJ:www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/2010/Historia/artigos/8almeida_marcos_artigo.pdf+&cd=1&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt.

Almeida, S. T. Oliveira, R. M. & Costa, N. (2005). *Graffiti. Uma Perspectiva de Comunicação na Educação*. Acedido em: fevereiro, 12, 2022. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/almeida-oliveira-costa-graffiti-perspectiva-comunicacao-educacao.pdf>.

Amorim, D. F. B. (2016). *Sinergia é o mesmo que trabalho em equipe?* Acedido em: agosto, 28, 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/312611292_Sinergia_e_o_mesmo_que_trabalho_em_equipe.

Amorim, J. P. & Teixeira, L. (2019). *Residências Artísticas Como Plataformas de Investigação Artística: Poetry As An Ecological Survival*. Acedido em: junho, 6, 2022. Disponível em: https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/28809/1/2019.Anais_SPG.Pdf.

Andrade, M. P. M. (2013). *Ser artista: Anacronismos, incoerências, estratégias e permanências*. Acedido em: maio 12, 2022. Disponível em: <http://www.anpap.org.br/anais/2013/ANAIS/comites/htca/Marina%20Pereira%20de%20Menezes%20de%20Andrade.pdf>

Arantes, A. A. (1998). *O Que é Cultura Popular*. São Paulo. Ed. Brasiliense

Artur, J. (2010). *Ilusão e Realidade: Uma visão da interação contemporânea*. Acedido em: novembro, 06, 2021. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-cibercultura-ilusao.pdf>

Augé, M. (2005). *Não-Lugares. Introdução a uma Antropologia da Sobremodernidade*. Lisboa: 90 Graus Editora.

Azevedo, J. (2007). *Apostila de arte – Artes visuais*. São Luís: Imagética Comunicação eDesign. Acedido em: maio 22, 2022. Disponível em: <https://jucienbertoldo.files.wordpress.com/2013/01/apostila-de-artes-visuais.pdf>.

Azevedo de, A. F. (2014). *Cultura Visual: As Potencialidade da Imagem na Formação do Imaginário Especial do Mundo Contemporâneo*. Acedido em: maio 22, 2022. Disponível em http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/64006/1/Visual_culture_the_potentialities_of_image_in_the_.pdf

Baltello Junior, N. (2007). *Para que serve as imagens mediáticas?* Os ambientes culturais da comunicação, as motivações da iconomania, a cultura da visualidade e suas funções. Acedido em: maio, 15, 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/Dialnet-ParaQueServemAsImagensMediaticasOsAmbientesCultura-2568565.pdf>.

Blauth, L. & Possa, A. C. K. (2012). *Arte, grafite e o espaço urbano*. Acedido em: fevereiro, 23, 2022. Disponível em: [file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/3458-Texto%20do%20artigo-8790-1-10-20130618%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/3458-Texto%20do%20artigo-8790-1-10-20130618%20(3).pdf).

Barbosa, M. L. T. M. (2014). *Espaço Público Urbano, em Constante Transformação*: Um estudo sobre os Discursos Teóricos e a Prática do Espaço Público Contemporâneo. Acedido em: fevereiro, 23, 2022. Disponível em: file:///F:/REVIS%C3%83O/LIVROS/CAMPOS/ESPACO_PUBLICO_URBANOemconstante_transformacao.pdf.

Barros, L. O. C. (2008). *As Ciências Sociais na Contemporaneidade: paradigmas e conflitos*. Acedido em: abril, 18, 2019. Disponível em: <https://periodicos.unifap.br/index.php/pracs/article/download/12/n1Luitgarde.pdf>.

Barros, S.A. (1997). *A Resiliência da cultura*. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Acedido em: abril, 25, 2021. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barros-amoedo-Resiliencia-Cultura.pdf>.

Barthes, R. (1987). *A aventura semiológica*. Lisboa: Edições 70.

Baudrillard, J. (2008). *A*

sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70.

Bauman, Z. (1989). *A Liberdade*. Lisboa: Ed. Estampa.

Bauman, Z. (2008). *A vida para consumo*. Rio de Janeiro: Ed. Zahar.

Bauman, Z. (2001). *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Ed. Zahar.

Benjamin, W. (1992). *A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica*. Sobre arte, técnica, linguagem e política. Lisboa: Relógio D'Água, 71-110.

Bergamo, A. (2007). *A Experiência do Status: Roupas e Moda na Trama Social*. São Paulo: Editora UNESP.

Bertoldi, M. T. J. (2009). *A Comunicação Visual dos Beatles como Sedução no Imaginário Social e Cultural*. Acedido em: março, 1, 2021. Disponível em: file:///C:/Users/Utilizador/Documents/1%C2%BA-TESE%20-%20DOUTORADO/MODA/MOVIMENTOS%20CULTURAI/BEATLES/A%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20%20VISUAL%20DOS%20BEATLES.pdf.

Bíblia Sagrada. (2009). *1ª Timóteo / Evangelho de João*. Tradução em português de João Ferreira de Almeida.

Biesdorf, R. K., & M. F. Wandscheer. (2011). (2011). *Arte, Uma Necessidade Humana: Função Social e Educativa. Itinerarius Reflections*. v.2 n.11. Acedido em: abril, 22, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/rir/article/view/20333/11824>.

Blanco, E. & Silvia, B. (1993). *Tecnologia Educativa em Portugal: Conceito, origens, evolução, área de intervenção e investigação*. Acedido em: maio, 06, 2022. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/277205040_Tecnologia_educativa_em_Portugal_conceito_origens_evolucao_areas_de_intervencao_e_investigacao.

Blasso, D. (2018). *Psicologia e Moda*. Acedido em: fevereiro, 3, 2021. Disponível em: <http://reformavisual.com/psicologia-e-moda-uma-interlocucao-possivel/>.

Blauth, L. & Possa, A. C. K. (2012). *Arte, grafite e o espaço urbano*. Acedido em: fevereiro, 23, 2022. Disponível em: file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/3458- Texto%20do%20artigo-8790-1-10-20130618%20(3).pdf.

Bracons, H. (2018). *Cultura, diversidade, interculturalidade e mediação: Percepções dos estudantes de Serviço Social*. Acedido em janeiro, 17, 2022. Disponível em: https://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/709083/PAG_12-27_HELIA+BRACONS.PDF/358d2e8e-b40e-4962-84cc-1c8991cf6aeb.

Bragança, S. (2014). *O Joana Grupo de Teatro e o Teatro de Rua*. Acedido em: abril, 5, 2021. Disponível em: file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/ulfl175333_tm.pdf.

Brandão, A. (2017). *Uma História de Roupas e de Moda para história da Arte*. Acedido em: dezembro, 26, 2021. Disponível em: [file:///C:/Users/Utilizador/Documents/1%C2%BA-TESE%20-%20DOUTORADO/MODA/Uma_historia_de_roupas_e_de_moda_para_a_historia_d%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Documents/1%C2%BA-TESE%20-%20DOUTORADO/MODA/Uma_historia_de_roupas_e_de_moda_para_a_historia_d%20(2).pdf).

Bogdan, R; Taylor, S. (1975). *Introduction to qualitative research methods: a phenomenological approach to the social sciences*. New York: J. Wiley.

Borges, M. A. G. (200). *A compreensão da sociedade da informação*. Acedido em: dezembro, 10, 2021. Disponível em: http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/10261/1/2004_art_lamota.pdf.

Bortholuzzi, J. (2017). *A Influência do Movimento Punk na Moda, do Underground até a Alta Costura, na circulação Midiática dos Editoriais de Moda*. Acedido em: março, 29, 2021. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202015/ARTIGOS-DE-GT/GT07-MODA-E-MIDIA/GT-7-A-INFLUENCIA-DO-MOVIMENTO-PUNK-NA-MODA.pdf>.

Bosi, A. (1986). *Reflexões sobre a arte*. São Paulo. Editora Ática S. A.

Bourdieu, P. (2003). *Questões de Sociologia. Fim de século*. E, sociedade Unipessoal,LDA, Lisboa.

Bourdieu, P. (2006). *A Distinção: crítica social do julgamento*. Rio de Janeiro: Zouk.

Caeiro, M. (2014), *Arte na cidade: História contemporânea*. Lisboa. Ed. Círculo de leitores.

Calabrese, O. (1998). *Como se lê uma obra de arte*. Lisboa: Edições 70.

Calabrez, P. (2021). *Assuma o Controle da Tua Vida*. NeuroVox. Acedido em: abril, 10,2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IEu9OKFnQWs>

Campos, R. (2017). *Arte Urbana Enquanto Património das Cidades*. Acedido em: setembro, 29, 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/322799270_Arte_urbana_enquanto_patrimonio_das_cidades.

Campos, R. (2009). *All City - Graffiti Europeu como Modo de Comunicação e Transgressão no Espaço*

Urbano. Acedido em: abril, 15, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/RevistaAntropologia521.pdf>.

Campos, R. (2012). *Paredes Comunicantes: Foto-Ensaio Sobre Espaço Público e Comunicação Illegal*. Acedido em: abril, 15, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Documents/1%C2%BA-TESE%20-%20DOUTORADO/COMPLEMENTO/LIVRO-OS-/Paredes%20comunicantes.%20Foto-ensaio%20sobre%20espa%C3%A7o.pdf>.

Campos, R. (2017). O espaço e o tempo do graffiti e da street art. *Cidades, Comunidades e Territórios*, 34 (Jun/2017), pp. 1 - 16 CICS.NOVA. FCSH/UNL2, Portugal. Acedido em: julho, 29, 2021. Disponível em: [file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/10543- Article%20Text-37026-1-10-20170630%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/10543- Article%20Text-37026-1-10-20170630%20(3).pdf).

Campos, R. (2007). *Pintando a Cidade: Uma abordagem antropológica ao graffiti urbano*. Tese de Doutoramento em Antropologia. Lisboa: Universidade Aberta: Tese de Doutoramento. Acedido em: outubro, 30, 2021. Disponível em: https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/765/1/TD_RicardoCampos.pdf.

Canda, C. N. (2010). *As Finalidades da Arte: A Autonomia e a Liberdade na Estática Hegeliana*. Acedido em: outubro, 30, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/Dialnet-AsFinalidadesDaArte-6630018.pdf>.

Canto, F. S. G. Y. Brito, M.C. P & Dias, C. L. (2013). *A Importância das Linguagens Artísticas no Desenvolvimento Infantil*. Acedido em: abril 17, 2022. Disponível em: <http://www.unoeste.br/site/enepe/2013/suplementos/area/Humanarum/Educa%C3%A7%C3%A3o/A%20IMPORT%C3%A2NCIA%20DAS%20LINGUAGENS%20ART%3%A8STICAS%20NO%20DESENVOLVIMENTO%20INFANTIL.pdf>.

Cardoso, M. R. (2019). *Moda e Mídia: O vestuário como categoria de análise para a construção da imagem feminina em mídias contemporâneas*. Acedido em: janeiro, 31, 2021. Disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/92883/1/Tese_final13.12.2019%20-%20V1.pdf.

Cardozo, C. M. (2003). *O Trabalho em Equipe e Seus Motivadores*. São Paul. Acedido em: novembro, 19, 2021. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/5799/1200301050.pdf>.

Câmara, R. C. S. (2019). Arte (s) Urbana (s). Acedido em janeiro, 09, 2023, em: https://www.researchgate.net/publication/343262862_Artes_Urbanas

Carmo, C.M.V. (2016). *Instrumentos e Políticas Públicas de Cultura: O Caso dos Editais do Fundo de Apoio à Cultura do Distrito Federal no Período de 2011 a 2014*. Acedido em: fevereiro, 23, 2022. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/21006/1/2016_CleideMaraVileladoCarmo.pdf.

Casarin, T. G. (2012). *A Juventude Norte-Americana de 1950: Os Rebeldes sem Causa e seu Legado*. Acedido em: fevereiro, 15, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Documents/1%C2%BA-TESE%20-%20DOUTORADO/MODA/MOVIMENTOS%20CULTURAIS/REBELDES%20SEM%20CAUSA.pdf>.

Castro, A. L. F. de (2014). *Arte Urbana Estudo Exploratório da sua Relação com as cidades e proposta de projeto prático para o Porto*. Acedido em: fevereiro, 19, 2021. Disponível em: [file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/34007%20\(10\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/34007%20(10).pdf).

Castro de, A. L. F. de (2014). *Estudo exploratório da sua relação com as Cidades e Proposta de Projeto Prático para o Porto*. Acedido em: outubro, 27, 2021. Disponível em: [file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/34007%20\(10\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/34007%20(10).pdf).

Castro, L. F. de (2017). *A Virtualização do Espaço Urbano Cotidiano*. Simpósio Internacional Subjetividade e Cultura Digital. Caderno de Anais. Acedido em: julho, 07, 2022. Disponível em: file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/The_Virtualization_of_Everyday_Life_Urba.pdf.

Catenacci, V. (2001). *Cultura Popular Entre a Tradição e a Transformação*. Acedido em: janeiro, 02., 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/spp/a/VNz dj3bndNsGT3mHhwg5krk/?format=pdf&lang=pt>.

Cavalcanti, A. M. T. (2004): *Conceito e função da arte na visão de um pintor brasileiro entre os séculos XIX e XX: Uma leitura dos cadernos e notas de Eliseu Visconti (1866 - 1944)*. Acedido em: maio 25, 2022. Disponível em: <http://www.eba.ufrj.br/ppgav/anacanti/pdf/viscontieconceitodearte.pdf>.

Cavalcanti, P. (2016). *Os 80 Anos de Buddy Holly*. Acedido em: fevereiro, 21, 2022. Disponível em:

<https://rollingstone.uol.com.br/noticia/os-80-anos-de-buddy-holly/>

Certeau, M. de (1980). *L'invention du quotidien*, Tome 1, Arts de faire. Paris: Union Générale d'Édition.

Certeau, M. de (1990). *A Invenção do Cotidiano: A arte de fazer*. Acedido em: fevereiro, 21, 2021. Disponível em: <https://gambiarre.files.wordpress.com/2010/09/michel-de-certeau-a-invinc3a7c3a2o-do-cotidiano.pdf>.

Chacon, T. (2014). *Traços Urbanos: pixo e graffiti entre a indústria cultural e o preconceito*. Acedido em: julho, 11, 2022. Disponível em: <http://vaidape.com.br/2014/05/tracos-urbanos-pixo-e-grafite-entre-a-industria-cultural-e-o-preconceito/>

Chibeni, S, S. (2010). *Introdução à filosofia da ciência*. Ciência e ética. Acedido em: novembro, 24, 2021. Disponível em: <https://www.unicamp.br/~chibeni/textosdidaticos/cienciaeetica.pdf>.

Cohen, R. (2002). *Performance como linguagem*. São Paulo: Perspectiva.

Conceição, C. A. N. & Ferreira. M. (2014). *O mito da caverna projectada no admirável mundo novo: A escravidão da tecnologia*. Acedido em: abril, 17, 2022. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/276912847_11_O_MITO_DA_CAVERNA_PROJETADO_NO_ADMIRAVEL_MUNDO_NOVO_A_ESCRAVIDAO_TECNOLOGICA.

Cordeiro, M.C. (2008). *Punk: Da Rebelião ao Prêt-à-Porter da Moda Punk: From Rebellion To Ready-To-Wear*. Acedido em: dezembro 22, 2020. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202008/42221.pdf>.

Correia, M. C. B. (2009). *A Observação participante enquanto técnica de investigação. Pensar Enfermagem*, 13 (2), 30 - 36. Acedido em: abril 23, 2022. Disponível em: https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/23968/1/2009_13_2_30-36.pdf.

Cosme, N. M. (2019). *Comportamento das Gerações Baby Boomers, X e Y no Ambiente de Trabalho*. Acedido em: fevereiro, 21, 2022. Disponível em: <https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2019/04/revista-mundo-academico-v12-n17-artigo-04.pdf>

Costa, B. E. S. L. (2014). A História da Moda Influenciando as Tendências. Acedido em: fevereiro, 28, 2021. Disponível em: [http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Bruna% 20Emmanuele_t.02.pdf](http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Bruna%20Emmanuele_t.02.pdf).

Costa, R. M. (2016). *Graffiti & Street art: A relação dos criadores de arte na rua com as novas tecnologias de informação e comunicação* (dispositivos e plataformas *online*). Acedido em: julho, 30, 2022. Disponível em: https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/12806/1/RaquelCosta_67474_MCCTI.pdf.

Christ, G. (2020). O que é Residências Artísticas. Acedido em: janeiro, 08, 2023. Disponível em: <https://www.sp-arte.com/editorial/0-que-e-residencia-artistica/>

Cidreira, R. P. (2008). A moda nos anos 60/70: *Comportamento, aparência e estilo*. Revista do Centro de Artes. Humanidades e Letras, Recôncavo Bahia. vol. 2.

Cietta, E. (2010). *A revolução do Fast fashion: Estratégias e Modelos Organizados para Competir nas Indústrias Híbridas*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.

Cruzeiro, C. P. (2014). *Arte e Realidade Aproximação, diluição e simbiose no século XX*. Acedido em: maio 07, 2020- Disponível em: https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/15799/1/ulsd069634_td_vol_1.pdf.

Cuche, D. (1999). *A noção de cultura nas Ciências Sociais*. Lisboa: Fim de Século.

Cunha, E.M. DA. (2012). *Bauman e a sociedade de consumidores: a transformação das pessoas em mercadoria*. Acedido em: fevereiro, 6, 2021. Disponível em: <https://sistemaantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/bauman-e-a-sociedade-de-consumidores-a-transformacao-das-pessoas-em-mercadoria/13883>.

Dalcol, F. (2015). *Residência artística e modos de atuação em rede: a viagem como estratégia investigativa*. Acedido em: maio 25, 2022. Disponível em: http://anpap.org.br/anais/2015/simposios/s7/francisco_dalcol.pdf.

Danto, A. C. (2005). *A transfiguração do lugar-comum: uma filosofia da arte*. São Paulo: Cosac & Naify.

Danto, A. C. (2010). *Marcel Duchamp e o fim do gosto: uma defesa da arte contemporânea*. Acedido

em: maio, 25, 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/3038-Texto%20do%20artigo-4592-1-10-20120427.pdf>.

Debord, G. (20039). A sociedade do espetáculo. Acedido em: janeiro,23,2022. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>

Delgado, M.V. P. (2021). *Não olhes se Não Vê: Arte Urbana enquanto Veículo de Transformação social*. Acedido em: fevereiro, 20, 2022. Disponível em: https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/48281/2/ULFBA_TES_MartaDelgado.pdf. -

Dicionário da Língua Portuguesa. (2009). Dicionário da Língua Portuguesa. Porto Editora.

Domingues, N. O. (2017). *As Tecnologias de Informação e Comunicação: Um recurso na promoção das aprendizagens*. Acedido em: julho, 5, 2022. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/24979/1/Relat%C3%B3rio%20Final.pdf>.

Duarte, I. B. (2014). *Arte e Técnica em Heidegger*. Lisboa: Ed. Sistema Solar, CRL (Documenta).

Dubis, V. (1999). *La politique culturelle – genèse d'une catégorie d'intervention publique*. Paris: Ed. Belin.

Eagleton, T. (1998). *As ilusões do pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Eco, U. (1982). *A Psicologia do vestir*. Lisboa: Assirio e Alvim.

Elam, K. (2002). *The Semiotics of Theatre and Drama*. London: Routledge.

Esperandio, M. R. G. (2007). *Para Entender Pós-modernidade*. São Leopoldo: Sinodal.

Estevão, I. M. (2019). *Saiba como a Moda Acompanhou o Rock ao Longo da História*. Acedido em fevereiro,15, 2021. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas-blogs/ilca-maria-estevao/saiba-como-a-moda-acompanhou-o-rock-ao-longo-da-historia>.

Eugénio, S. R. (2013). *A Arte urbana no século XXI: A relação com o mercado da arte*. Acedido em: abril 29, 2021. Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/8083/1/Sara%20Eug%C3%A9nio%20-%20Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20>

Mestrado%20em%20Gest%c3%a3o%20Cultural.pdf.

Feil, G. S. (2013). *Comunicação: Condição ou impossibilidade humana?* Acedido em: agosto 08, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/7mPTm7hpqSq4R8WhmBTXFZL/?format=pdf&lang=pt>.

-

Fernandes, C.B. (2010), *Cor, Ritmo e Movimento: hip-hop, definição e suas influências na contemporaneidade*. acedido em: outubro, 26, 2021. Disponível em: https://ria.ua.pt/bitstream/10773/3712/1/Tese_%20CD.pdf.mainstreaming

Ferreira, A.; Rabot, J. M. (2017). *Reflexões sobre a prática curricular: o ensino superior de música em Portugal*. In Z. Pinto-Coelho, T. Ruão & N. Zagalo (Eds.) (2017). *Arte, política e práticas*. V. Jornadas Doutorais, Ciências da Comunicação e Estudos Culturais. Braga: CECS: pp. 186-204.

Ferreira, S. (2001). *O Ensino das artes: Construindo caminhos*. 3º edição, Campinas: Papyrus.

Flusser, V. A. (1985). *Filosofia da caixa preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Ed. HUCITEC – São Paulo.

Fonseca, R. P. P. (2007). *A arte No Mercado: seu Discurso como utopia – E - Topia: Revista Electrónica de Estudos Sobre Utopia*, nº 6. Acedido em abril, 30, 2021. Disponível em: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/3070.pdf>.

Fortuna, M. (2012). *Arte: Um Meio De Comunicação e educação No Aprimoramento da Personalidade*. Acedido em: abril, 15, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Documents/1%C2%BA-TESE%20-%20DOUTORADO/COMPLEMENTO/LIVROS-/ARTE%20UM%20MEIO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O.pdf>.

Freitas, I; Meirinhos, M. (2018). *Questões éticas na era digital: implicações para a educação*. Acedido em: novembro, 25, 2021. Disponível em: [https://www.](https://www.researchgate.net/publication/322952096_Questoes_eticas_na_era_digital_implicacoes_para_a_educacao)

[researchgate.net/publication/322952096_Questoes_eticas_na_era_digital_implicacoes_para_a_educacao](https://www.researchgate.net/publication/322952096_Questoes_eticas_na_era_digital_implicacoes_para_a_educacao).

Freitas, V. B. de. (2006). *O Papel Social do Jornalismo Comunitário: Um Estudo do Jornal Cantareira*. Acedido em: maio 03, 2021. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/freitas-viviane-papel-social-do-jornalismo-comunitario.pdf>.

Figueiredo, C.D. (2013). *Comunicação como Utopia? Uma análise Crítica da Utopia da Comunicação*. Acedido em: maio, 12, 2021. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/13-Comunica%C3%A7%C3%A3o-como-utopia.pdf>.

Feyo, J. R. de B. B (2014). *Arte Pública D. João VI “no passeio atlântico”*. Acedido em: fevereiro, 25, 2022. Disponível em: [file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/33094%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/33094%20(1).pdf).

Furegatti, S. (2007). *Arte e meio urbano: elementos de formação Estética estramuros no Brasil*. Universidade de São Paulo. Acedido em abril, 25, 2022. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16133/tde-12052010-111218/publico/tese_Sylvia_Furegatti_2007.pdf.

Furtado, J. R. & Zanella, A.V. (2009). *Graffiti e Cidade: Sentidos da Intervenção Urbana e o Processo de Constituição dos Sujeitos*. Acedido em: abril, 22, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/GraffitiCidadesentidosdaintervenourbanaeoprocessodeconstituiodossujeitos.pdf>.

Gallo, I. C. D. (2008). *Punk: Cultura e Arte*. Acedido em: março, 19, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/vh/v24n40/24.pdf>

Gans, N. (2009). *Graffiti World: Street Art From Five Continents*. Ed. Tristan Manco

Garcia, C. (2012). *Anos 60. A Época que Mudou o Mundo*. Acedido em: fevereiro, 21, 2021. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/anos60.htm>.

Garcia, C.; Miranda, A. P. (2005). *Moda é Comunicação*. São Paulo: Anhembi Morumbi.

Garcia, S. (2017). *A Contracultura e a Vestimenta Hippie - EUA e Inglaterra*. Acedido em: março, 26, 2021. Disponível em: <https://www.belasartes.br/revistabelasartes/downloads/artigos/24/a-contracult-vestimhippie.pdf>.

Gariso, A.S.G. (2017). *O Potencial Transformador da Street Art e o caso das galerias Gap e Gau*. Acedido em: janeiro, 02, 2022. Disponível em: http://recil.ulusofona.pt/bitstream/handle/10437/9191/Ana%20Gariso_0%20Potencial%20da%20Street%20Art_ARQUIVO.pdf?sequence=1.

Gartner, A. (2016). *Práticas Teatrais Contemporâneas: Procedimentos Participativos e o Espectador no Teatro*. Acedido em: maio, 02, 2021. Disponível em: https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/26397/1/ulfl220142_tm.pdf.

Giddens, A. (2008). *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. Giddens, A. (1991). *As Consequências da Modernidade*. Ed. Unesp Fundação.

Giddens, A. (2002). *Modernidade e identidade*. Ed. Jorge Zahar – Rio de Janeiro.

Githay, C. (1999) *O que é Graffiti*. Acedido em: maio, 21, 2022. Disponível em: file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/ilide.info-celso-gitahy-o-que-e-grafite-livro-pr_6d52456e33f9df6d26d0544dbd41556.pdf.

Gonçalves, A. (2002). *O delírio da disformidade. O corpo no imaginário grotesco*. Comunicação e Sociedade, (4), 117-130.

Gonçalo, R. (2016). *Moda Church – Performances e produções estéticas do vestir feminino em igrejas evangélicas cariocas*. Acedido em: dezembro, 17, 2021. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/mosaico/article/view/64775/62711>.

Gonçalves, D. C. (2019). *A Importância do Jornal na sua Comunidade*. Acedido em: maio, 3, 2021. Disponível em: <https://www.jornaluniao.com.br/noticias/artigos/a-importancia-do-jornal-na-sua-comunidade/>

Grande, S. V. L. (2006). *O Impacto do Rock no Comportamento do Jovem*. Acedido em: fevereiro, 15, 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Documents/1%C2%BA-TESE%20-%20DOUTORADO/MODA/ROBERTO%20MUGGIATI/ROCK%20FILO%20SOFIA%20DE%20VIDA.pdf>.

Groys, B. (2010) *Camaradas do tempo*. In: Caderno Sesc Videobrasil / Sesc SP, Associação Cultural

Videobrasil. São Paulo: Edições SESC SP: Associação Cultural Videobrasil, v. 6, n. 6, 2010 –. Anual.

Guerra, P.; Straw, W. (2017). *I Wanna Be Your Punk: O Universo de Possíveis do Punk, do D.I.Y. e das Culturas Underground*. Acedido em: março, 27, 2022. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/102999/2/184841.pdf>.

Guimarães, F. F. F. (2013). *Do Surgimento do Rock à sua Difusão Pelo Mundo: A Apropriação do no Brasil Através das Versões d Meados da Década de 1950 a Meadosda Década de 1960*. Acedido em: fevereiro, 23, 2022. Disponível em: <https://www.posgrad.uacao.unimontes.br/uploads/sites/20/2019/05/9-Felipe-FI%C3%Alvio-Fonseca-Guimar%C3%A3es.pdf>.

Gullar, F. (2007). *Os Urinóis de Marcel Duchamp*. Folha de São Paulo. Acedido em: maio, 13, 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0605200725.htm>.

Hall, S. (1992). *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Ed. DP&A. 11ª Edição. Rio de Janeiro.

Heidegger, M. (2005). *Ser e o tempo*. Rio de Janeiro: Ed. Vozes. Heidegger, M. (2001) *Serenidade*. Ed. Instituto Piaget – Rio de Janeiro

Hobbes; Locke; Rousseau et al. (2008). *Os Clássico da Política*. In: WEFFORT, F.C. (Org.). Série Fundamentos. São Paulo: Ática, 2008.

Hoggart, R. (1970). *La culture du pauvre*. Paris: Les Éditions de Minuit.

Hoggart, R. (1957). *The Uses of Literacy*. Acedido em: março, 3, 2022. Disponível em: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.463228/page/n47/mode/2up>.

Houaiss, A. (2003). *Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa*. Lisboa: Temas e Debates.

Iglésias, F. (1990). *A revolução industrial*. 10 ed. São Paulo: Brasiliense.

Jacinto, S. S. F. de A. (2014). *Desafios na Introdução de Práticas Contemporâneas nas Aulas de Artes Visuais*. Acedido em: abril, 22, 2021. Disponível em: https://recil.grupolusofona.pt/bitstream/10437/6000/1/Relat%C3%B3rio_Investiga%C3%A7%C3%A3o.pdf.

Jameson, F. (1996). Pós-modernismo, a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo:Ática.

Kesting, J. C. (2015). *Schopenhauer: A Arte como conhecimento de Exceção*. Revista Lampejo. Acedido em: maio, 15, 2022. Disponível em: <http://revistalampejo.org/edicoes/edicao-7/01c%20Artigo%20-%20Arte%20-%20Schopenhauer.pdf>. -

Kohn & Moraes. (2007). *O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital*. Acedido em: fevereiro 5, 2017. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1533-1.pdf>. -

Lacomini, L. L. & Frizzo, M. K. (2018). *The Beatles e a contracultura: novas experiências espirituais, artísticas e políticas em 1968*. Acedido em: março, 7, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Documents/1%C2%BA-TESE%20-%20DOUTORADO/MOD A/MOVIMENTOS%20CULTURAI/BEATLES/BEATLES%20E%20A%20CONTRACULTURA-%20A%20METALINGUAGEM%20DA%20ROUP%20-monteiro-gilson-roup as.pdf>.

Lasch, C. (2001). *Culture de Masse ou Culture Populaire?* Castelnau-le-Nez: ÉditionsClimats.

Laurente, A. J. C. (2015). *A importância da Autoestima para um Desenvolvimento Harmonioso: Sinto-me amada e capaz, vou alcançar as estrelas!* Acedido em: janeiro, 19, 2021. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/61527301.pdf>.

Leal, A. R. (2006). *A Atitude dos Jovens Portugueses face às Marcas de Vestuário Portuguesas e Galegas*. Acedido em: fevereiro, 15, 2021. Disponível em: <https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/1041/2/10505.pdf>.

Leão, M.; Lupati, F. (2018). *O Hip-Hop e a Políticas culturais: Os Contributos da Zulu Nation no Brasil e em Portugal*. Acedido em: maio, 18, 2022. Disponível em: <file:///E:/REVIS%C3%83O/MAIS%20LIVROS/HIP-HOP/ZULU%20NATION-.pdf>.

Lévy, P. (1998). *As Inteligências Coletivas*. Acedido em: outubro, 08, 2021. Disponível em: https://mafiadoc.com/as-inteligencias-coletivas-pierre-levy-bloco-1-a-unisinos_59c04081723dd7c77f5bad9.html.

Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. Irineu da Costa. - São Paulo: Ed. 34 - Coleção TRANS Lévy, P. (1995). *O*

Que é o Virtual? São Paulo: Editora 34, 1996. (Coleção Trans).

Lima, N. D. C. (2019). *Paul Poiret e o diálogo entre moda e arte: A sintonia com as Mudanças Sociais e do Pensamento entre o Final do Século XIX e a década de 1930*. Acedido em: janeiro, 9, 2021. Disponível em: [.http://portais4.ufes.br/posgrad/teses/tese_10734_DISSERTa2%20FINAL.pdf](http://portais4.ufes.br/posgrad/teses/tese_10734_DISSERTa2%20FINAL.pdf).

Lipovetsky, G. (1989) *O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras.

Lipovetsky, G. (2005). *A era do vazio*. São Paulo: Companhia das Letras.

Lorenzotti, E. (2013). *Facebook Introduz a Censura no Brasil*. Ed. 757, Observatório da Imprensa. Acedido em: julho, 18, 2022. Disponível em: https://www.observatoriodaimprensa.com.br/educacao-e-cidadania/caderno-da-cidadania/facebook_reintroduz_a_censura_no_brasil/

Lóssio, R. A. R.; Pereira, C. M. (2007). *A Importância da Valorização da Cultural Popular para o Desenvolvimento Local*. Acedido em: dezembro, 22, 2021. Disponível em: http://www.cult.ufba.br/enecult2007/RubiaRibeiroLossio_CesardeMendoncaPereira.pdf.

Lyotard, J.-F. (1993). *O pós-moderno explicado às crianças*. Lisboa: Dom Quixote.

Lyotard, J.-F. (2009). *A condição pós-moderna*. 12ª Ed. José Olympio. RJ, Rio de Janeiro – Brasil

Luz, T.P. (2019). *O Processo de Influência Social entre Influenciadoras Digitais de Moda e suas Seguidoras na Plataforma de Rede Social Instagram*. Acedido em janeiro, 24, 2021. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/30094/3/Disserta%3a7%3a3o_Thianne_%20Luz_2019_PPGPSI_UFBA.pdf.

Machado, A. (2007). *Arte e mídia*. Rio de Janeiro: J. Zahar.

Mackenzie, M. (2010). *Ismos: Para entender a moda*. São Paulo: Ed. Globo.

Maffesoli, M. (1988). *A ética da estética: Homo Estheticus. Comunicação e linguagens*, Lisboa, 6/7, pp.

239-247.

Maffesoli, M. (1992). *La transfiguration du politique. La tribalisation du monde*. Paris:Grasset.

Maffesoli, M. (1998) *O Tempo das Tribos*. 2º Ed. Florence Universitária. São Paulo – Brasil.

Mafra, E. (2020). *Lennon 80 anos:12 curiosidades sobre o ex-Beatle*. *Jornal Colaborativo & Independente*. Acedido em março, 7, 2021. Disponível em: <https://www.dci.com.br/dci-mais/musica/john-lennon-80-anos-12-curiosidades-sobre-o-ex-beatle/26019/>.

Magro, J. S.; Macedo. K. B. (2018). *Moda e memória: a biografia de um vestido de noiva de 1984*. Acedido em: dezembro, 28, 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/329106841_Moda_e_memoria_a_biografia_de_um_vestido_de_noiva_de_1984.

Marçal, S. (2021). *Boletim ICOM Portugal: O Futuro dos museus: Série III Julho 2021*

N. 16. Acedido em: maio, 10, 2022. Disponível em: https://icom-portugal.org/wp-content/uploads/2021/08/boletimICOM21_jul_total_05.pdf.

Mandel, E. (1982). *O Capitalismo Tardio*. São Paulo: Abril Cultural.

Marques, C. (2013). *Moda hip-hop: Do gueto à passarela Hip-hop fashion: from the ghetto to the catwalks*. Acedido em: janeiro, 11, 2021, em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/10_IARA_vol7_n2_Artigos.pdf.

Marinho, C. L. de O. (2008). *A Relação Cultura e Moda*. Acedido em: março, 26, 2022, em: http://www.faculdaadesenacpe.edu.br/encontro-de-ensino-pesquisa/2011/II/anais/comunicacao/011_2008_oral.pdf.

Mariotti, H. (1990). *Sinergia, criatividade e complexidade*. Acedido em abril, 14, 2022. Disponível em: http://pavoniking.hospedagemdesites.ws/imagens/trabalhosfoto/442008_sinergia.pdf.

Mariuzzo, P. (2009). *Woodstosck: 40 anos do festival que marcou a música e as gerações*. Ciência e

Cultura, São Paulo, v. 61, n. 4, p. 60-1 São Paulo. Acedido em: março, 24, 2021. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252009000400021.

Matias, T. P. M. (2013). *Educação Não Formal. A importância das Salas de Estudo*. Acedido em: fevereiro, 25, 2022. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/4716/1/TelmaMatias.pdf>. -

Martins, J. E. (2020). *A Arte Contemporânea e suas Distorções*. Acedido em: abril, 17, 2021. Disponível em: <http://blog.joseeduardomartins.com/index.php/2020/01/04/a-arte-contemporanea-e-suas-distorcoes/>

Martins, M. de L. (2002). *O Trágico como Imaginário da Era Mediática*. Comunicação e Sociedade. 4. Universidade o Minho. (73-79). Acedido em: agosto, 12, 2017. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1695/1672>.

Martins, M. de L. (2011). *Crise no Castelo da Cultura. Das Estrelas para os Ecrãs*. Coimbra: Grácio Editor/CECS.

Martins, M. de L.; Sidoncha U. & Bandeira, M. (2017). Estudos Culturais, Cidadania Democracia. Acedido em: janeiro, 02, 2030, em: <https://rlec.pt/index.php/rlec/issue/view/98/fullissue4.2>

Matos, G.G. (2009). *Falta de comunicação na Sociedade da Informação*. Acedido em: agosto, 12, 2017. Disponível em: <http://www.genesis.puc-rio.br/noticias/detalhe/189/startocs10-falta-de-comunicacao>.

Mayr, E. (2006). *O impacto de Darwin no pensamento moderno*. Startocs. 10. Acedido em: agosto, 12, 2021. Disponível em: <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbmxcmlnZW1kYXZpZGFibGJ8Z3g6NjdhYzBjYjExY2M2NTMzZQ>.

Mendes, P. (2013). *A Importância da linguagem do vestuário e a influência da globalização sobre a mesma*. Acedido em: janeiro, 29, 2022. Disponível em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1724/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Final_PI%C3%A1cida%20Mendes.pdf.

Mira, E. (2011). *Platão e a caverna digital. A Tecnologia nos liberta? Ou a tecnologia nos escraviza?*

Acedido em: abril, 22, 2022. Disponível em: http://obviousmag.org/archives/2011/07/a_caverna_digital.html.

Monteiro, F. (2014). *Como Funciona a Internet na Coreia do Norte*. Acedido em: julho, 18, 2022. Disponível em: <https://observador.pt/2014/12/23/como-funciona-internet-na-coreia-norte/>

Monteiro, G. (1997). *A Metalinguagem das roupas*. Acedido em: dezembro, 29, 2021. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/monteiro-gilson-roupas.pdf>.

Monteiro, M. J. (2017). *As artes visuais na comunicação social portuguesa: O caso do jornal Público*. Acesso em: abril, 27, 2021. Disponível em <https://run.unl.pt/bitstream/10362/22127/1/relatoriomestradojornalismo47286.pdf>.

Montserrat, G. B. (1988) *El Arte en la Era de los Medios de Comunicación*, Madrid, Colección Impactos.

Moraes, M. J. S. (2009). *Residência Artística: Ambiente de Formação, Criação e Difusão*, Acedido em abril, 17, 2021. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16136/tde-29042010-093532/publico/Marcos_Jose_tese.pdf.

Moratori, D. M. L.; Doval, J. M. (2002). *O hábito Fala pelo Monge*. Acedido em: dezembro, 18, 2021. Disponível em: <https://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/DMoratori1.pdf>.

Moriconi, L. V. (2014). *Pertencimento e Identidade*. Acedido em: maio, 5, 2022. Disponível em: file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/Moriconi_LucimaraValdambrini_TCC.pdf.

Morin, E. (1973). *O paradigma perdido: a natureza humana*. Lisboa: Europa-América.

Morin, E. (1983). *L'esprit du temps*. Paris: Le Livre de Poche.

Morin, E. (2002). *A Cultura das Massas no Século XX*. Editora Florence Universitária

Moura, A. (2021). *O Problema da Arte no Capitalismo*. Acedido em: fevereiro, 17, 2022. Disponível em: <https://passapalavra.info/2021/11/140871/>

Mourão, R. (2018). *Arte e Pós-verdade: A Questão Especular do Ponto de Vista Filosófico, Político e das Ciências Humanas*. Revista de Sociologia. Arte Política e Social: Discursos e Práticas. Acedido em: junho, 24, 2022. Disponível em: file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/configuracoes-6330.pdf.

Napolitano, M. (2002). *História e Música: História Cultural da Música Popular*. Belo Horizonte: Ed. Autêntica.

Nascimento, L. M. P. (2012). *Não Pode Comprar o Meu Amor. Beatles e a Beatlemania nos Anos 60*. Acedido em: fevereiro, 28, 2021. Disponível em: file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/PDF%20-%20L%C3%ADvia%20Maria%20de%20Pontes%20Nascimento%20(3).pdf.

Nascimento, R. B. (2016). *A Distinção e Semelhança dos Sexos Refletidos na Moda*. Acedido em: dezembro, 28, 2021. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Raisa.pdf>.

Nobre, T. L. (2012). *A Força dos Eros em Gabrielle "Coco" Chanel: Um estudo acerca da positividade Feminina*. Acedido em: janeiro, 4, 2021. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/15229/1/Thalita%20Lacerda%20Nobre.pdf>.

Ongaro, C. F., Silva, C. S.; Ricci, S. M. (2006). *A importância da música na aprendizagem*. Acedido em maio 16, 2022. Disponível em: <http://www.meloteca.com/musicoterapia2014/a-importancia-da-musica-na-aprendizagem.Pdf>.

Paixão, H. P.; Sousa, K. M. (2014) *Da Linguagem das Roupas ao Discurso da Moda*. Revista da ABRALIN, v.13, n.1. Acedido em dezembro, 18, 2021. Disponível em: file:///C:/Users/Utilizador/Documents/1%C2%BA-TESE%20-%20DOUTORADO/MODADA/LENDO/MODA/MODA%20-%20DA%20LINGUAGEM%20DAS%20ROUPAS%20ROUPAS%20AO%20DISCURSO%20DA%20MODA.pdf.

Palomino, E. (2002). *A moda*. São Paulo: Publifolha.

Pallamin, M. V. (2000). *Arte Urbana. São Paulo região central (1945 – 1998)*. Prática social. Obras de carácter temporário e permanente. São Paulo. Acedido em: abril, 30, de 2022. Disponível em:

file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/ARTE_URBANA_Sao_Paulo_Regiao_Central_194.pdf.

Peluso, A. C. (2011). *A Nova Face do Punk*. Acedido em: março, 27, 2021. Disponível em: http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5752/2/AP_CODEM_2011_2_18.pdf.

Pereira, A. (2013). *Graffiti: Práticas, estilos e estéticas de uma identidade cultural*. Acedido em julho, 30, 2021. Disponível em: https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/5023/1/CIES_WP150_Andr%C3%A9%20Pereira.pdf.

Pereira, F. A. (2011). *O Conhecimento Epistemológico e o Conhecimento em Arte: Análise de paradigmas do século XXI sob enfoque transdisciplinar*. Acedido em agosto, 10, 2021. Disponível em: http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/JSS-8QMLSH/tese_fabricio_andrade.pdf?sequence=1.

Pereira, J. B. (2007). *Comunicação: Conceitos, fundamentos e história*. Acedido em: agosto, 06, 2021. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentos-historia.pdf>.

Pereira, J.V. (2010). *Monólogo: Como Alternativa ao Contexto Cultural*. Acedido em: abril, 5, 2021. Disponível em: <http://www.portalabrace.org/vicongresso/processos/Jaque%20line%20vald%20via%20Pereira%20-%20Mon%20logo%20como%20alternativa%20ao%20contexto%20cultural.pdf>.

Pereira, L. T. (2018). *Música e Moda: Reflexos do Espírito do Tempo*. Acedido em: março, 24, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Documents/1%C2%BA-TESE%20-%20DOUTORADO/MODA/MOVIMENTOS%20CULTURAI/M%C3%A9SICA%20E%20MODA-.pdf>.

Pereira, S. (1985). *Sociologia da Comunicação: As bases de um estudo no contexto das organizações*. Acedido em agosto, 9, 2021. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-sandra-sociologia-comunicacao-bases-estudo.pdf>.

Peres, J. (2010). A importância do Autoconhecimento. Acedido em: abril, 18, 2022. Disponível em: http://www.saudedafamilia.org/clinica/artigos/a_importancia_do_auto_conhecimento.pdf.

Perez, L.; Curcino, L. (2013). *Construindo Ombros fortes: A roupa resignificando o corpo feminino*. Acedido em: janeiro, 8, 2022. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8637535/5229>.

Petraglia, S. M. (2013). *Arte como caminho de conhecimento*. Acedido em: novembro, 22, 2021. Disponível em: https://www.marcelopetraglia.com.br/mp_tx/tx_mp_arte-conhecimento.pdf

Pinto, A. M. (2005). *Educação pela Arte para uma Cultura Intercultural*. Acedido em: setembro, 26, 2021. Disponível em: [file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/LC254%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/LC254%20(1).pdf)

Pires, H.; Curado, M; Ribeiro, F. & Andrade, P. (2017). *Cibercultura: Circum-Navegações em Redes, Arquivos e Pensamentos*. Acedido em: janeiro, 05, 2023, em: http://www.lasics.uminho.pt/cibercultura2016/wp-content/uploads/2017/12/2017_cibercultura.pdf

Pires, M.; Moreira, B. R. (2018). *As Relações Entre Moda e Música Observada pelo Viés do Movimento Grunge*. Acedido em: março, 27, 2021. Disponível em: [file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/AS_RELACOES_ENTRE_MODALIDADE_MUSICA_OBSERVADAS_PELAVI%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/AS_RELACOES_ENTRE_MODALIDADE_MUSICA_OBSERVADAS_PELAVI%20(1).pdf)

Platão. (1956) *A República*. 6º ed. Ed. Atena.

Plaza, J. (1990). *Arte e interactividade: Autor, obra, recepção*. Brassilpaissdooofuturoboross. Acedido em: maio, 28, 2022. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/cap/ars2/arteeinteratividade.pdf>

Portelinha, M. A. (2013). *Arte Urbana: Estratégia, Contexto e Técnicas*. Acedido em: outubro, 6, 2021. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/10499>

Possa, A. C. K.; Blauth, L. (2013). *Grafite: Cultura, Arte Urbana e Espaço Público*. Prâksis - Revista do ICHLA. Acedido em março, 05, 2022. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5255/525552628008.pdf>

Quivy, R.; Campenhoudt, L. V. (1998): *Manual de Investigação em Ciências sociais*. Ed. Gradiva, Lisboa: Acedido em: maio, 16, 2021. Disponível em: <https://tecnologiamidiaeinteracao.files.wordpress.com/2018/09/quivy-manual-investigacao-novo.pdf>

Rabot, J.-M. (2004). *Polythéisme des valeurs et postmodernité*. Braga: Université du Minho.

Rabot, J.-M. (2011). Éloge des liaisons techniques. *Sociétés*. (1), pp. 93-104.

Rafael, M. A. (2007). *A Questão da Tecnologia no Pensamento de Martin Heidegger ou uma Possível Leitura da Conferência "Serenidade" (1959)*. Acedido em: fevereiro 14, 2022. Disponível em: https://ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/existenciaearte/Edicoes/3_Edicao/Cidinhaok.pdf

Ramires, T. (2010). *Indústria Cultural e o Espetáculo: os contrastes teóricos entre a Escola de Frankfurt e os Estudos Culturais Contemporâneos*. Acedido em maio 12, 2022. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/268338968.pdf>

Ramirez, N. M. M. (2017). *O Que é Performance Contexto Histórico e Designativo do Termo*. Acedido em: maio, 03, 2021. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/267990194.pdf>

Ramos, P. D. C. (2012). *A Influência e a Evolução do Rock 'n Roll Enquanto Cultura*. Acedido em fevereiro, 17, 2022. Disponível em: https://www.iscap.pt/cei/e-rei/n5/trabalhos-ei/Patricia-Ramos_A-Influencia-e-Evolucao-do-Rock-n-Roll.pdf

Razuk, J. E. P. (2004). *Cinco Argumentações Contra a Arte Contemporânea*. Acedido em: maio, 12, 2022. Disponível em: https://www.academia.edu/38360615/CINCO_ARGUMENTA%C3%87%C3%95ES_CONTRA_A_ARTE_CONTEMPOR%C3%82NEA

Reis Junior, F. N. & Andrade, L. N. (2019). *Psicologia Social & Moda: Uma Interface Possível*. Acedido em: janeiro, 17, 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/332743590_Psicologia_social_moda_uma_interface_possivel

Roberto, C. (2017). *O Pop não Poupa Ninguém: Moda, Música e Consumo*. Acedido em: maio, 09, 2022. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-24102017-185403/publico/Cristina_Roberto.pdf

Rocha, A. L. C.; Luiza, A.; Eckert, C. (2017). *Arte e criação artística em contexto urbano: um estudo de caso de política pública em Porto Alegre (RS, Brasil)*. Acedido em: abril, 30, 2021. Disponível em: file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/Arte_e_criacao_artistica_em_contexto_urbano_um_est.pdf

Rocha, C. A. (2009). *Arte-Tecnologia: Do dispositivo ao Hibridismo Pós-Moderno*. Acedido em: maio, 08, 2022. Disponível em: [file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/995-3209-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/995-3209-1-PB%20(1).pdf)

Rocha, G. Z. (2017). *Contracultura e os estilos de Antimoda: Uma Nova Proposta a ser trabalhada Nos Produtos da Moda*. Acedido em: março, 25, 2021. Disponível em: http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/9098/1/AP_CODEM_2017_1_17.pdf

Rocha, R. (1997). *Minidicionário*. 10 ed. Rio de Janeiro: Editora Scipione.

Rodrigues, C. (2013). *Jornalismo participativo: Tecnologia, comunicação e o papel do jornalista*. Acedido em: dezembro, 14, 2021. Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/3297/1/catarina-rodrigues-jornalismo-participativo.pdf>

Rodrigues, M. E. (2006). *Rock and Roll e Estilo Hippie: Uma Análise das Bandas Sopa, Liverpoolgas e RoberSou the Valsa*. Contracultura. Acedido em: março, 22, 2021. Disponível em: <http://www.humanas.ufpr.br/portal/cienciassociais/files/2012/06/RODRIGUES-Maria-Em%C3%ADlia.pdf>

Rodrigues, S. F. (2020). *As Redes Sociais Como Canal De Distribuição De Notícias*. Acedido em: março, 22, 2021. Disponível em: <https://recil.ensinulusofona.pt/bitstream/10437/10356/1/disserta%C3%A7%C3%A3o%20Sara%20Firmino%20Rodrigues%20Final.pdf>

Rodrigues, V.C. (2018). *Faceboock e Censura*. Acedido em: julho, 16, 2022. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/21710/2/Victor%20Cencini%20Rodrigues.pdf>

Rodriguez, A. M. (2014). *Dos Graffiteiros de Pompeia aos Pichadores Atuais*. Acedido em: outubro, 29, 2021. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/revista/29/06.pdf>

Ribeiro, F. & Schemes, C. (2011). *O Jazz e a Moda no Brasil: Algumas Reflexões*. Acedido em: março, 16, 2021. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/6c37bbba-ca3d-4bc2-be7d-a207b92c18cf/6-0%20JAZZ%20E%20A%20MODA%20NO%20BRASIL%20-%20ALGUMAS%20REFLEX%C3%95ES.pdf>

Rousseau, J. J. (201). *Discurso sobre a Origem e Fundamentos da Desigualdade entre os Homens*. Acedido em: outubro, 26, 2021. Disponível em: <https://livros01.livrosgratis.com.br/cv000053.pdf>

Rousseau, J. J. (1999). *O Contrato Social Princípios dos Direitos Políticos*. Ed. Martins Fontes, São Paulo, 1999.

Rubim, A. A. C. (2007). *Cultura, conexão, contemporaneidade*. Acedido em: fevereiro, 14, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/4732/1/5028-13425-1-PB.pdf>

Ryngaert, J.P. (1998). *Ler o Teatro Contemporâneo*. 1º Ed. 1998, São Paulo: MartinsFontes.

Vicente, R. F. (1998). *As Espirais da Moda*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Sá, T. (2014). *Lugares e não lugares em Mar Eugé*. Tempo Social. Revista de Sociologia da USP, v. 26, n. 2. Acedido em julho 22, 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ts/v26n2/v26n2a12.pdf>

Saldanha, L. V. (2013). *Música & Mídia: A música popular brasileira na indústria cultural*. In 9º Encontro Nacional de História da Mídia: anais, Ouro Preto – MG, 30 maio a 1 jun. 2013. Acedido em fevereiro 9, 2022. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-publicidade-e-da-comunicacao-institucional/musica-midia-2013-a-musica-popular-brasileira-na-industria-cultural>.

Sales, G. M. J. (2010). *O consumo da pirataria na moda de luxo: O Espelho de duas faces*. Acedido em: janeiro, 31, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/7278/1/arquivototal.pdf>

Salles, C.A. (2012). *Desafio da Arte Contemporânea e a Crítica de Processos criativos*. Acedido em: maio, 5, 2022. Disponível em: <file:///E:/REVIS%C3%83%C2%82/LIVROS/MAIS%20LIVROS/PROCESSO%20CRIATIVO%20-%20ARTE%20CONTEMPOR%C3%82NEA%20-%20Cecilia.Salles.pdf>

Sant'Anna, de. A. R. (2003). *Desconstruir Duchamp - Arte Na Hora Da Revisão*. Edição 3ª -Rio de Janeiro – RJ – Brasil: Ed. Vieira & Lent.

Santos de, J. M. O. de C. G. (2017). *Performance, Corpo e Inconsciente*. Acedido em: janeiro, 05, 2023, em: <file:///E:/TESE-AN%C3%81LISE%20FINAL/LIVROS/TEATR O/ PERFORMANCE.pdf>.

Santos, J. E.; Santos, V. L. C. (2011). *O Período Técnico-Científico-Informacional e o Ensino de Geografia: Algumas notas. Caminhos da Geografia Revista on-line*. Acedido em maio, 31, 2022. Disponível em: http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwimtbeQ_bDbAhVEuhQKHTWMDpIQFggUAE&url=http%3A%2F%2Fwww.seer.ufu.br%2Findex.php%2Fcaminhosdegeografia%2Farticle%2Fdownload%2F16528%2F9223&usg=AOvWaw3xwxwB8aP9fzl656gQEqr.

Santos, L, A, V. (2017) *Arte e Inclusão Social: Uma análise sobre a Importância de projetos Artísticos-culturais numa Escola Brasileira de Ensino Profissional e Tecnológico*. Acedido em: setembro, 19, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ipsantarem.pt/bitstream/10400.15/1965/1/421-1123-1-PB.pdf>

Santos, M. (2006). *A Natureza do Espaço e Tempo: Razão e emoção*. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo.

Santos, R. O.; Tagliamento, G. (2016). *Os Beatles como Produtores de Identidade: Uma Análise a partir do grupo Beatlesmaníaco*. Acedido em: fevereiro, 23, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Documents/1%C2%BA-TESE%20-%20DOUTORADO/MODA/MOVIMENTOS%20CULTURAIS/BEATLES/OsBeatlescomoprodutoresdeidentidade.pdf>.

Santos, T. L.; Medeiros, S. O. L. (2010). *Indústria cultural e educação*. Acedido em: maio 22, 2022. Disponível em: [https://pt.scribd.com/document/293433103/Artigo- Industria-Cultural-e-Educacao](https://pt.scribd.com/document/293433103/Artigo-Industria-Cultural-e-Educacao)

Santella, L. (2004). *Corpo e Comunicação: sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus.

Saussure, F. (1974). *Course in general linguistics*. Londres: Fontana Collins.

Sautet, M. (1997). *Um café para Sócrates*. São Paulo: Ed. José Olimpo.

Savarese, V. M. (2013). *O Graffiti como elemento ambíguo na constituição da identidade visual da cidade de São Paulo*. Acedido em: julho, 17, 2022. Disponível em: http://ensinosociologia.fflch.usp.br/sites/ensinosociologia.fflch.usp.br/files/Texto_4.pdf

Schultheiz, T. S.V.; Aprile, M. R. (2013). *Autoestima, conceitos correlatos e avaliação*. Acedido em: janeiro, 20, 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/22-Texto%20do%20artigo-78-1-10-20150527.pdf>

Serra, A.V. (1988). *O auto - conceito*. Acedido em: janeiro, 18, 2021. Disponível em: http://repositorio.ispa.pt/bitstream/10400.12/2204/1/1988_2_101.pdf

Shinn, T. (2008). *Desencantamento da modernidade e da pós-modernidade: Diferenciação, fragmentação e a matriz de entrelaçamento*. Scientiæ Zudia, São Paulo, v. 6. Acedido em: fevereiro 24, 2021. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ss/v6n1/a02v06n01.pdf>

Silva, A. A. B. M. (2010). *A Experiência do Monólogo, Autoria e Construção de Si*. Acedido em: maio, 02, 2021. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/intratextos/article/viewFile/412/495>

Silva, E. (2017). *Os Beatles e a Moda*. Acedido em março, 01, 2021. Disponível em: <https://canaldosbeatles.wordpress.com/2017/09/28/os-beatles-e-a-moda/>

Silva, E. F. G.; Santos, S. E. B. (2009). *O Impacto e a Influência da Mídia sobre a Produção da Subjetividade*. In: XV Encontro Nacional da ABRAPSO, 2009, Maceió. Anais de trabalhos Completos - XV Encontro Nacional da ABRAPSO. Acedido em: abril 09, 2022. Disponível em: http://www.abrapso.org.br/siteprincipal/imagens?Anais_XVENABRAPSO/447.%20o%20impacto%20e%20a%20influ%Cancia%20da%20m%C3Ddia.pdf

Silva, E. L. (2015). *Intervenções artísticas em espaços públicos e pedagógicos da cidade – Possibilidades de Pesquisa*. Florianópolis: UFSC. Acedido em maio, 24, 2022. Disponível em: <https://www.anped.org.br/sites/default/files/trabalho-gt24-3960.pdf>

Silva, L. B.; Sousa, L. D. (2016). *Intervenções Urbanas: experiência no espaço/tempo*. Acedido em:

maio, 22, 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/IntervenuesUrbanas-experincianoespao-tempo.pdf>

Silva, M. A. (2017). *Learning From Graffiti. A Arte Urbana como Campo Expandido da Arquitetura*. Acedido em: fevereiro, 25, 2022. Disponível em: https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/81548/1/MARTA%20SILVA_LEARNING%20FROM%20GRAFFITI_v2.pdf

Silva, M. J., Alves, M. C. A.; Costa, I. F. (2007). *Imagem: Uma abordagem Histórica*. Acedido em: maio, 18, 2022. Disponível em: http://www.exatas.ufpr.br/portal/docs_degraf/artigos_graphica/IMAGEM%20UMA%20ABORDAGEM%20HISTORICA.pdf

Silva, U. C. (2009). *História da Indumentária*. Acedido em: janeiro, 9, 2021. Disponível em: https://wiki.ifsc.edu.br/mediawiki/images/e/e2/Hist%C3%B3ria_da_Indument%C3%A1ria_vers%C3%A3o_02.pdf

Silveira, F. R. (2000). *Um estudo do poder na sociedade da informação*. Acedido em: maio, 12, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/J7gpDbB67VckK8rYdG3p7Cj/?format=pdf&lang=pt>

Sousa, P. J. M. (2012). *Lisgoa: A Introdução do Sitar num Contexto Musical Português*. Acedido em março, 9, 2021. Disponível em: <https://run.unl.pt/bitstream/10362/10166/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Paulo%20Sousa%20Out%202012.pdf>

Sousa, J. L., Borges, D. M.; Borges, D.M. (2016). *As Redes Sociais na Divulgação de Eventos e Promovendo o Turismo de Eventos em Parnaíba-PI*. Acedido em: maio, 27, 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/artigo2016.1EventoseRedesSociaisMKT.pdf>

Souza, E. (2011). *Rock, Juventude e Produção Cultural (1950-1960)*. Acedido em: fevereiro, 12, 2021. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/253/o/Erisvaldo_Souza.pdf

Souza, F. P. De. (2017). *A Importância da Disciplina de Artes na Educação: Capacidade e Criatividade das Crianças*. Acedido em: abril, 30, 2021. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/19586/1/2017_FernandaPatriciadeSouza.pdf

Souza, G. A. D.; OLIVEIRA, G. B. (2020). *A indústria da moda e a impressão 3d: Novos Desafios para a Propriedade Intelectual*. Acedido em: janeiro, 28, 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/344547399_A_Industria_da_moda_e_a_impressao_3d_novos_desafios_para_a_propriedade_intelectual

Spinelli, L. (2011). *Graffiti: traces de la socialité. Une approche photo ethnographique de la communication urbaine*. Thèse de Doctorat en Sociologie. Paris: Université Paris Descartes, Sorbonne.

Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Squirra, S. C. de M. (2005). *A convergência tecnológica*. Revista FAMECOS. Porto Alegre, nº 27. Acedido em: dezembro, 15, 2021. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3324/2582>

Stefani, P.S. (2005). *Moda e Comunicação: A Indumentária como Forma de Expressão*. Acedido em: dezembro, 17, 2021. Disponível em: <https://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/PSilva.pdf>

Steverson, N. J. (2012). *Cronologia da moda: de Maria Antonieta a Alexander Mc Queen*. Rio de Janeiro: Zahar.

Tavares, G. C. (2008). *Como a mídia se utiliza dos elementos do movimento Hip Hop Uma análise de vídeos e peças publicitárias*. Acedido em: dezembro, 14, 2021. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/185252429.pdf>

Tavares, J. (2014). *Resiliência e equilíbrio emocional na escola – Revista conhecimento e diversidade – Niterói, nº 11*. Acedido em abril 29, 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/1741-5340-1-SM.pdf>

Teixeira, M. M. (2012). *A Comunicação na Sociedade da Informação*. Acedido em: dezembro, 14, 2021. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/teixeira-marcelo-a-comunicacao-na-sociedade-de-informacao.pdf>

Thompson, E. P. (1963). *The Making of the English Working-class*. Victor Gollancz.

Trotta, F. C. (2007). *Música popular e qualidade estética: estratégia e valorização na prática do samba. Terceiro encontro multidisciplinar em cultura*. Acedido em maio, 27, 2022. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2007/FelipedaCostaTrotta.pdf>

Tessarine, J. B. (2008). *O Mobiliário Urbano e a Calçada*. Acedido em: fevereiro, 23, 2022. Disponível em: https://www.usjt.br/biblioteca/mono_disser/mono_diss/096.pdf.

Vaz, A. (2019). *A educação estética no contexto escolar: proposições para uma estética sociológica no ensino de artes visuais*. Acedido em: setembro, 23, 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/332351446_A_educacao_estetica_no_contexto_escolar_proposicoes_para_uma_estetica_sociologica_no_ensino_de_artes_visuais.

Volpato, T.; T. C. Iglesias. (2014). *A Revolução da tecnologia e seu impacto sobre o homem e seus processos de produção*. Universidade Paranaense (Unipar) Paranavaí – PR –

Brasil. Acedido em: fevereiro 02, 2022. Disponível em: http://web.unipar.br/~seinpar/2014/artigos/graduacao/Tiago_Volpato%20II.pdf.

Vidal, W. E. F. (2008). *As Curvas das Estradas de Santos e o Mito da Adolescência*. Acedido em: 1 fevereiro, 18, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Documents/1%C2%BA-TESE%20-%20DOUTORADO/MODA/MOVIMENTOS%20CULTURAIS/ROCK%20-%2050/REBELDE%20SEM%20CAUSA%20-%2073-Texto%20do%20artigo-391-1-10-20170823.pdf>

Virilio, P. (2000). *Cibermundo. A Política do Pior (Or. Cybermonde la politique du pire)*, Trad. Marques, Francisco, Lisboa, Editorial Teorema.

Willams, R. (1958). *Culture and Society. 1780-1950*. New York: Columbia University Press.

Wolfe, T. (1975). *A Palavra Pintada*. São Paulo – SP: Ed. L & PM - S/A.

Zanolla, S. R.S. (2003). *O Pensamento Pós-Moderno sobre a Cultura do Espírito Tolerante*. O Solar do

Irracionalismo na Modernidade pela respectiva anti-histórica. Acedido em: abril, 21, 2022. Disponível em: <https://nupese.fe.ufg.br/up/208/o/1444.pdf>

Webgrafia

<http://arts.gov/>

<https://www.bienaldecerveira.pt/residencias-artisticas/>

www.circleculture-gallery.com/

<https://www.cerdeirahomeforcreativity.com/residencias-artisticas/>

<https://www.faap.br/residenciaartistica/>

<https://www.facebook.com/groups/1800851670082843>

<https://www.facebook.com/groups/1716930901894427>

<https://www.facebook.com/groups/1429669447060171>

<https://www.facebook.com/groups/1328378100576104>

<https://www.facebook.com/groups/Artshake>

<https://www.facebook.com/groups/686344911416847>

<https://www.facebook.com/groups/realgraffitiworldwideclan>

<https://www.facebook.com/groups/398665440151022>

<https://www.facebook.com/groups/universalamfp>

<https://www.facebook.com/groups/12427022046>

<https://www.facebook.com/groups/beststreetpins>

<https://www.facebook.com/groups/streetartutopia>

<https://www.facebook.com/groups/filmeantigo>

<https://www.facebook.com/groups/571748466202909>

<https://www.facebook.com/muralruadalionesa/>

<https://www.facebook.com/woolfest/>

<https://www.facebook.com/galeriadearteurbana/>

<http://www.festivaliminente.com/pt/>

<http://festivalmuro.com/wall/25>

<http://www.fmsoares.pt/>

<https://www.fundacaoedp.pt/pt/conteudo/arte-publica>

<https://www.infraestruturasdeportugal.pt/pt-pt/estau-festival-de-arte-urbana-2022>

<https://www.festivalmuro.pt/festival/>

<https://turismodocentro.pt/evento/fazunchar-festival-de-arte-urbana/>

<https://juventude.cm-braga.pt/events/fenda-festival-de-arte-urbana/>

<https://artsandculture.google.com/partner/galeria-de-arte-urbana>

<https://www.inresidenceporto.pt/pt/espaco/escola-das-artes-universidade-catolica-portuguesa/>

<https://www.largoresidencias.com/residencias>

<https://lucateatroluisdecamoes.pt/event/residencias-artisticas-acompanhadas-no-lu-ca/>

<https://podeviraser.pt/portal/residencias-artisticas/>

<https://hangar.com.pt/residencies/>

<https://www.ramastudios.pt/open-calls>

<https://www.streetartview.com/>

<https://streetartlondon.co.uk/>

<https://www.urbanarts.com.br/>

ANEXO I

1 – Terminologias pertencentes ao universo do graffiti

- a) **Bombing:** graffiti pintados rapidamente, pouco elaborados e usualmente apenas a preto e Silver, efetuados em locais de grande visibilidade. São associados ao graffiti underground.
- b) **Backjump:** comboio pintado em circulação, durante uma paragem de percurso (estação, apeadeiro ou terminal).
- c) **Bite:** cópia ou influência direta de outro writer, normalmente mais respeitado. Este modelo é muitas vezes refletido nos graffiti do autor, nomeadamente nos agradecimentos.
- d) **Black book:** caderno para desenhos e projetos de graffiti.
- e) **Caps:** difusores de latas, para a pulverização. Existem vários tipos, conforme a dimensão do traço. Existem ainda os difusores maiores para enchimento (super skin, skinny, fat, NY Fat Cap).
- f) **Crew:** grupo de writers que pintam juntos e que se encontram associados a um grupo. Para além do seu tag pessoal, a crew tem uma sigla própria, normalmente entre duas e quatro letras. É comum as crews serem mais ativas num determinado local geográfico, disputando a soberania dos spots do mesmo.
- g) **Cross:** pintar um graffito por cima de outro, de um writer diferente.
- h) **End to end:** comboio pintado de uma extremidade à outra, com exceção da parte superior.
- i) **Fill-in:** preenchimento do interior das letras de um graffito.
- j) **Hall of Fame:** destinado a kings, é um local para a realização de graffiti muito elaborados, associado ao graffiti legal. Usualmente destina-se a mais do que um writer ou a um projeto de larga escala.
- k) **Highline:** contorno de todo o graffito, posterior ao outline.

- l) Hollow:** graffito ou bombing sem preenchimento.
- m) Hot (spot):** local arriscado e de difícil acesso. É reconhecido na comunidade pelo risco envolvido.
- n) Inline:** contorno das letras, realizado na sua parte interior.
- o) King:** writer que é respeitado e admirado dentro da comunidade dos graffiti. Este estatuto é procurado por todos os praticantes e encontra-se associado à qualidade dos trabalhos, ao comportamento e aos anos de prática. São normalmente os artistas com maior reconhecimento fora da comunidade.
- p) Outline:** contorno das letras, cuja cor é aplicada igualmente ao volume das mesmas, conferindo uma noção de tridimensionalidade.
- q) Props:** dedicatórias ou tributos presentes no graffiti.
- r) Roof-top:** graffiti aplicados em telhados, outdoors ou outras superfícies elevadas. Um estilo associado ao risco e ao difícil acesso, mas que é uma das vertentes mais respeitáveis entre os writers. ~
- s) Spot:** denominação dada ao lugar onde é feito um graffito
- t) Tag:** pseudónimo do writer.
- u) Taggar:** espalhar o tag, normalmente de modo a marcar um spot para efetuar um graffito nesse local.
- v) Throw-up:** estilo situado entre o tag e o bombing. Letras rápidas normalmente sem preenchimento de cor (apenas contorno).
- w) Toy:** o oposto de King. Writer inexperiente ou que não consegue atingir um nível de qualidade e respeito dentro da comunidade.
- x) Train:** denominação de um comboio pintado.

y) Whole train: carruagem ou carruagens inteiramente pintadas, de uma ponta à outra e de cima a baixo.

z) Wild style: estilo de letras quase ilegível. Um dos primeiros estilos a ser utilizado no surgimento do graffiti e que é utilizado maioritariamente em graffiti de elevada complexidade.

aa) Writer: pessoa que pinta graffiti. Pode ser também conhecido como graffer.