



JUNTA DE FREGUESIA DE AGUALVA E MIRA SINTRA

Proposta n.º JF 41/2014

Estágio Profissional ao abrigo da medida Garantia Jovem

Considerando que a arte urbana é um meio de comunicação;

Considerando a necessidade em desmistificar a ideia que existe de que a arte urbana é um acto de vandalismo;

Considerando a importância da arte urbana na vivência das pessoas;

Considerando que através da arte urbana é possível defender ideias e comunicar de uma forma célere;

Considerando que a arte urbana é acessível a todos;

Considerando que é uma forma de integrar na sociedade aqueles que são marginalizados;

Considerando a necessidade de eliminar da Freguesia os "tags";

Considerando que a arte urbana é uma prioridade a nível cultural.

Propõe-se a realização de um estágio profissional a Miguel Portelinha¹, ao abrigo da Portaria n.º 204-B/2013, 18 junho, sendo que o financiamento do estágio é a 100% nos termos do n.º 1 do artigo 15.º da Portaria n.º 204-B/2013, de 18 de junho, que reporta para a alínea b) do n.º 1 do artigo 4.º.

Agualva-Cacém, 02 de março de 2014.

A Vogal da Cultura

Maria Helena Cardoso

Anexo I

E-mail de Miguel Portelinha

Anexo II

Tese de mestrado de Miguel Portelinha

Anexo III

Informações sobre a medida estágio – Garantia Jovem

Anexo IV

Portaria n.º 204-B/2013, de 18 de Junho

¹ Miguel Portelinha, detentor de uma licenciatura em design, terminada com a classificação de 14 valores e grau de mestre em cultura visual, com a classificação de 17 valores e cuja dissertação de mestrado foi "Arte Urbana: estratégias, contexto e técnica", manifestou a sua disponibilidade de realizar um estágio profissional com a Junta de Freguesia de Agualva Mira Sintra, através de e-mail em anexo, de 20 de Janeiro de 2014.

No dia 12 de Fevereiro de 2014, a Vogal signatária da presente proposta reuniu com Miguel Portelinha, tendo percebido que a realização de estágio profissional seria uma mais valia para a Freguesia de Agualva Mira Sintra, após análise atenta da tese de Mestrado.



JUNTA DE FREGUESIA DE AGUALVA E MIRA SINTRA

Proposta n.º JF 41/2014

Estágio Profissional ao abrigo da medida Garantia Jovem

Deliberação: Aprovada Reprovada
Unanimidade Maioria

Votos a favor	
Presidente Carlos Casimiro	<input checked="" type="checkbox"/>
Secretário Luís Rato	<input checked="" type="checkbox"/>
Tesoureiro João Castanho	<input checked="" type="checkbox"/>
1º Vogal Mário Condessa	<input checked="" type="checkbox"/>
2º Vogal Helena Cardoso	<input checked="" type="checkbox"/>
3º Vogal Joana Marques	<input checked="" type="checkbox"/>
4º Vogal Teodósio Alcobia	<input checked="" type="checkbox"/>

Votos contra	
Presidente Carlos Casimiro	<input type="checkbox"/>
Secretário Luís Rato	<input type="checkbox"/>
Tesoureiro João Castanho	<input type="checkbox"/>
1º Vogal Mário Condessa	<input type="checkbox"/>
2º Vogal Helena Cardoso	<input type="checkbox"/>
3º Vogal Joana Marques	<input type="checkbox"/>
4º Vogal Teodósio Alcobia	<input type="checkbox"/>

Abstenções	
Presidente Carlos Casimiro	<input type="checkbox"/>
Secretário Luís Rato	<input type="checkbox"/>
Tesoureiro João Castanho	<input type="checkbox"/>
1º Vogal Mário Condessa	<input type="checkbox"/>
2º Vogal Helena Cardoso	<input type="checkbox"/>
3º Vogal Joana Marques	<input type="checkbox"/>
4º Vogal Teodósio Alcobia	<input type="checkbox"/>

Aprovada em minuta, **na reunião de 06/03/2014**, para efeitos do disposto nos termos do n.º 3 e n.º 4 do art.º 57, da Lei 75/2013 de 12 de Setembro e n.º 3 e 4 do art.º 27º do Código de Procedimento Administrativo.

A Junta de Freguesia

O Presidente: _____

O Secretário: _____

O Tesoureiro: _____

O 1º Vogal: _____

O 2º Vogal: _____

O 3º Vogal: _____

O 4º Vogal: _____

Carta de Apresentação - Miguel Portelinha

Remetente Miguel Portelinha

Para helena.cardoso@jf-agualvamintra.pt

Data 2014-01-20 18:11

Mensagem 1 de 3 ≤ ≥

Sintra , 20 de janeiro de 2014

Ao cuidado de Dr. Helena Cardoso

Sou Miguel de Almeida Portelinha tenho 24 anos de idade , resido na Estrada de Santa Maria , nº104 , Magoito , Sintra , portador do cartão de cidadão 13588294.

Possuo a licenciatura em design pelo IADE-U com a classificação de 14 valores e o grau de mestre em design e cultura visual , que finalizei com apresentação de uma dissertação de mestrado intitulada , Arte Urbana : estratégias , contextos e técnicas , com a nota final de 17 valores.

Dirijo-me a V.Exa para manifestar a minha vontade de participar com a junta de Freguesia de Agualva-Mira Sintra na melhoria da imagem e qualidade do espaço urbano. Colaborei em alguns projetos relacionados com esta arte e com o espaço publico em 2013 , um deles foi a 5ª edição do concurso reciclar olhar promovido pelo Gau – galeria de arte urbana de Lisboa , fazendo uma intervenção artística no vidro localizado calçada Ribeiro Santos, junto aos nºs 1E e 1F, Freguesia de Santos-o-Velho.

Tenho também como projeto pessoal a continuação do estudo desta arte , fui convidado pelo júri da minha dissertação para continuar o meu percurso académico e de investigação seguindo para doutoramento. Foi assumido por parte dos mesmos que o tema em questão é atual e com grande relevância para a arte e cultura nacional e internacional.

Sendo a junta de Freguesia de Agualva-Mira Sintra localizada na zona urbana de Sintra e na área metropolitana de Lisboa e neste caso um território rico e adequado a este movimento , e pretendendo eu prosseguir a minha formação e desenvolvimento pessoal , venho solicitar a vossa excelência a possibilidade de integrar um estágio profissional ao abrigo do programa impulso jovem promovido pelo IEFP , ou qualquer outra forma de colaboração com a junta de Freguesia de Agualva-Mira Sintra por forma a permitir a continuação e desenvolvimento do meu trabalho pessoal em prol da comunidade.

Com os melhores cumprimentos,

Miguel de Almeida Portelinha

14 de Janeiro de 2014

Contactos:

Miguelportelinha@hotmail.com

Tlm:910777999

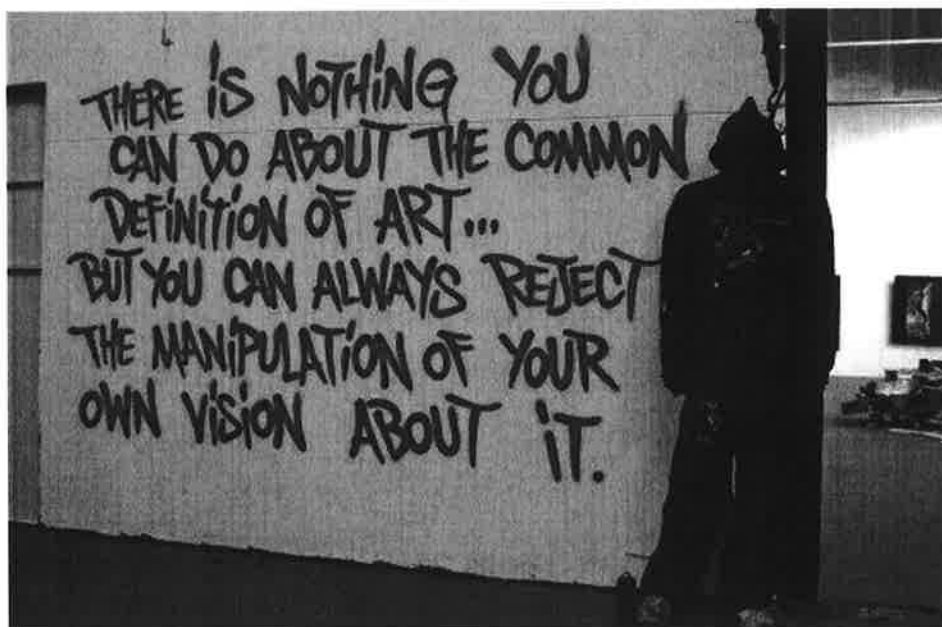
Página pessoal, cv/portfólio:

<https://miguelportelinha.allyou.net>

DUETO II

**Miguel de Almeida
Portelinha**

Arte urbana: estratégias, contextos e técnicas



Autor desconhecido , <<http://jacopoperfetti.com/wp-content/uploads/2012/12/There-is-nothing-you-can-do-about-the-common-definition-of-Art-But-you-can-always-reject-the-manipulation-of-your-own-vision-about-it.jpg> - 11/08/2013>

**Miguel de Almeida
Portelinha**

Arte urbana: estratégias, contextos e técnicas

Dissertação apresentada à IADE-U para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual, opção de especialização em estudos de Cultura e Design Visual realizada sob orientação científica da Professora Doutora Maria Helena Duarte Souto Nunes, professora associada da IADE-U.

Dedico este trabalho em especial aos meus Pais, Família e Amigos.

Abraço para Eugénia Maria Duarte de Almeida

o júri

presidente

Prof.Doutor Armando Jorge Gomes Vilas-Boas,
Professor Auxiliar do Instituto de Arte, Design e Empresa– Universitário, IADE-U

vogal

Prof.Doutora Sandra Maria Fonseca Leandro,
Professora Auxiliar da Universidade de Évora

orientadora

Prof.Doutora Maria Helena Duarte Souto Nunes,
Professora Associada do Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário, IADE-U

agradecimentos

Começo por agradecer à minha família por todo o apoio e paciência ao longo da minha vida Académica, todo o suporte, ajuda e compreensão que me foi dada ao longo destes anos para que pudesse atingir as minhas ambições e objectivos.

Um obrigado à minha Orientadora, a Prof^a Doutora Helena Souto que aceitou colaborar comigo neste desafio e que me soube guiar nos difíceis caminhos da pesquisa e elaboração de uma tese científica.

Agradeço também o apoio de todos os intervenientes, desde artistas, professores, que ao longo dos últimos anos me fizeram abrir horizontes e me fizeram ter vontade de falar daquilo que realmente me apaixonou no mundo das artes e do design.

Um enorme obrigado aos meus amigos e colegas, sem eles não era a pessoa/aluno que me tornei, foram eles que sempre suportaram as minhas ideias e trabalhos e no fundo nunca me deixaram desistir, Pedro Figueira (irmão, colega e Amigo), Pedro Rodil, Ana Miriam Cabrita, João Raimundo, Ivan Coelho, João Pacheco, Gonçalo Almeida, Gonçalo Carvalho, Joana Ribeiro, Fábio Martins, Vasco Nascimento, Tiago Rodrigues, Inês Esteves, Ivo Garçia e Jessica Groen e todos aqueles com que tive a oportunidade de me cruzar.

E como não poderia deixar de ser, agradeço ao IADE-U e a todos os seus docentes a oportunidade que me deram de conhecer o mundo do design e que me fez pensar “fora da caixa” ao longo destes cinco anos.

palavras-chave

Arte urbana , Espaço público , Design comunicação , Graffiti

resumo

Com o surgimento dos movimentos de vanguarda no início do século XX, o conceito de obra artística começou a ser questionado pelos próprios artistas, que colocaram em causa princípios tradicionais, rejeitaram a separação das artes e o sistema passadista do ensino das Belas-Artes, abrindo caminho a novas expressões criativas.

Para a cultura visual contemporânea, a arte urbana implica um cruzamento entre vários domínios disciplinares que raramente se cruzam com esta visibilidade. Os lugares e os espaços tradicionalmente associados ao *dar a ver* as obras de arte, as práticas culturais das instituições e o papel das comunidades, são postos em causa pelas expressões da arte urbana e conflituantes sobre a natureza da arte, a sua relação com o público e o conceito de propriedade gerador da lógica de mercados culturais.

Os graffiti, preenchendo os muros das cidades, riscando/escrevendo/desenhando, marcam territorialmente e interpelam: a sua colocação é quase sempre uma chamada de atenção e muitas vezes interferem deliberadamente nos espaços designados pelo antropólogo francês Marc Augé por "não-lugares", proliferação urbana de espaços anónimos de trânsito e de comércio.

A presente dissertação de Mestrado apresenta uma análise sucinta das origens do graffiti e estuda estas expressões na sua conexão com a arte urbana, atendendo à sua natureza interactiva relativamente a uma larga diversidade de públicos que participam em criações produzidas por culturas urbanas e suburbanas no contexto social do espaço, capazes de exprimir questões contemporâneas.

Keywords

Street Art, Public space, Design and communication, Graffiti

abstract

With the appearance of the avant-garde art movements in the early twentieth century, the concept of work of art began to be questioned by the artists, which later led them to start putting in question traditional art principles, rejecting the separation between the arts and the ancient way of instruction in schools of Fine Arts, this way opening a new path to creative expressions.

For a contemporary visual culture, street art implies a combination between various distinct areas that rarely intersect with this visibility. Places and spaces that are most commonly associated with demonstrating and exhibiting the works of art, the cultural practices of the art institutions and the role of communities, are now weakened by the expressions of street art, conflicting opinions about the nature of art, the relationships and reactions of the general public.

The graffiti that fills the walls of the cities, with drawings and writings, mark the territory and defy. Their placement is commonly chosen in order to bring some attention to a particular matter, and often deliberately interferes with the areas, designated by the French anthropologist Marc Augé as "non-places", proliferating the urban spaces of traffic and trade.

This Master's thesis demonstrates a brief analysis about the origins of the graffiti, studies its various expressions and their connection to the urban art, given its interactive nature with a wide variety of public segments that participate in urban culture creations and are able to express contemporary issues in the social context space.

Índice

Índice de Imagens.....	27
0.Introdução.....	31
0.1.Finalidades e Objectivos da Dissertação.....	35
0.1.1.Contexto e objectivos.....	35
0.1.2.Metodologia.....	35
1.Do objecto ao espaço.....	37
1.1.As contribuições do Construtivismo Russo.....	39
1.2.O espaço como elemento activo na composição.....	44
2.O Graffiti na Arte Urbana.....	47
2.1.Contexto.....	49
2.1.1.Movimento Hip-Hop.....	49
2.1.2.Zulus Nation.....	50
2.2.Graffiti.....	51
2.2.1.História do Graffiti.....	53
2.2.2.Graffiti como movimento artístico.....	55
2.2.3.Pós-Graffiti ou Arte Urbana.....	58
2.3.Arte Urbana.....	59
2.3.1.Técnicas.....	61
2.4.Graffiti e Arte Urbana : conclusão.....	63
3.Arte Urbana como uma ferramenta de comunicação.....	65
3.1.Espaço Público e territórios de Comunicação.....	67
3.2.Paisagem urbana como território artístico.....	71
4.Criadores Urbanos.....	73
4.1.Criadores Urbanos Portugueses.....	75
4.1.1."Ram".....	75
4.1.2."Odeith".....	77

4.1.3."Pariz One"	79
4.1.4."Nomen"	81
4.1.5.Alexandre "Vhils" Farto	82
4.1.6.Gonçalo"Mar"	84
4.1.7.Pedro Matos	85
4.2.Criadores Urbanos Internacionais	86
4.2.1."Banksy"	86
4.2.2.Sheparde "Obey" Fairey.....	88
4.2.3."Space Invader".....	91
4.2.4."Blek Le Rat".....	93
4.2.5."JR".....	95
4.2.6."OSGEMEOS".....	97
5.Pojectos de arte urbana.....	101
5.1.Projectos Nacionais.....	103
5.1.1.GAU – Galeria de Arte Urbana de Lisboa.....	103
5.1.2.Walk&Talk Azores.....	104
5.1.3.WOOL – Festival de Arte Urbana da Covilhã	104
5.1.4.Influx – <i>Comtemporany Art</i>	105
5.2.Projectos Internacionais.....	105
5.2.1. <i>Exit Through the Gift Shop</i> - Documentario/Filme.....	105
5.2.2. <i>InsideOut Project</i>	106
5.2.3. <i>1UP CREW</i>	106
6.Considerações Finais.....	107
7.Bibliografia.....	113
8.Anexos.....	119

Índice de Imagens

Figura 1 – Grupo <i>Obmokhu</i>	41
Figura 2 – Combio Russo anos 20	43
Figura 3 – Sacos de carvão suspenso do tecto sobre um braseiro	45
Figura 4 – Zulu’s Nation Logo.....	51
Figura 5 – “Taki 183”, <i>New York Times</i>	52
Figura 6 – Metro Nova Iorque.....	57
Figura 7 – Capa da Revista <i>On The Go</i>	61
Figura 8 – “ <i>If Graffiti changed anything it would be illegal</i> ”, “Banksy”.....	62
Figura 9 –Marionetas Merkel, “Nomen”.....	69
Figura 10 – Lei Do Mais Forte, “Nomen”.....	70
Figura 11 – Mural Censurado.....	70
Figura 12 - Obra Saldanha, “OSGEMEOS”, Blu.....	72
Figura 13 - Obra / Estilo, “Ram”.....	76
Figura 14 - Camões, “Ram”, “Mar”.....	76
Figura 15 – Obra / Estilo “Odeith”.....	78
Figura 16 – Obra “Odeith” (MOPA).....	78
Figura 17 – Obra / Estilo, “ParizOne”.....	80
Figura 18 – Obra “Vhils”, Exposição, <i>The Outsiders</i>	83
Figura 19 – Obra “Mar”, Avenida de Ceuta, Lisboa.....	84
Figura 20 – Obra Pedro Matos.....	85
Figura 21 – <i>Tomato Soup</i> , “Banksy”.....	87
Figura 22 – Obra de “Banksy”, Museu Brooklyn.....	87
Figura 23 – <i>Andre The Giant</i> , Sheparde “Obey” Fairey.....	89
Figura 24- <i>Hope</i> , Sheparde “Obey” Fairey.....	90
Figura 25 – <i>Space Invader</i> , “Space Invader”.....	92
Figura 26 – <i>Rubikcubism</i> , Florence Rey, “Space Invader”.....	92
Figura 27 – Obras “Blek Le Rat”.....	94

Figura 28 – <i>Woman are Heroes</i> , “JR”.....	96
Figura 29 - <i>2 Faces Project</i> , “JR”.....	96
Figura 30 – Liberdade de Expressão, “OsGEMEOS”.....	99
Figura 31 – 5º Edição Reciclar o Olhar, Miguel Portelinha, Pedro Figueira.....	103
Figura 32 – Capa do documentário/filme, <i>Exit Through the Gift Shop</i>	106

0

Introdução

0.Introdução

Ao longo da minha vida académica sempre dividi o aprofundamento das minhas competências na área científica do design com o interesse pela arte urbana, tendo sido um praticante da mesma. Sendo um passatempo que desenvolvi desde tenra idade, nunca ponderei que mais tarde no final dos meus estudos académicos podia fundir estas duas paixões, mas ao realizar que isso seria possível achei por bem estudar e aprofundar os meus conhecimentos relativamente à arte urbana. Foi nesta arte que percebi a beleza das coisas triviais do nosso quotidiano. Não espero que todos entendam nem que partilhem o meu entusiasmo pela mesma ou que dêem credibilidade a artistas como Banksy entre outros, mas sim que comecem a ter uma mente mais aberta ou que percebam como o trabalho que se encontra nas ruas, é feito para nós, cidadãos.

De onde surgiu a ideia de escrever esta tese? Surgiu do interesse pela cultura Hip-hop, cultura que marcou a geração surgida nos finais do século XX. Todo o conhecimento que adquiri das artes ao longo do meu percurso como estudante, percebi que a arte sempre teve movimentos e ciclos, e que esses movimentos para além de representarem as sociedades tiveram também um impacto nas mesmas, tanto a nível cultura, intelectual como filosófico.

Analisar as expressões de arte urbana como tema de dissertação de Mestrado deve-se pois, à sua natureza interactiva em relação a uma larga diversidade de públicos e culturas, que participam numa arte produzida no contexto social do espaço, capaz de exprimir questões contemporâneas. Recorrendo às palavras de Penny Bach quando analisa o conceito de arte pública, entendemos que as formas de arte urbana podem - e devem - «expressar valores comunitários, realçar o nosso ambiente, transformar a paisagem, intensificar a nossa consciência ou questionar as nossas suposições. Situada em espaços públicos, esta arte é, por conseguinte, para todos, uma forma de expressão colectiva da comunidade»¹.

¹ «Public Art can express community values, enhance our environment, transform a landscape, heighten our awareness, or question our assumptions. Placed in Public sites, this art is there for everyone, a form of collective expression». Bach, Penny (2001). *New Land Marks – Public Art, Community and the Meaning of Place*. Washington: Editions Ariel, p. 14.

A arte realizada fora dos museus e galerias e o impacto que ela pode causar às pessoas que com ela se confrontam, com ou sem intencionalidade, passou a ser um interesse central da nossa pesquisa.

Sendo o graffiti uma das expressões desta cultura e tendo nos últimos anos assistido a uma larga expansão da sua prática nas zonas urbanas, acabariam por surgir artistas que se destacam pelas suas técnicas e mensagens, fazendo trabalhos numa vertente mais artística e conceptual. É então que surge a arte urbana numa altura em que a cultura da arte está praticamente estagnada numa sociedade que a pouco procura, com o surgimento desta arte começa-se a assistir abertura de novas galerias e espaços que para além de ser utilizados para as exposições dos artistas também são utilizados para a expansão deste movimento, desde concertos, dança, batalhas de Dj, batalhas de rap, venda de produtos *merchandisign* ligados aos artistas entre outros. De repente começamos a assistir ao fenómeno das marcas começarem a adoptar esta linguagem, e o graffiti começa a surgir nos muros das cidades e seus arredores. Em vestuário, calçado, publicidade, decoração de lojas, espaços nocturnos, refrigerantes, turismo, cinema. Mas não fica por aqui, também as outras vertentes como o *stencil* e os *stickers* que surgem de uma forma aleatória pela cidade espalhando mensagens reflectivas ou mesmo de acção, formas de pensar e agir e que chamam atenção para personagens, ideias e ambientes, que acabam depois por serem utilizados pelas marcas em campanhas virais e de guerrilha.

Com toda esta atmosfera ligada a uma procura das novas gerações por novos e diferentes estilos também ligados a uma ideia de rebeldia, mudança, alternativismo e a procura constante de ser único e diferente, as marcas e o design, também se adaptaram.

Todo este impacto da arte urbana acabou por ter uma grande força tanto no mundo comercial, das artes e do design, muito devido às campanhas que marcas e organizações fizeram. No mundo das agências publicitárias começou-se a sentir uma necessidade de seguir as tendências e de criar novas formas de comunicar com o público, devido a todo o excesso de informação com que somos invadidos todos os dias, estas perceberam que

com arte urbana conseguiam criar uma forte ligação com o público mais jovem e assim captar melhor a sua atenção.

0.1. Finalidades e Objectivos da Dissertação

0.1.1 Contexto e objectivos

O graffiti e a arte urbana desenvolvem-se na cidade, no espaço público em formas, cores, materiais e escalas muito diferentes. Pretende-se estudar quais as estratégias que lhe estão subjacentes, os diferentes contextos em que surgem, quais as técnicas utilizadas e verificar o impacto na sociedade, com incidência no design visual e na música.

Tratam-se de expressões criativas que, em particular nas últimas décadas, têm vindo a conquistar as novas gerações. É também graças ao reconhecimento que tem sido conferido a alguns criadores, que estas expressões começam a ter lugar na cultura artística de diversos países.

Este plano de trabalho enquadra-se numa estratégia de investigação e desenvolvimento de um estudo da sua origem, desenvolvimento e impacto actual na sociedade ao captar a atenção, por ser diferente, pela sua irreverência e liberdade de expressão.

0.1.2 Metodologia

O trabalho será baseado no estudo, análise, e pesquisa do que esta arte representa actualmente a nível sociológico e histórico, apoiado na leitura e recensão crítica bibliográfica, de que são exemplo os títulos presentes na bibliografia final. Pretende-se apresentar na dissertação um levantamento exemplificativo sobre as iniciativas em Lisboa destas formas de arte.

1

**Do objecto
ao espaço**

1.Do objecto ao espaço

A referência a movimentos de vanguarda , em especial , como o construtivismo Russo ou o Dadaísmo com destaque para as práticas de Marcel Duchamp , criador cuja obra atravessa o Cubismo , o Dada , o Futurismo e o surrealismo, mantendo-se , simultaneamente independente foi fundamental para compreender a “morte” das divisões passadistas das artes, mas também o grande impulsionador de novas formas de pensar e agir relativamente à cultura. A defesa da liberdade artística e o fim da ideia de que a arte só tinha valor se cumprisse certas regras deram espaço a novas aventuras artísticas.

1.1.As contribuições do Construtivismo Russo

Sobre o Construtivismo russo, a historiadora de arte e curadora, Margit Rowell sublinhou a existência física do objecto construtivista. Nas suas palavras:

«O objecto construtivista existe no espaço real do observador, não no espaço confinado e artificial do trabalho artístico tradicional. O seu medium é vulgar (madeira, vidro, metal), lembrando que não é uma representação de outra coisa. As suas formas fazem parte do repertório inerente a cada material; as suas cores são as de cada substância natural; os contrastes, ritmos e tensões que emergem são gerados por justaposições particulares dentro do objecto, e não a partir de situações extra-pictóricas às quais o objecto pode aludir.»²

Os objectos artísticos determinados pela condição de *necessidade social* eram orientados por princípios estéticos radicalmente inovadores que diluíam as fronteiras entre a escultura, a pintura e a arquitectura e ainda entre a arte e a vida. Faziam parte de uma prática útil e criativa universal dirigida às

² «The constructive object exists in the viewer's real space, not in the confined and artificial space of the traditional work of art. Its medium is commonplace (wood, glass, metal), a reminder that it is not a representation of something else. Its forms belong to that repertory inherent to each material; its colors are those of each natural substance; the contrasts, rhythms, and tensions which emerge are those generated by particular juxtapositions within the object, and not from extrapictorial situations to which the object might allude.» Rowell, Margit (1978). "Tatlin: Form/Faktura", *October*, Vol. 7 (Winter), p. 86.

massas, no sentido de as preparar para o entendimento da nova realidade social. Também se incluíam nesta *necessidade social* produções relacionadas com as novas tecnologias para que demonstrassem as potencialidades das mesmas na resposta às necessidades da nova era. Para além disto, destaca-se a produção de objectos de design inovadores em termos utilitários.

Sobre a existência física e importância dos materiais para os construtivistas, a historiadora de arte *Laurel Fredrickson*, recorda que Vladimir Tatlin (1885-1953) «de acordo com a sua filosofia de design, *Faktura* (o tratamento manual do material) não era uma questão de estilo, mas antes uma maneira de trabalhar na qual os trabalhos acabados revelavam os seus meios de construção e as conexões entre as suas partes»³. Fredrickson lembra mesmo que obrigar um material a adquirir uma forma que nunca teria naturalmente era uma questão anti-ética para Tatlin⁴.

Os objectos construtivistas, não sendo «arquitectura, escultura ou pintura, reagem às três artes activando materiais, espaços e observadores de maneira inovadora»⁵. Neste sentido podemos constatar que os objectos construtivistas não só fomentaram a interdisciplinaridade artística, como também contribuíram para o que hoje se designa por arte de instalação, uma vez que absorvem o público como elemento existente no mesmo espaço do objecto de arte.

A primeira fase do Construtivismo – de laboratório, que corresponde ao trabalho desenvolvido entre 1920-21, investiga a natureza da arte enquanto um modo de produção em vez de ser um meio de expressão⁶. A fase de laboratório é marcada por um carácter predominantemente abstracto. Neste

³ «According to his design philosophy, *Faktura* (the handing of material) was not a question of style but, rather, a manner of working in which finished works revealed their means of construction and the connections between their parts.» Fredrickson, Laurel (1999). "Vision and material practice: Vladimir Tatlin and the design of Everyday Objects. *Design Issues*, Vol. 15, No 1 (Primavera), p. 53.

⁴ IDEM, p. 53.

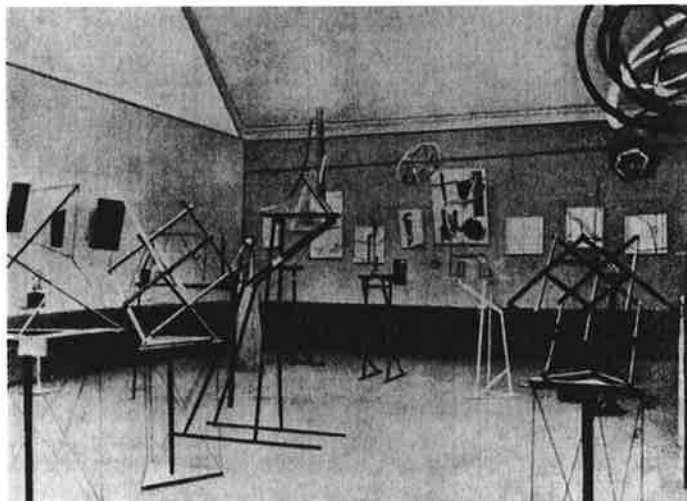
⁵ «Not painting, sculpture, or architecture, they where 'counters' to the three arts that activated materials, spaces, and viewers in new ways.» Hal Foster, Rosalind Krauss, Yve-Alain Bois & Benjamin H. D. Buchloh (2004). *Art Since 1900: Modernism, Antimodernism, Postmodernism*. London: Thames & Hudson Ltd., p. 127.

⁶ Cf. Gough, Maria (2005). *The Artist as Producer*. Berkeley, London, Los Angeles: University of California Press, p.8.

contexto, um dos acontecimentos cruciais no desenvolvimento do movimento Construtivista foi a *Segunda Exposição da Primavera* do grupo *Obmokhu* (Sociedade dos artistas jovens) em Maio-Junho de 1921, realizada em Moscovo, a qual manifestou uma das consequências mais significativas da experiência da fase de laboratório do Construtivismo – o surgimento das construções espaciais⁷.

Estas construções consistem num período de transformação no qual as pesquisas formais resultam da influência das tecnologias⁸. Também o crítico, historiador e filósofo da arte, Yve-Alain Bois considera esta exposição, constituída maioritariamente por «construções espaciais», foi um «evento chave» da acção dos artistas do *Obmokhu*⁹.

Figura 1



Grupo *Obmokhu*. Exposição em Moscovo, 1921. Diversos materiais. (Bois, 2004: 176).

A instalação das construções espaciais, da autoria de cinco construtivistas do grupo - Aleksandr Rodchenko (1891-1956), Boris Ioganson (1893-1973), Konstantin Medunetskii e os irmãos Vladimir (1899-1982) e Georgii (1900-1933) Stenberg, ocupava uma das salas do espaço da galeria onde era

⁷ IDEM, ibidem.

⁸ Lodder, Christina (1992). "The Transition to Constructivism". *The Great Utopia: The Russian and Soviet Avant-Garde, 1915-1932*. Nova Iorque: Guggenheim Museum, p. 276-277.

⁹ Hal Foster, Rosalind Krauss, Yve-Alain Bois & Benjamin H. D. Buchloh (2004). *Art Since 1900: Modernism, Antimodernism, Postmodernism*. London: Thames & Hudson Ltd., p. 177.

exibida a exposição *Segunda Exposição da Primavera*. A historiadora de arte Maria Gough alerta para o modo como El Lissitzky (1890-1941), considerou que estes artistas tinham criado um novo modo de exhibir objectos artísticos ao afirmar «Nós olhámos não só para os trabalhos artísticos pendurados nas paredes, mas em particular para aqueles que preenchem o espaço do hall»¹⁰. Ou seja, é notório como estas construções já manifestam relações de integração com o espaço que implicam um posicionamento e, conseqüentemente, um estatuto do observador distinto do da arte tradicional. Na *Segunda Exposição da Primavera* o olhar do observador já é acompanhado de movimentos do corpo, resultando numa relação dinâmica entre o observador, o objecto de arte e o seu contexto físico.

A fase produtivista do Construtivismo emerge a partir de 1921 e conta com os mesmos protagonistas da fase de laboratorial do Construtivismo que, agora, desistem do objectivo da sua fase laboratorial – investigar a arte enquanto meio de produção, para integrar a arte na própria produção industrial. A partir de agora os artistas Construtivistas abdicam dos materiais tradicionais da arte para optarem por materiais vulgares utilizados no quotidiano das pessoas.

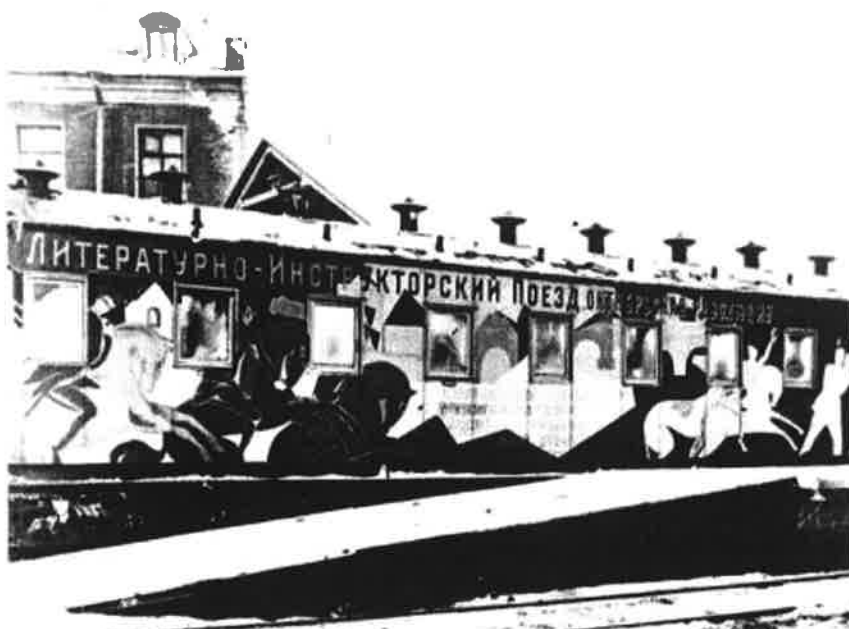
A acção desenvolvida por estes artistas na sua relação com as pessoas – artistas ou cidadãos em geral, constituía a componente performativa da arte de propaganda russa.

A arte da propaganda, tendo sido o expoente máximo do período de produção do Construtivismo Russo, desenvolveu-se de uma forma muito rica: pela sua diversificação de meios e objectos produzidos; pelo seu carácter essencialmente performativo; por se desenvolver através de grupos interdisciplinares de artistas e de cidadãos comuns, consistindo já numa prática de envolvimento e interacção com as pessoas.

¹⁰ El Lissitzky (1922) *apud* Gough, Maria (2005). *The Artist as Producer*. Berkeley, London, Los Angeles: University of California Press, p.63.

Por exemplo, eram projectadas imagens de cartazes em sucessão através dos transportes, como os comboios e embarcações, que assim difundiam ideias da revolução. O desenvolvimento de uma arte utilitária que deveria trabalhar em espaços reais e com materiais do quotidiano, abandonava, assim, os materiais artísticos convencionais e anunciava a pretensa morte da arte convencional – a pintura e escultura de cavalete.

Figura 2



Comboio pintado com propaganda, anos 20. Produtivistas (2012). *Factoidz*. <<http://popular-culture.factoidz.com/soviet-cinema-and-russian-constructivism/>>, acedido em 04-09-2013.

Os construtivistas tiveram um papel crucial, quer ao nível da importância atribuída ao espaço na sua relação com o objecto artístico, quer em termos da utilização de materiais do quotidiano, quer no desenvolvimento de práticas interdisciplinares, quer, também, na valorização da vertente ética do artista e na consideração de uma função social da arte, que se traduziu na sua fase produtivista. Este período foi, particularmente, performativo e interactivo. O construtivismo funcionou, ainda, como veículo ideológico da revolução e ampliou o estatuto de público a não especialistas.

1.2.O espaço como elemento activo na composição

Marcel Duchamp (1887-1968) abriu também precedentes para o que, na década de 60, viria a designar-se por *Environment* e *Site-Specific*¹¹ e mesmo para a dimensão interactiva e participativa de práticas que marcam as diferentes formas de intervenção nos espaços públicos.

Duchamp contribuiu de forma muito relevante para a arte da instalação. A *Exposição Internacional de Surrealismo* da qual foi o organizador principal e que contou com a colaboração de Salvador Dali, Man Ray, Benjamin, George Hugnet, realizada na galeria Charles Ratton, em Paris, em 1938 e também em Nova Iorque, no mesmo ano, é considerada precursora da arte da instalação não tanto pela valorização individualizada das pinturas e esculturas nela exibidas mas, fundamentalmente, pelo seu carácter inovador no modo como as dá a ver¹².

Podemos constatar que Duchamp e os colegas construíram uma instalação da qual faziam parte todas as pinturas expostas e o resultado era um único trabalho artístico – a instalação *1.200 Sacos de Carvão Suspensos do Tecto Sobre um Braseiro*. Duchamp utiliza o tecto como superfície para expor, procedendo a uma transformação, a uma espécie de inversão, do que é chão, do que é tecto, levando o observador a direccionar o olhar e a reter-se sobre uma superfície de objectos expostos.

¹¹ Termo que os artistas minimalistas utilizavam para designar as suas instalações de objectos expostas dentro ou fora da galeria. Segundo Rosenthal "...uma instalação de *site-specific* está insolavelmente ligada ao local: as partes relacionam-se umas com as outras mas, mais importante, elas relacionam-se com o espaço maior onde se inserem. De facto, o artista *site-specific* deverá ter despendido um tempo considerável na exploração do local onde se situa o trabalho, por isso, uma análise da composição da instalação de *site-specific* deve incluir o seu local, porque a sua forma e, talvez, a sua substância física também, bem como o seu significado, derivam do seu contexto. É impossível mover a instalação porque o trabalho não pode ser entendido ou visto excepto na sua relação com o lugar. O observador testemunha um diálogo, como se estivesse entre o artista e o espaço". Rosenthal, Mark (2003). *Understanding Installation Art – From Duchamp to Holzer*, p. 28.

¹² Cf. Bishop, Claire (2005). *Installation Art. A Critical History*. London: Tate Publishing, p. 20.

Figura 3



Marcel Duchamp. *1.200 Sacos de Carvão Suspensos do Tecto Sobre um Braseiro*, 1938. (Foster, 2004: 299).

Segundo Mark Rosenthal, o *readymade* “Fountain” realizado por Duchamp em 1917 e uma segunda versão em 1950, pode ser considerado como o ponto de partida para a arte da instalação, na medida em que, parafraseando Rosenthal, «maliciosamente imita a vida ou oferece a vida como arte»¹³. Duchamp confunde o observador acerca do que é arte e do que é vida, assim como da possibilidade de ambas convergirem. Utilizando materiais do dia-a-dia Duchamp transformou o quotidiano em arte e vice-versa. Estes dois contextos são intencionalmente confundidos pelo artista¹⁴

Ao nível do espectador, também se assiste a uma contribuição para o seu novo estatuto – as instalações de Duchamp, ao serem um acontecimento no tempo e no espaço, são percebidas pelo espectador, no mesmo tempo e espaço, conferindo-lhes uma maior relação entre a arte e a vida. Não esquecendo os contributos de outros artistas anteriormente citados, também este tipo de arte permite um público mais alargado – tanto especialistas como amadores.

Nos anos 50, intensificaram-se os desafios e provocações às normas dos museus e galerias que os movimentos de vanguarda iniciaram nas primeiras

¹³ Rosenthal, Mark (2003). *Understanding Installation Art – From Duchamp to Holzer*, p. 48.

¹⁴ IDEM, p. 36.

décadas do século XX - com destaque para os casos que abordámos – através dos *Happenings* e outros experimentalismos que se tornaram conhecidos como cultura popular. Esta realidade pode dever-se ao facto dos artistas terem passado a trabalhar em ambientes reais, abandonando o trabalho isolado do atelier, a utilizar o lixo como matéria-prima, ao invés dos materiais tradicionais usados na pintura ou na escultura, a usar tecnologias que ainda não tinham sido experimentadas no domínio artístico e a incluir questões de ordem política, ambiental e de comportamento humano. Ou seja, os artistas passaram a desenvolver um interesse crescente na fusão da arte com a vida¹⁵.

¹⁵ Cf. Lacy, Suzanne (1995). *Mapping the Terrain. New Genre Public Art*. Washington: Bay Press, p. 25-26.

2

O Graffiti na Arte Urbana

2.0 Graffiti na Arte Urbana

2.1.Contexto

2.1.1.Movimento Hip-Hop

O Movimento Hip-Hop, iniciado por volta dos anos 1960-70 por grupos africanos e jamaicanos nos bairros das grandes cidades, tais como *Brooklyn* e *Bronx* em Nova Iorque, e mais tarde na Europa dos bairros periféricos de Paris, deram início a todo este novo movimento, através do graffiti (p.28), *beat-box*¹⁶, dança e *rap*¹⁷. Estes quatro grandes pilares do movimento hip-hop foram importantes na afirmação, entretenimento, e protecção dos seus bairros nas grandes metrópoles, a pintura era usada como marcação de território através de simbologia e palavras, o beat-box juntamente com rap era forma de entretenimento para as crianças e idosos desses bairros, e a dança era a arma de protecção, em vez de se agredirem fisicamente, faziam batalhas de dança. Gangues foram encontrando naquelas novas formas de arte uma maneira de canalizar a violência em que viviam submersas, e passaram a frequentar as festas e dançar, competir com passos de dança e não mais com armas. Essa foi a proposta de *Afrikka Bambaataa*¹⁸, considerado hoje o padrinho da cultura hip-hop e um dos criadores do movimento *Zulu Nation*, o idealizador da junção dos elementos, criador do termo hip-hop e por anos tido como *master of records* (mestre dos discos), pela sua vasta colecção de discos vinil.

¹⁶ Beat-Box é uma forma de precursão vocal na produção de "beats", ritmos e sons musicais usando a boca, língua e voz.

¹⁷ Rap significa rimas ou líricas faladas, muito ricas em conteúdo, podem ser acompanhadas por beat^{17.1} ou não. É constituída por uma vasta junção de estilos literários desde discurso, prosa e poesia.

^{17.1} Beat é a base instrumental que pode acompanhar ou não o rap, a sua base são linhas de baixo e bateria fundidas com "samples"^{17.1.1} retirados de músicas originais.

^{17.1.1} Sample ou Sampling é o acto de retirar uma parte de uma música original e reutiliza-la como instrumento ou som na criação de uma nova.

¹⁸ Afrikka Bambaataa (The Bronx, Nova Iorque, 1957, 19 de Abri) Foi um Dj Americano e pioneiro do movimento hip-hop, escolheu este nome (que significa "líder aficionado")do Filme "Zulu" um filme acerca dos Zulu's Warriors e da sua batalha contra os soldados ingleses em Roke's Drift, foi quem lançou os mais importantes artistas da década de 70 e criou o movimento Zulu's Nation.

Mais tarde ele próprio introduz este movimento em França por volta do início dos anos 80's, que foi muito bem recebido nos subúrbios de Paris, visto que a maior parte dos emigrantes africanos viviam nos limites da cidade. Mais tarde este movimento tornou-se global e passou a ser intitulado de *Universal Zulu Nation*, visto que começou abranger países como Japão, Grã-Bretanha, Austrália, Korea do Sul e África do Sul.

2.1.2.Zulu Nation

The Universal Zulu Nation(Fig.4) é um grupo de Hip-Hop constituído por vários artistas (Graffiters, Rappers, Dançarinos) com o intuito de conscientização das regras e normas culturais deste movimento e cativar o envolvimento dos grupos de marginais na criação de algo mais positivo para a comunidade, tanto a nível social como político . Conhecido inicialmente como uma simples organização criada em 1970 pelos membros dos “Gangs” de Nova Iorque que começaram a organizar eventos culturais para os mais novos, combinando a música e dança com todos os outros elementos da cultura Hip-Hop.

Foram também escritos os quinze mandamentos¹⁹ da Zulu Nation e em parceria com outra organização *Temple of Hip-hop*²⁰ criaram a *The Hip-Hop Declaration Of Peace*²¹ constituída por dezoito princípios.

¹⁹ Remetido para anexo

²⁰ *Temple of Hip-hop* organização criada por KRS-One para preservar e e promover a cultura Hip-Hop.

²¹ Remetido para anexo

Figura 4



Zulu's Nation Logo

< <http://zulunationromania.files.wordpress.com/2010/09/zulu-fresh-style-realllll1.jpg> - 11/08/2013 >

2.2.Graffiti

A palavra graffiti²² deriva da palavra grega *graphien* que significa escrever. Mais tarde, com o latim evoluiu para *grafito* que em italiano no plural se diz graffiti e significa arranhar, escrever ou desenhar. Quando a palavra é mencionada, existe de imediato uma associação a letras e desenhos feitos em paredes com latas de tinta em aerossol. No entanto, dentro deste âmbito, surgiram novos tipos de arte, como os *stickers* (p.39), o *stencil* (p.39), entre outros, que se foram desenvolvendo e se associam agora à Arte Urbana. O graffiti e a arte urbana divergem quanto às técnicas e elementos utilizados, nomeadamente as mensagens, e também quanto aos objectivos. Nos primórdios do graffiti, apenas era utilizado o *tag*²³ ou simbolismo para marca territorial ou, ainda, como Nicholas Ganz escreve no seu livro *Graffiti Women: Street Art from Five Continents* “o desejo de espalhar vários *tags*¹¹ pela cidade e com isto alcançar a fama” através das várias técnicas e com diferentes graus de dificuldade de acesso a certos locais, como comboios e prédios, e lá deixar a sua marca, sendo que, quanto mais difícil for alcançar determinado local, mais fama e protagonismo são dados ao *writer*. Um dos primeiros casos que causou grande impacto e

²²(Do italiano *graffiti*, plural de *grafito*, «inscrição feita em superfície dura»)<<http://www.portoeditora.pt/espacolingua/portuguesa/dol/dicionarios-online/> (08/12/2012)>
<<http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa-aa/graffiti> (08/12/2012)>

²³ Tag – a forma mais básica de graffiti; assinatura do nome (alcunha) do writer, geralmente feita com marcador.

mediatismo foi o de “Taki183”, um jovem estafeta de Nova Iorque, que espalhou o seu *tag* por toda a rede de metropolitano da cidade. Acabou por ter tanto impacto que mereceu um artigo no jornal *New York Times* sobre o autor, um dos primeiros a praticar esta actividade com frequência. Logo após a publicação deste artigo, a cidade de Nova Iorque começou a ser alvo de muitos outros artistas que iniciaram uma verdadeira revolução não só na cidade como na periferia. É então que o graffiti acaba por ser apropriado pelos jovens dos bairros pobres com o intuito de lhes dar fama através das suas alcunhas de rua ou símbolos que pintavam nas paredes, criando uma identidade pública fictícia, o *tag*, que dava visibilidade a esses habitantes de bairros completamente descaracterizados. Com esta prática, eram reconhecidos pelos seus amigos e inimigos, o que lhes proporcionava um certo estatuto e reconhecimento que não tinham em mais lado nenhum, devido ao racismo e exclusão social. O graffiti deu-lhes aquilo que a sociedade não lhes dava: uma oportunidade de serem vistos e ouvidos, uma forma de serem notados, de serem alguém.

Figura 5



“Taki 183”, *Jornal New York Times* < <http://theworldsbestever.s3.amazonaws.com/blog/wp-content/uploads/2011/07/taki-183-ny-times.jpg> - 11/08/2013 >

2.2.1.História do Graffiti

O sentido da palavra graffiti pode ser analisado de várias formas e em vários contextos ao longo da história: desde as paredes das cavernas nos primórdios da raça humana, como por exemplo as *de Lascaux* em França, passando pelas antigas cidades dos impérios Grego e Romano. Na obra *Graffiti World: Street Art from Five Continents* de Nicholas Ganz e Tristan Manco, é referido que as pinturas rupestres podem ser associadas ao graffiti: as técnicas que eram usadas assemelham-se muito às de hoje e só os materiais diferem; nas pinturas rupestres eram usados pós coloridos para criar silhuetas em volta das mãos (“sopravam pós de cores através dos ossos das suas mãos, fazendo silhuetas”²⁴), uma técnica não muito diferente do spray e stencil. Um outro caso é o das escavações de Pompeii (antiga Roma), que permitiram descobrir que, já naquela altura, o graffiti era utilizado tanto para decoração de casas como para manifestar o desagrado para com as autoridades nas paredes das ruas, usando símbolos. Note-se o facto de não haver uma classe específica associada a esta actividade, sendo que todas a praticavam nem que fosse para escrever poemas nas paredes, como se pode ler na obra de Cedar Lewisohn, *Street Art: The Graffiti Revolution* “o graffiti não era restrito a uma área ou classe social”(27)²⁵. No entanto, mais tarde, no Império Romano foi muito utilizado para crítica política e como forma de responder às autoridades. “As paredes das cidades transformaram-se num lugar onde as pessoas poderiam ridicularizar e queixar-se das autoridades”²⁶ (LEWISOHN, Cedar, *Street Art: the Graffiti Revolution* ,27). Com a evolução dos tempos, estes usos foram se perdendo e começou a existir uma maior diferenciação entre classes sociais, com as elites a dominarem a cultura e as classes mais baixas, de onde emergiram inicialmente os autores dos primeiros graffiti, a deixarem de ter tanta aceitação, perdendo-se assim o interesse por aquilo que era feito nas ruas. Na II Grande Guerra, o graffiti foi usado pelo movimento Nazi para espalhar a sua propaganda e as suas frases pelas cidades, mas também foi muito

²⁴ “blowing coloured powder through hollow bones around his hands to make silhouettes”

²⁵ “graffiti was not restricted to one area or a particular class of social dwelling,”

²⁶ “associated with politics and was a popular way of speaking back to authority. The city walls constituted a place where people would ridicule, or complain about, the authorities”

importante para os grupos contra este regime como forma de protesto. Um dos exemplos é o do grupo “Rosa Branca”²⁷, cujos membros foram capturados em 1943, que usava o graffiti para e “falar contra o regime de Hitler de 1942 através de pinturas e slogans nas paredes”(Ganz, *Graffiti World*,8)²⁸. Muitos dos membros deste grupo alemão ainda hoje são considerados heróis e as suas intervenções e frases de grande nível intelectual para aquela altura.

Os posters e as palavras escritas foram também técnicas usadas pelos estudantes franceses na década de 60 – 70, a par do “*pochior*”, palavra francesa para stencil (Ganz, *Graffiti World*,8), cujo pioneiro foi “Blek Le Rat” (EDLIN, Jay, *Graffiti* 365, 038).

O *tag* é inventado por volta dos anos 60, e o graffiti ganha fama no ano de 1965, associado aos gangs e às suas histórias e tradições. Mas o graffiti, tal como hoje é conhecido, surge em Filadélfia em 1970, quando “artistas como Taki 183, Julio 204, Cat 161 e Cornbread começaram a pintar os seus nomes nas paredes e metro de Manhattan”²⁹(Ganz, *Graffiti World*,8). Nesta altura, o graffiti tem um grande *boom*, com as classes sociais mais baixas a apropriarem-se novamente desta técnica, devido em grande parte às condições suburbanas em que viviam, para ganharem voz na sociedade e assim se tornarem mais visíveis. Os jovens principalmente eram “vítimas de esquemas de renovação das zonas urbanas e da construção de auto-estradas que tiveram lugar no meio do século passado”³⁰ (LEWISOHN, Cedar, *Street Art: the Graffiti Revolution*,7). Toda esta situação de repressão social é sentida nas zonas urbanas. Conforme Lewisohn refere no seu livro:

²⁷ O movimento Rosa Branca era um movimento contra o regime nazi de Hitler e Segunda Grande Guerra . É provavelmente o mais famoso dos movimentos de resistência civil que se desenvolveram dentro da Alemanha nazi, mas muitos dos seus membros morreram devido a intolerância do regime. O movimento Rosa Branca foi composto por alunos que frequentavam a Universidade de Munique. Os seus membros mais famosos eram Hans e Sophie Scholl presos e condenados à morte por guilhotina em 1943 .

O movimento esteve activo entre Junho de 1942 e Fevereiro 1943 . Durante esse tempo fizeram seis folhetos contra o regime e contra a guerra, que foram distribuídos em público. Alguns membros também fizeram uma campanha de graffiti , espalhando slogans pela cidade de Munique.

²⁸ “spoke out against Hitler and his regime in 1942 through leaflets and painted slogans”

²⁹ “where artists such as Taki 183, Julio 204, Cat 161 and Cornbread (from Philadelphia) painted their names on walls or in subway stations around Manhattan”

³⁰ “victims of urban renewal schemes and highway building that took place in the middle of the last century”

«É uma grande ideia demolir, reconstruir e deslocar os bairros para assim os empresários construam novos imóveis com grandes oportunidades de negócio, desalojando as comunidades que lá viviam antes e que podiam significar um perigo para a sociedade e causar a desordem social. A ideia política era isolar estas comunidades rebeldes com fortes potencialidades de causar a desordem pública e prevenir a formação de uma massa crítica que levasse à agitação. ³¹»

Estes acontecimentos surgem na sequência da II Grande Guerra, com o objectivo de proporcionar uma vida razoável a todas as pessoas, e acabam por ter um impacto bastante grande na economia, com a criação de novos negócios e oportunidades de riqueza, principalmente nos subúrbios das cidades, onde existiam comunidades que acabam por ser desalojadas, para que os grandes construtores pudessem erguer mais prédios e casas. Mas com o aparecimento da crise financeira, que ainda se faz sentir nos dias de hoje, muitas dessas construções e prédios foram sendo deixados ao abandono e, assim, criando espaços onde o graffiti pôde desenvolver-se. “Foi na era do declínio económico e abandono de muitas construções por parte dos empresários, que o graffiti nasceu”³² (LEWISOHN , Cedar , 7).

2.2.2. Graffiti como Movimento Artístico

O graffiti acaba por ser a resposta dos mais jovens às condições com que eram confrontados nos meios urbanos em que viviam, como forma de canalizar visualmente as suas frustrações. O impacto que teve no final dos anos 70 e no início dos anos 80 deu origem a novas comunidades ou grupos conhecidos por *crews*³³, que eram constituídos por vários elementos (*writers*, *rappers*, dançarinos) e que competiam por espaços para pintarem. Com toda a competição que se gerou, o espaço começou a rarear e foi necessário

³¹ *Planners think it's a great idea to bulldoze and rebuild, to displace the teeming neighborhood's with real-estate opportunities for entrepreneurs, while destroying these 'dangerous' communities that might upset the social order...The underlying political idea was to isolate and break up potentially rebellious communities, to prevent the formation of a critical mass for unrest. Cedar Lewisohn , Street Art: The Graffiti Revolution , p7.*

³² *"ensuing era of neglect and economic decline, graffiti was born"*

³³ *Crew – grupo de writers que se associam para realizar acções em conjunto e para conviverem; espécie de equipa. Juntamente com o seu tag, os writers pertencentes a uma crew, costumam também taggear as iniciais da crew.*

repensar formas de sobressair no meio de toda aquela confusão visual que ia aparecendo nos comboios e muros das cidades. É assim que muitos *writers* começam a querer abandonar o registo convencional (o *tag*) e começam a criar letras em maiores escalas, mais trabalhadas, com mais pormenores e cores berrantes, para assim terem um maior destaque e visibilidade. O graffiti começa a entrar no campo artístico. O que interessa deixa de ser o simples facto de deixar uma marca numa parede e passa a ser o impacto que essa marca tem. Começam, assim, a surgir os primeiros *black books*³⁴ ou cadernos de esboços onde os *writers* passavam horas a desenhar as suas obras antes de as passarem para a parede. Quanto melhor e mais bem feita estivesse a sua *piece*³⁵, mais reconhecimento eles teriam. Este trabalho de treino era necessário pois, na altura da sua execução, teriam de ser rápidos, muitas vezes em condições pouco favoráveis, devido aos locais que queriam alcançar para terem um maior destaque.

O graffiti esteve sempre ligado à criminalidade pelo facto 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 tinham coragem nem capacidade para fazer um trabalho sem imperfeições e com qualidade com uma simples lata de tinta. A par da sensação de adrenalina, os jovens tornavam-se rapidamente famosos. *Getting up*³⁶ era o objectivo, que obrigava a agir com grande rapidez e em grande quantidade. A ideia subjacente era a de que nas ruas facilmente é esquecido quem não se superar a si próprio e aos outros.

³⁴ *Black book* – caderno de esboços de um *writer*, também designado como *piecebook* ou *sketch book*.

³⁵ *Piece* (ou *Masterpiece*) – abreviatura de *masterpiece*, é uma obra de graffiti.

³⁶ *Getting Up* – originalmente o termo remetia para o acto de pintar carruagens de forma bem-sucedida. Hoje em dia, significa conseguir pintar tags ou *pieces*, várias vezes, em diversos locais. Quanto mais vezes conquista esse feito, mais vezes um *writer gets up*.

«Ganhar fama é o objectivo principal dos writers. Como existem tantos writers na cidade, para ganhar fama é necessário que um indivíduo se destaque dos outros. A competição é muito intensa. Só um pode ser o Rei, mas em vários estilos, como o Rei das linhas de comboio, o Rei das pinturas nas paredes ou o Rei de certo estilo. O writer é julgado pela sua mestria e pelo número de vezes que pinta ou que atinge um objectivo. Todas as novas obras que vão surgindo nas ruas são submetidas a um exame minucioso por críticos auto-nomeados. O que predomina na mente dos jovens é sempre "que queimou"? (ou seja, quem pintou). Qual é a melhor pintura? Os vencedores são declarados, mas a escolha é muito disputada»³⁷»

Os *writers* começaram a ter inúmeros alvos e, quanto mais difíceis e ilegais eles fossem, mais desejados eram. Em 1980 as carruagens do metro de Nova Iorque eram constantemente pintadas de cima a baixo. *“Em meados dos anos de 1980 não havia um único metro ou comboio que não tivesse sido pintado de cima a baixo”*³⁸ (Ganz, *Graffiti World*, 9) muito semelhante aos comboios russos pintados com propaganda pelos produtivistas nos anos 20 . (Fig.6) Pode considerar-se que é nessa altura que o graffiti se transforma num movimento artístico, pois já não importava apenas o local, mas também o estilo, a técnica, a originalidade e a qualidade das peças. O *writer* está sempre a ser avaliado, e todos esses factores são importantes na manutenção do seu estatuto. A competição acabou por gerar obras e peças de grande valor artístico e intelectual.

³⁷ *“Getting fame’ is the repeatedly goal of graffiti writers. Because there are so many thousands of writers in the city, to get fame an individual must stand out from others. The competition is very intense. One can be “King” in several ways such as King of the line, or King of the insides, or King of Style. A writer is judged by his mastery of painting and by the number of times he “gets up”. All new pieces on the line are subjected to close scrutiny by self-appointed critics. Uppermost in the minds of the kids is always “who burned”? That is, which piece is the best? Winners are declared and the choice is hotly disputed”*(CHALFANT, 1984:28) (SCHLOSS, Joseph G., *Foundation: B-boys, B-girls and Hip-Hop Culture in New York*, Oxford University Press, 2009)

³⁸ *“by the mid-1980s...there was not a single train that had not at one time been spray-painted from top to bottom”*

Figura 6



Metro de Nova Iorque < <http://nyoobserver.files.wordpress.com/2012/01/asdlabs-subway-art-1.jpg?w=420> – 11/08/2013 >

2.2.3. Pós Graffiti ou Arte Urbana

O graffiti aparece numa altura em que nas periferias das grandes metrópoles nascem bairros com uma arquitectura modernista e de simplificação de formas, um pouco contra-cultura relativamente àqueles que os habitavam. O graffiti não tinha qualquer ligação com estes blocos e com formas quadradas e simples, antes explorando os detalhes e pormenores nas letras. O graffiti não se coaduna com o que o modernismo defendia, mas sim com as teses pós-modernistas e com a sua máxima “Mais não é menos” (Venturi, 1966). À medida que o graffiti foi crescendo como cultura, foram sendo exploradas novas técnicas e foram surgindo nas paredes novos símbolos e peças abstractas.

«Ao longo dos últimos anos, os writers têm vindo a utilizar uma visão mais ampla de expressão. O estilo pessoal é livre para desenvolver-se sem quaisquer restrições e etiquetas, cartazes, stencils, airbrush, giz à base de óleo, todas as variedades de tinta e até mesmo escultura são usados. A maioria dos artistas deixou de confiar apenas na lata de tinta.»³⁹

³⁹ “Over the past few years, graffiti artists have been using a wider scope of expression. Personal style is free to develop without any constraints, and stickers, posters, stencils, airbrush, oil-based chalk, all varieties of paint and even sculpture are used. Most artists have been liberated from relying solely on the spraycan.” Nicholas Ganz, *Graffiti World: Street Art from Five Continents*, p 8.

Embora muitas peças de arte urbana se diferenciem, “tendem a ter menos regras e a abranger uma gama muito mais ampla de estilos e técnicas”⁴⁰(GANZ, *Graffiti World*,8). Em comparação com o graffiti, muitas técnicas são iguais, nomeadamente o uso da lata de tinta. O graffiti nasce das letras e o *tag* é a sua essência, ao passo que na arte urbana podemos ter peças completamente abstractas, simbolismos, ironia, frases filosóficas, irreverência, utilização de espaços abandonados, reciclagem de materiais e reaproveitamento do espaço público. Todas estas opções e outras mais são possíveis na arte urbana, abandonando o *tag* como expressão estilística e dando espaço a uma infindável possibilidade de linguagens que podem ser criadas ou inspiradas nas ruas. O pós-Graffiti ou arte urbana nasce de um outro movimento, o hip-hop, que nos últimos anos tem tido um enorme impacto na cultura e sociedade. São indissociáveis, porquanto um justifica o outro. Embora as técnicas usadas no graffiti e na arte urbana sejam muitas vezes iguais, como é o caso do *stencil*, os objectivos e mensagens diferem, sendo a arte urbana feita para o público e com o intuito de ser observada e vista, muitas vezes ligada a uma mensagem ou a uma realidade social.

2.3. Arte Urbana

Nos dias de hoje, muitos dos *writers* que deram início ao movimento graffiti tiveram dificuldade em continuar os seus trabalhos após entrarem na vida activa e constituírem família, sendo obrigados a abandonar a vida artística. O investimento e interesse por esta arte só agora começa a surgir, com financiamentos de grandes marcas, apoio dos municípios e com uma maior aceitação pelo público. Ainda só é rentável para alguns, nomeadamente para aqueles que surgem com técnicas e estilos completamente inovadores, mas a verdade é que cada vez surgem mais artistas a ganhar espaço no panorama das artes e cultura.

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 reflectir sobre as suas próprias obras.

⁴⁰ “tends to have fewer rules and embraces a much broader range of styles and techniques”

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 direccionada para os *writers*, (*On the Go*) (Fig.7). 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. É com o aparecimento desta revista que se começa a perceber que duas expressões artísticas que tinham tido a sua origem no mesmo movimento tinham voltado a juntar-se para crescer e ganhar ainda mais espaço nos média.

Mais tarde, com o aparecimento da Internet, muitas das revistas que surgiram para divulgação desta arte acabam por fechar. 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.

Devido à fama que esta arte 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.

Com a evolução social, nomeadamente com a possibilidade de todos usufruírem de um ensino público, aqueles que outrora tinham utilizado o graffiti apenas como marca territorial e prática de vandalismo perceberam que podiam usar esta nova expressão artística para se exprimirem. Houve, assim, uma espécie de reciclagem da arte, utilizando várias técnicas que já estavam ligadas ao graffiti, como o *stencil*, *stickers* e *poster bombers*, para fazer crítica social, ironia, e ser mais facilmente entendida. Com os conhecimentos que lhes foram dados através da história da arte e com uma forte influência da cultura pop-art, os artistas começaram por fazer uma mistura e releitura de antigos movimentos e “artes nobres”, adaptando-os depois aos dias de hoje.

Figura 7



Capa da Revista ON the GO, Steve Powers and Ari Forman 09/20/2007,
< <http://www.megawordsmagazine.com/admin/photos/interviews/666666-23.jpg> - 11/08/2013
>

2.3.1. Técnicas

Stencil – técnica do graffiti em que a imagem é pintada sobre um molde recortado, deixando uma impressão sobre a superfície. O stencil, tal como o graffiti, também necessita de uma preparação prévia, com a criação de um molde. A utilização de várias camadas de papel serve para trabalhar cores e efeitos.

Poster-Bomber – cartaz artístico, geralmente colado com cola caseira de baixo custo. São cartazes artísticos que podem conter ou não mensagens, impressos facilmente e em grandes quantidades e mais tarde colados nas paredes.

Sticker – o mesmo que autocolante, criado na estética da arte de rua. Os stickers não são tão populares como o *graffiti* ou *stencil*. Surgem na década de 90 juntamente com as sub-culturas alternativas que iam aparecendo com grupos de hip-hop. Eram uma forma fácil e rápida de comunicar e fazer marketing às suas bandas e marcas.

Instalações Urbanas – Esculturas e instalações em que muitas vezes é reutilizado o espaço público ou mesmo materiais que por lá se encontram, tentando sempre fazer uma adaptação equilibrada ao meio envolvente.

As Instalações Urbanas são muitas vezes introduzidas em ambientes de muito movimento. São inspiradas na cidade e naquilo que ela oferece, e também muito associadas a performances de actores e outros artistas de rua. São muito utilizadas para campanhas virais e de guerrilha e pelas marcas em acções de comunicação.

A arte urbana continua a desenvolver-se, com um aparecimento constante de novos *writers* com novos estilos e técnicas. Embora muitos pensem que esta arte é passageira, a verdade é que, desde os anos 60, o seu impacto é cada vez maior e o seu desenvolvimento incessante. Existe cada vez mais uma consciencialização para a prática e respeito por esta arte, e também o apoio de grandes marcas, através do seu uso em campanhas, o que aliás contribui também para pôr termo a alguns preconceitos relativamente a estes artistas. O facto de muita desta arte ainda ser praticada na ilegalidade, também advém da sua origem: como “Banksy” refere no seu livro *Wall and Piece* e numa das suas mais famosas peças “*Se o graffiti mudasse alguma coisa, seria ilegal.*”⁴¹ (Fig.8)

Figura 8



Obra de “Banksy”, “*If graffiti changed anything, it would be illegal.*” <
<http://www.unurth.com/Banksy-If-Graffiti-Changed-Anything-London> - 11/08/2013 >

⁴¹ “*If graffiti changed anything, it would be illegal.*”

2.4. Graffiti e Arte Urbana : Conclusão

O graffiti e a arte urbana são duas vertentes que nasceram de um mesmo movimento. Enquanto esse movimento existir e tiver seguidores, estas duas vertentes artísticas andarão interligadas, uma não viverá sem a outra, e o graffiti será sempre a incubadora da arte urbana. Foi dele que surgiram todas as experiências e os mais diversos estilos que deram a origem àquilo que hoje é considerado bonito e artístico. Na sua maioria, salvo raras exceções, os artistas que surgiram no panorama internacional tiveram a sua iniciação nas ruas e em algo ainda hoje considerado ilegal.

Devido ao facto de os artistas começarem a usar as paredes como telas onde podiam contar aquilo que sentiam ou expressar as suas emoções de forma a deixar uma marca em todos os que observavam as suas obras, conseguiram conquistar um público, o que por sua vez os fez sentir que podiam crescer dentro da sociedade e usar a sua arte para a ajudar e para suscitar certas emoções e opiniões.

Os artistas que pertencem a este movimento não têm a intenção de modificar a forma como pensamos relativamente à arte, mas sim questionar aquilo que nos rodeia com a sua própria linguagem. Como escreve Allan Schwartzman na sua obra *Street Art*, o objectivo é "comunicar com pessoas comuns sobre temas socialmente relevantes através de formas que contêm valores estéticos mas que não se deixam aprisionar por eles."⁴²

⁴²"communicate with everyday people about socially relevant themes in ways that are informed by esthetic values without being imprisoned by them."

3

Arte urbana como ferramenta de comunicação

3. Arte Urbana como ferramenta de comunicação

3.1. Espaço público e territórios de comunicação

A arte urbana serve também como forma de defesa da sociedade e como um local onde se podem debater ideias e comunicar pontos de vista diferentes dos que são veiculados pelos média. Não tem partido, mas também não é neutra nem imparcial; é sim uma forma de passar uma ideia ou defender uma causa. Sendo algo acessível a todos, independentemente do ponto de vista, a arte urbana é uma forma de aqueles que são marginalizados e muitas vezes postos à parte da sociedade pelas suas origens ou extracto social comunicarem e criarem uma arena de expressão. Embora seja muitas vezes ilegal, é utilizada para um pensamento expressivo, com uma economia de palavras e ideias e um discurso retoricamente simples.

Esta arte dá vida às ruas através de um diálogo criado nas paredes com aqueles que por elas passam, incentivando à reflexão, suscitando, dando pontos de vista diferentes dos que já estão de certa forma “enraizados”. Pode, ainda, considerar-se um movimento de resistência activa em oposição à publicidade comercial e ao controlo de informação.

As pessoas consomem a informação veiculada por estas obras, visto que está disponível para elas e de forma gratuita. É uma forma de complementar informações e ideias e acaba por funcionar como um dispositivo de enquadramento para as comunidades de todo o mundo, como se fosse “*uma voz paralela da cidade, como expressão moderna de arte primitiva*”⁴³ (LEWISOHN, Cedar, *Street Art: the Graffiti Revolution*, 30).

A arte urbana é um meio eficaz de comunicação. Se assim não fosse, aqueles que detêm o poder sobre as cidades não dariam tanto espaço para a sua expansão e não colaborariam com ela. Muitas vezes não comporta um ataque directo às políticas, procurando antes realçar direitos civis, problemas raciais, direitos das mulheres, etc. Um dos inovadores do graffiti nos metros de Nova Iorque, Lee⁴⁴, defende que “*o clima político é propício para as*

⁴³ “*parallel voice of the city, and as a modern primitive art*”

⁴⁴ Lee Quinones – Começou por pintar comboios e metros em 1974 e foi um dos impulsionadores deste estilo. Rapidamente o seu estilo e qualidades ficaram conhecidos, começando a pintar carros na *Brooklyn Bridge Station*. Tornou-se um dos grandes

peças que querem ouvir a arte como a primeira palavra de uma consciência colectiva. As pessoas sabem o que está acontecer, mas precisam de o ver retratado nas artes para o confirmar"⁴⁵ (LEWISOHN, Cedar, *Street Art: the Graffiti Revolution*, 79). A influência dos artistas faz-se sentir não só nas pessoas que passam pelas suas obras, mas também nos outros artistas, incentivando-os a fazerem os seus próprios trabalhos. É "uma linguagem visual que incorpora o mundo à sua volta" ⁴⁶ (LEWISOHN, Cedar, *Street Art: the Graffiti Revolution*, 39). Jeffrey Deitch⁴⁷, um negociante de arte contemporânea e antigo director do Museu de Arte Contemporânea de Los Angeles (MOCA), afirma que a arte urbana "tornou-se a inovação cultural mais influente dos últimos trinta anos"⁴⁸ (LEWISOHN, Cedar, *Street Art: the Graffiti Revolution*, 30).

defensores do graffiti argumentando que este era uma forma de arte e não apenas e só mero vandalismo. (EDLIN, Jay, *Graffiti* 365, p.267)

⁴⁵ "political atmosphere is ripe for people who want to listen to art as the first word of a collective consciousness. People know what's going on, but they need to see it in the arts to confirm it"

⁴⁶ "a visual language that incorporates the world around it"

⁴⁷ Jeffrey Deitch - Jeffrey Deitch is a dealer in modern and contemporary art and an art advisor to private and institutional art collectors. He is also an art writer and exhibition organizer. Prior to opening his own art advisory firm in 1988, Mr. Deitch was a Vice President of Citibank where he spent nine years developing and managing the bank's art advisory and art finance businesses. Before joining Citibank, he was the Assistant Director of the John Weber Gallery in New York and then the Curator of the De Cordova Museum in Lincoln, Massachusetts. Deitch is a 1974 graduate of Wesleyan University, and was a member of its Board of Trustees from 1982-85. He received an M.B.A. from Harvard Business School in 1978. Deitch has been active as an art critic and exhibition curator since the mid- 1970s. He has contributed to *Arts*, *Art in America*, *Artforum*, and numerous other publications, and served as the first American Editor of *Flash Art*. He received an Art Critic's Fellowship from the National Endowment for the Arts in 1979. He has written numerous catalogue essays including projects for the Museum of Modern Art of the City of Paris, the Stedelijk Museum, Amsterdam, and the Whitney Museum, New York. His essay *The Art Industry* was included in the catalogue for the *Metropolis*, exhibition at the Martin-Gropius-Bau, Berlin in 1991. Deitch's first important curatorial project was *Lives*, a 1975 exhibition about artists who used their own lives as an art medium. It was presented in a vacant office building in Tribeca. He has curated several exhibitions of contemporary art for the Deste Foundation in Athens including *Cultural Geometry* in 1988, *Artificial Nature* in 1990, *Everything That's Interesting Is New* in 1996, and *Fractured Figure* in 2007. He was a member of the curatorial team for the Deste Foundation's *Monument to Now* exhibition in 2004. He curated the exhibition *Strange Abstraction* for the Touko Museum in Tokyo in 1991. His most ambitious exhibition was *Post Human*, which opened at the FAE Musée d'Art Contemporain in Lausanne in June 1992, and travelled to the Castello di Rivoli in Torino, the Deste Foundation in Athens, the Deichtorhallen in Hamburg, and the Israel Museum in Jerusalem. He also curated one of the sections of *Aperto* at the 1993 Venice Biennale. In 2001, he curated *Form Follows Fiction* at the Castello di Rivoli, Torino. Deitch opened a public gallery, Deitch Projects, in 1996, which has produced more than two hundred projects by contemporary artists. Jeffrey Deitch Inc. is a member of the Art Dealers Association of America. <<http://www.deitch.com/gallery/staff.html>, 26 / 04 / 2013>

⁴⁸ "become the most influential cultural innovation of the past thirty years"

Um dos grandes exemplos que temos em Portugal é do artista “Nomen” (p.51) que através dos murais Marionetas de Merkel (Fig.9) e A Lei do Mais Forte (Fig. 10) fez uma crítica social bastante forte aos governantes portugueses, saltando automaticamente para os meios de comunicação pelas questões que levantou e pelo debate social que suscitou. As suas obras geraram tanta polémica que acabaram por ser censuradas e cobertas de negro (Fig.11), pois não interessava que a sua mensagem passasse ou que tivesse muito impacto na sociedade. Em entrevista ao jornal Sol (Lusa/SOL, 4 de Novembro, 2012), “Nomen” diz *“A pintura sempre ajudou a mostrar a verdade, desde há centenas de anos. Esta é mais uma forma de mostrar às pessoas, nos dias de hoje, na cara delas, para que reflectam”* para que, *“se estiverem no meio artístico, se sintam de alguma forma contaminadas”*, como ele foi, *“a mostrarem e a expressarem-se, da forma com que mais se identificarem”*. Outro artista português, conhecido como “Mais Menos” fez uma encenação na cidade de Guimarães com o nome Funeral de Portugal⁴⁹, que também não foi muito bem vista pelos governantes portugueses. O artista pretendeu simplesmente passar a mensagem de que Portugal, como está, está morto, devido à sua estagnação económica e à sua fraca evolução. Lançou, dessa forma, uma reflexão crítica - extremamente construtiva e inofensiva -sobre o estado da nossa sociedade.

A mistura do activismo social com a criatividade e indignação social permite a esta forma de arte transmitir uma mensagem mais forte e com maior impacto.

Figura 9



Marionetas de Merkel, “Nomen” , < <http://1.bp.blogspot.com/-TH-cry8qrRE/UKuJvsiDb8I/AAAAAAAAAFCE/a8Jyks0E-D4/s1600/Merkel+grafiti+em+Lisboa.jpg> - 14/09/2013 >

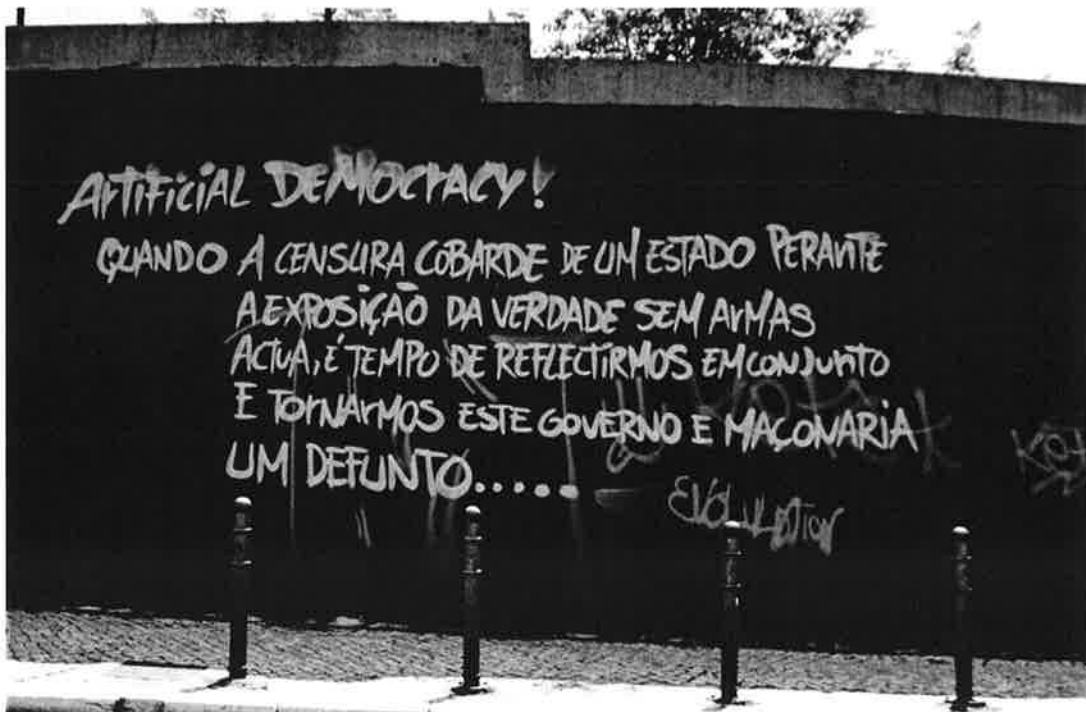
⁴⁹ Funeral de Portugal – <<http://www.youtube.com/watch?v=6v5OPkOFHL8> - 26 / 04 / 2013 >

Figura 10



A Lei do Mais Forte, "Nomen", < <http://aventadores.files.wordpress.com/2012/10/a-lei-do-mais-forte.jpg> - 14/09/2013 >

Figura 11



Mural Censurado, "Nomen", < http://2.bp.blogspot.com/-O9dp_SpgC4/UgkXfWP1sJI/AAAAAAAAAF64/qnfR2FLK7Kk/s1600/934126_639554856072382_1020032117_n%5B1%5D.jpg - 14/09/2013 >

3.2 .A paisagem urbana como território de intervenção artística

A paisagem das cidades tem um papel importante como tela para a arte urbana e para os artistas e os seus trabalhos, tornando-se assim parte da cultura visual da cidade. Com o apoio de *sites*, comunidades de arte, livros, revistas e até mesmo filmes, as obras começaram a ganhar um maior impacto quando os turistas que viajavam para Nova Iorque espalhavam as suas fotografias por outros países e culturas. Também os galeristas e os meios de comunicação se tornaram veículos importantes para a sua divulgação.

As cidades ganharam novos focos turísticos. Por exemplo, em Lisboa uma obra (Fig.12) realizada pelos artistas “OSGEMEOS” (p.64) e “Blu” em 2010 na Avenida Fontes Pereira de Mello foi considerada pelo *The Guardian* como sendo uma das dez melhores obras de arte urbana do mundo. Esta obra estava inserida no projecto “Crono” que tinha como objectivo o reaproveitamento das fachadas dos prédios devolutos em Lisboa para neles serem feitas intervenções artísticas e assim cobrir o cinzento e o seu aspecto já degradado.⁵⁰

A arte urbana também ajuda a entender melhor as sociedades que vivem nos outros países e cidades. Através dos símbolos e frases que encontramos nas paredes, podemos entender o contexto social, de guerra, ou mesmo de crise política. Julia Ferrante afirma no seu artigo “‘Street Art’ Provides Text for Understanding Cities in Transformation” <<http://www.bucknell.edu/x66537.xml> - 11/06/2013> que actualmente as peças de arte urbana servem como comentário vivo relativamente ao que se passa na cidade⁵¹. Diz ainda que hoje em dia “*para descobrir o estado de um país, temos de olhar para as ruas. As pessoas expressam-se na rua, e vêem o que se passa e o que acontece no dia-a-dia na rua*”⁵². Graças a todos estes factores, a rua e a arte urbana tornaram-se uma parte do tecido cultural das

⁵⁰ Obra Gemeos, Blu, Lisboa – < <http://www.tvi24.iol.pt/aa---videos---sociedade/lisboa-gemeos-graffiti-graffitis-the-guardian-tvi24/1272595-5795.html> > - 09 / 05 / 2013 >

⁵¹ “*serve as part of a living commentary and conversation about what is happening in a city*”

⁵² “*to find out the condition of a country as this moment, you have to look to the street. You express yourself in the street, and you see things in the street.*”

ciudades, oferecendo “um olhar criativo perante a cidade, mas também uma voz contra aquilo em que as grandes metrópoles se tornaram. a arte urbana é um comentário crítico sobre alguns aspectos da globalização e da mobilidade social”⁵³.

Figura 12



Obra Realizada em Lisboa pelos artistas OSGEMEOS e Blu
< http://www.streetartutopia.com/wp-content/uploads/2011/11/street_art_blu_4.jpeg - 11/08/2013 >

⁵³ “ a creative look to the city but also a voice against what the city has turned into. Street art is a critical commentary on aspects of globalization and gentrification.”

4

Criadores Urbanos

4.Criadores Urbanos

4.1.Criadores Urbanos Portugueses

4.1.1.”Ram”

“Ram” é um artista que se caracteriza pelo seu estilo único, identificado pelo seu *tag*: Rapid Aerosol Movement (Fig.13), ou seja, movimento rápido com tintas de aerossol. A sua técnica é inconfundível e diz muito acerca do seu trabalho. Nascido em 1976, vive actualmente em Sintra e é um dos artistas mais respeitados em Portugal e na Europa, bastante conhecido e com uma vasta colecção de obras.

Inicialmente estudou e trabalhou em design gráfico. Era conhecido pela sua obsessão pela originalidade, mas não teve muitas oportunidades para expressar o seu estilo e criatividade no mercado do Design.

Há quinze anos “Ram” decidiu dedicar a sua atenção à arte, especialmente ao graffiti. As latas na sua mão ganham novas perspectivas e utilizações, como uso do fogo, explosões de cores, respingos de tinta, traços consistentes e rápidos, que fazem uma forte aproximação àquilo a que chamamos hoje arte urbana, ou pós-graffiti. Com a sua evolução enquanto artista, ganhou novas influências, conexões e formas de expressão, criando assim um novo conceito global. À medida que o seu trabalho foi evoluindo, as suas obras tornaram-se um vínculo entre arte urbana, grafismos, *land art*⁵⁴ e aguarela, cheias de imaginários do subconsciente. “Ram” também é conhecido por ser um amante do surf e do mar, deixando que muita dessa paixão perpassasse também para as suas obras. Desde 2005 que trabalha com a equipa da *Art Eastpack*⁵⁵, criando eventos e acções que erguem a marca para um graffiti mais sério e para novos níveis de arte urbana. Para além de ser o criador de alguns dos maiores eventos de arte urbana em Portugal, tem também viajado por vários países do mundo, espalhando as suas obras. Recentemente esteve envolvido, em colaboração com outro artista, Mar

⁵⁴ *Land Art* – é um estilo artístico onde a obra e a paisagem em que ela se insere estão ligadas, muitas vezes também são utilizados materiais recolhidos na natureza.

⁵⁵ *Art Eastpack* – *Eastpack Art Studio* – é um estúdio de design ligado a marca de roupa e acessórios Eastpack que trabalha com mais de 130 artistas que criam padrões e eventos exclusivos para a marca.

(p.57), na criação das capas de uma edição limitada lançada, pela Revista Visão, dos dez cantos⁵⁶ (Fig.14) dos Lusíadas.

O seu estilo dificilmente se confunde com o de qualquer outro artista, remetendo em certos aspectos para o artista do expressionismo abstracto Jackson Pollock.

Figura 13



Estilo e Obra do Artista "Ram"

< http://sp9.fotolog.com/photo/41/22/84/dedicat0ria/1170189968_f.jpg - 11/08/2013 >

Figura 14



Camões , "Ram" e "Mar" < <http://ipt.olhares.com/data/big/562/5622636.jpg> - 16/09/2013 >

⁵⁶ Coleção Visão Os Lusíadas – <<http://visao.sapo.pt/os-lusíadas-vaio-ter-um-mural-em-graffiti-em-lisboa=f722781/> - 20/08/2013>

4.1.2. "Odeith"

Nasceu em Lisboa em 1976. Começou a desenhar muito novo e, desde então, o desejo de desenhar melhor e vir a ser reconhecido no mundo das artes nunca o deixou desistir. Em 1996 entra no mundo do graffiti com o *tag* "Eith" e nos seus primeiros anos como *writer* dedicou-se ao *bombing*⁵⁷ nas paredes da linha de Sintra. Em 1998 começou a pintar grandes murais na área da Damaia, Lisboa e Carcavelos, sendo convidado nesse mesmo ano a juntar-se à *crew* "WCB".

A sua paixão pelo desenho também o levou a iniciar-se no mundo das tatuagens e em 2000, um ano depois de ter feito a sua primeira tatuagem, abriu o seu estúdio em Benfica, Lisboa, com o nome de "Eith Studio" que acabou por fechar em 2008. Ao longo dos anos nunca deixou de praticar graffiti e de pintar as paredes da cidade, sempre com o objectivo de melhorar a sua técnica. Em 2005 cria um estilo de pintura conhecido como "Anamorphosis" (Fig.15). Uma pintura anamórfica consiste na criação de um efeito de ilusão óptica observado de um ângulo específico. Devido à sua complexidade, ângulos, iluminação e perspectiva, é um estilo praticado por poucos artistas e que faz lembrar o pintor e desenhista M.C.Escher.

"Odeith" não tem qualquer tipo de formação académica, mas é dotado de uma grande determinação. Tenta explorar as formas das várias superfícies que pinta, como por exemplo esquinas de 90 graus, onde cria verdadeiras ilusões de óptica e efeitos visuais, utilizando não só a superfície das paredes mas também o chão ou tecto. A espectacularidade deste estilo tem suscitado o interesse de artistas e entidades. Desenvolveu trabalhos para a RTP, Estradas de Portugal (E.P), Câmaras Municipais, Museu Berardo (CCB), entre outras. Uma das suas mais recentes e importantes intervenções foi no *Museum of Public Art (MOPA)*⁵⁸ em Baton Rouge, Louisiana. (Fig.16)

⁵⁷ *Bombing* - *bomb* ou *hit* significa pintar o maior número de paredes possíveis num certo território. Os Bombers optam por pintar *throw-ups* e *tags* ao invés de pintarem *pieces*, pois podem ser executados de uma forma mais rápida.

⁵⁸ *Museum of Public Art (MOPA)* – É um museu ao ar livre criado por murais inspirados na comunidade de Baton Rouge, Louisiana. A comunidade acredita que estes murais são importantes para o dia-a-dia daqueles que por eles passam por contarem histórias e transmitirem mensagens conscientes e inconscientes que contribuem para o seu desenvolvimento. <<http://www.museumofpublicart.org/> - 20/06/2013>

Figura 15



Obra de "Odeith" < http://spc.fotolog.com/photo/12/48/60/detail_shop/1292265571401_f.jpg - 11/08/2013 >

Figura 16



Obra de "Odeith" no Mopa < <http://www.subsoloart.com/blog/wp-content/uploads/2013/06/Graffiti-do-portugu%C3%AAs-Odeith-no-MOPA-em-Baton-Rouge-Los-Angeles-2.jpg> - 16/09/2013 >

4.1.3. "Pariz One"

"Pariz One" nasceu em 1984 e formou-se em audiovisuais. É um artista de graffiti internacionalmente reconhecido e também director criativo e CEO⁵⁹ na empresa *Music Monsters*⁶⁰. Iniciou o seu percurso no graffiti em 1999, entrando também no mundo da Arte Urbana e fundindo os dois estilos. Tornou-se, assim, um artista completo no que se refere à arte de rua.

Iniciou o seu percurso profissional como artista em 2001, tendo trabalhado para várias companhias e marcas em nome individual. El Corte Inglés, MTV, Pepsi, Citroen, Belton, Molotow, Lee, Bench, Waves & Woods, Reebok, Zilian, Dunlop, Lonsdale foram algumas das marcas com que colaborou.

Em 2003 começou a viajar pela Europa, o que fez enriquecer o seu nível cultural e artístico, dando-lhe uma visão mais abrangente da arte urbana. Do seu reportório constam já passagens por países como Alemanha, Itália, Croácia, Estados Unidos, Inglaterra, China, França e muitos outros.

Foi vencedor de vários concursos e participou em muitos outros. Foi também organizador de eventos de graffiti a nível internacional, como por exemplo a etapa ibérica do campeonato do mundo de graffiti, conhecido por *Write 4 Gold*, liderando mais tarde este projecto a nível nacional. Em 2008 deu início ao projecto "*The Wristers' Bench*", um espaço criado com o intuito de divulgar o trabalho de artistas.

A nível profissional colabora actualmente com uma das maiores marcas de material para graffiti a nível mundial, *Molotow*, e é artista oficial da Marca *Music Monsters*. Está ligado a sectores públicos, nomeadamente a Câmara Municipal de Lisboa e Juntas de Freguesia espalhadas por todo o território português e, a nível internacional, colabora com associações de arte em Frankfurt, Amesterdão, Nápoles, implementando o seu projecto na recuperação de espaços públicos. tendo sido convidado a trabalhar no projecto e site alemão, ilovegraffiti.de, considerado o site número um a nível mundial no que diz respeito à arte do graffiti.

Ele próprio criou o seu estilo a que deu o nome de *New Old School Style* (Fig. 17), que é caracterizado pelos formatos grandes e muito coloridos,

⁵⁹ CEO - *Chief Executive Officer*, Administrador Executivo.

⁶⁰ *Music Monsters* – <<http://musicmonstersworld.pt/> 20/04/2013>

inspirado no estilo *WildStyle*⁶¹ ao qual junta elementos do estilo *Oldschool* de Nova Iorque e da *NewSchool* europeia. O seu estilo baseia-se também no desconstrutivismo das letras e formas, fazendo lembrar o estilo cubista de Picasso e Braque.

Figura 17



Obra de "ParizOne" < <http://2.bp.blogspot.com/-kdHMQnwSAN0/URQ49Lm43tI/AAAAAAAAAMI/p9iNp6ZY8No/s1600/Pariz+One-Carcavelos+2.jpg> – 11/08/2013 >

⁶¹ *Wildstyle* - *wildstyle* graffiti é o nome dado a um estilo que é abstracto ou difícil de ler. É um estilo de graffiti selvagem que para a maior parte do público médio é complicado de decifrar, mas geralmente é fácil de ler por experientes *writers*. Geralmente as letras estão ligadas umas às outras, com imensas cores e com um fundo bastante apelativo. (<http://puregraffiti.com/art/2009/10/wildstyle-graffiti/> - 20/04/2013)

4.1.4.Nomen

“Nomen” nasceu em Luanda, Angola, em 1974, e cresceu na linha de Cascais, mais propriamente na zona de Carcavelos, considerada por ele o berço do graffiti em Portugal.

É um dos pioneiros do graffiti e arte urbana em Portugal que já pratica há mais de vinte anos, tendo começado a sua carreira como artista em 1989.

É um artista que não tem um estilo próprio, utilizando vários estilos nas suas obras. Tenta sempre reinventar-se, criando diferentes abordagens e explorando muito o tradicional 3D nas letras, personagens ou ilustrações. É um artista que se criou a si mesmo, sem nunca ter frequentado nenhum curso de artes.

Em 2001 foi publicada a obra *Tráfego – Antologia Crítica da Nova Visualidade Portuguesa*, onde “Nomen” é considerado o pioneiro do graffiti em Portugal e o principal protagonista deste estilo, entre uma lista dos 100 principais activistas da cultura portuguesa.

No livro *The International Book, 3D, Street Art*, das publicações Tectum, “Nomen” é considerado um dos 25 melhores artistas de Arte Urbana em 2010 ao lado de grandes nomes internacionais.

Em 2012 o seu *tag* ganha uma maior visibilidade, quando decide começar a pintar murais políticos num dos locais com maior visibilidade na cidade de Lisboa (Amoreiras), acabando por saltar para os media e jornais com obras como “*Angel Merkel Puppets*”. Nomen já teve oportunidade de pintar em vários países, como Espanha, França, Holanda, Suíça, Alemanha e mais recentemente na Índia.

Já foi referido e entrevistado por vários jornais portugueses, como Público, Diário de Notícias e Sol. É considerado uma referência por muitos artistas portugueses e internacionais.

4.1.5. Alexandre “Vhils” Farto

Alexandre Farto, também conhecido por Vhils, é actualmente o artista português com mais visibilidade no mundo da arte urbana internacional, tendo já participado em exposições ao lado de artistas como Banksy. Nasceu em 1987 e iniciou-se no graffiti em 1998, com apenas treze anos, pintando muros e comboios na margem sul do Tejo, Lisboa. Começou a ganhar visibilidade quando surgiu com o seu estilo que se baseia em escavar ou reutilizar todo o tipo de matérias que se encontram nas paredes das cidades, transformando-os em caras ou imagens abstractas. Começou por utilizar as várias camadas que os posters publicitários formavam, rasgando-as e dando forma a personagens e, mais tarde, passou a usar ferramentas como picaretas e outros materiais para assim fazer ele as marcas nas paredes.

Finalizou os estudos académicos em 2008 na *University of the Arts in London, Central Saint Martins and Byam Shaw Fine Art Skills and Practices*. Actualmente vive entre Lisboa e Londres.

Existem vários trabalhos seus espalhados por todo mundo (Moscou, Londres, Bogotá, Medellín, Cali, Nova Iorque, Los Angeles). Um dos seus últimos projectos foi nas favelas do Brasil. Decidiu marcar nas paredes de casas que iriam ser demolidas devido aos Jogos Olímpicos a cara daqueles que lá moravam. Os seus trabalhos já foram apresentados nas maiores exposições europeias de arte, como o Cans Festival em Londres, em 2008. Um dos seus trabalhos foi capa do jornal *The Times*.

Um dos principais protagonistas na ascensão de Vhils foi o galerista e agente artístico Steve Lazarides, quando montou uma exposição em Nova Iorque com o nome de “The Outsiders” num antigo restaurante abandonado em Manhattan, integrando diversos artistas que emergiram das ruas. A obra que lhe deu notoriedade foi uma peça que se encontrava na cave dessa exposição, uma face pintada e cravada directamente na parede (Fig.18). Vhils tinha apenas vinte e dois anos.

Figura 18



Obra de Vhils na Exposição *The Outsiders*

< <http://www.danteross.com/blogs/dante/files/2008/09/dsc03298.jpg> - 11/08/2013 >

4.1.6. Gonçalo "Mar"

Gonçalo "Mar" é um artista que pinta o meio envolvente com uma interpretação muito própria, contando histórias baseadas em personagens inspiradas nas bandas desenhadas, às quais dá uma nova personalidade e aspecto (Fig.19). Aos doze anos já desenhava figuras da sua imaginação com giz no asfalto e paredes. A sua profissão/carreira surgiu naturalmente. Durante os seus estudos académicos na Faculdade de Arquitectura de Lisboa concorreu a um lugar no estúdio português de animação *Magic Toons* como desenhador. Foi nesta altura, em 1998, que teve a sua primeira experiência com o graffiti.

Desde então, Gonçalo "Mar" tem sido movido pelas suas convicções artísticas, procurando uma constante evolução dentro do movimento da arte urbana e do graffiti a par das tendências globais.

Entre os muitos projectos que realizou e em que foi solicitado a colaborar, uma referência é a sua participação no "VSP - Visual Street Performance", um dos eventos mais importantes no panorama nacional.

Em 2005 iniciou um projecto do qual é mentor com o nome de SeixalGraffiti.

Hoje em dia tem como principais objectivos continuar a explorar o mundo do graffiti e da arte urbana, com a descoberta de novos espaços urbanos, a evolução da sua técnica e novos grafismos.

Figura 19



Obra de "Mar", Avenida de Ceuta, Lisboa < <http://www.stick2target.com/mar-new-wall-before-show> - 15/09/2013 >

4.1.7. Pedro Matos

Pedro Matos nasceu em Santarém, Portugal, em 1989. Fez a sua formação em Lisboa na AR.CO (Centro de Arte e Comunicação Social) e mais tarde no *Central Saint Martins College of Art and Design*, em Londres. É um dos elementos mais recentes do movimento arte urbana, famoso pelos seus desenhos realistas e pelas as caras que desenha (Fig.20). As suas obras caracterizam-se sobretudo pela forma como são concebidas e pelo seu tempo de vida, que é bastante limitado. Considerado por muitos um artista que está para além da sua idade, com uma técnica impressionante, ganhou o respeito de artistas de todo o mundo. Em 2008, com apenas dezanove anos, Pedro Matos participou no seu primeiro evento, com o nome de *"Pour Me Some Smoke"*, na galeria *Carmichael* em Los Angeles, Califórnia. Desde então tem exibido o seu trabalho pelo mundo inteiro, tendo passado por países como Espanha, Inglaterra e Estados Unidos.

Figura 20



Obra de Pedro Matos ,< <http://bunnywax.files.wordpress.com/2010/07/4-pedro-matos.jpg>
16/08/2013 >

4.2.Criadores Urbanos Internacionais

4.2.1."Banksy"

"Banksy" nasceu em Bristol, em Inglaterra, tendo começado a sua carreira por volta dos catorze anos. Foi expulso da primeira escola que frequentou e chegou a ser preso por pequenos roubos. Poucos conhecem a verdadeira identidade de Banksy, inclusive os seus pais, que pensam que ele é decorador e pintor. Não é seu hábito aparecer em público. Todos os seus trabalhos têm um cariz provocatório. É um dos pioneiros do movimento da Arte Urbana, e as suas intervenções geram sempre grandes repercussões. As suas obras, feitas em muros de rua, telas, instalações, são carregadas de mensagens sociais, muitas delas expondo uma clara aversão aos conceitos de autoridade e poder.

Começou pelo graffiti *stencil* e *sticker art*, e actualmente usa telas, um site onde divulga as suas obras, instalações provocatórias, numa das quais mudou quinhentos CD originais de Paris Hilton por cópias adulteradas. Todas estas intervenções estão carregadas de sarcasmo, levando muitas vezes os seus observadores a identificarem-se com elas. Algo inédito também foi o facto de conseguir pôr em circulação notas de dez libras falsas com a cara da princesa Diana.

Em Bristol, a sua terra natal, todas as suas obras são consideradas património do município, e todos são obrigados a preservá-las. Nos últimos anos, o trabalho de "Banksy" tem vindo a tornar-se de tal forma valioso que já existem furtos de paredes que tenham obras suas.

"Banksy" também é conhecido por se infiltrar em museus, colocando os seus próprios quadros em exposição de forma clandestina. Uma das suas acções mais espectaculares foi um plano coordenado para infiltrar quatro obras suas em quatro dos mais importantes museus de Nova Iorque no mesmo dia. E conseguiu. Primeiro levou o seu quadro de uma lata de sopa (Fig.21) para o Museu de Arte Moderna de Nova Iorque, pendurando-o numa parede. O quadro permaneceu ali três dias, sem ser notado. A segunda intervenção deu-se no Museu Brooklyn. Banksy conseguiu expor uma tela a óleo mostrando um almirante da era colonial, ao qual acrescentou uma lata de

spray e frases anti-guerra como pano de fundo (Fig.22). Os outros dois “alvos” foram o Metropolitan Museum of Art e o Museu Americano de História Natural. Estas “aventuras” contribuíram para o tornar famoso e levar a que as suas obras fossem adquiridas por todo o tipo de pessoas, desde artistas a actores de Hollywood. A sua obra é considerada contemporânea e pop.

«Foi a minha irmã quem me inspirou a fazer isto», contou “Banksy” numa das suas raríssimas entrevistas. «Um dia ela estava a deitar fora pilhas dos meus trabalhos e eu perguntei-lhe porquê. Ela respondeu: ‘Ora, até parece que um dia eles vão ser pendurados no Louvre!’» “Banksy” tomou o comentário como um desafio: «Para quê esperar até eu estar morto?»⁶²

Figura 21



Tomato Soup , “Banksy” ,

< http://farm1.staticflickr.com/29/53712480_3d8472501a_z.jpg?zz=1 – 11/08/2013 >

Figura 22



Obra de “Banksy” , Museu Brooklyn, <

<http://www.merryswankster.com/images/ART%5B1%5D.slidesix.jpg> – 11/08/2013 >

⁶² *Entrevista sobre a sua exposição num dos principais museus de Bristol* , Ellsworth-Jones, Will, *Banksy: The Man Behind the Wall* , St. Martin's Press; Reissue edition (February 12, 2013)

4.2.2. Shepard"Obey"Faurey

Frank Shepard Faurey é um artista contemporâneo, designer gráfico e ilustrador que surge da cultura do skate. Nascido a 15 de Fevereiro de 1970 em Charleston, na Carolina do Sul, iniciou a sua carreira como artista em 1984, quando começou a colocar os seus desenhos em autocolantes e t-shirts. No seu percurso académico frequenta a Idyllwild Arts Academy em 1988 e em 1992 tira um outro na Rhode Island School of Design e conclui um bacharelato em Ilustração e Belas Artes. Em 1989 Shepard Faurey trabalhava em part-time numa loja de skates enquanto frequentava a RISD. Era um seguidor das subculturas ou culturas "underground", um autêntico fanático por música punk, skate e stencil, fazendo ele próprio as suas t-shirts. A sua obra mais emblemática e que o lançou para o mundo das artes e dos media foi o cartaz que criou com a cara do lutador de *wrestling Andre the Giant*. Quando um amigo lhe perguntou certo dia como é que ele fazia os seus stencils, ele pegou num simples pedaço de jornal com um anúncio sobre a luta de *wrestling* em que *Andre de Giant* ia participar e utilizou essa imagem para exemplificar o processo mas, ao observar o resultado, foi assaltado por uma panóplia de ideias. E, assim, Shepard Faurey que recentemente tinha tido contacto com o graffiti, decidiu levar os posters, *stickers* e stencils da imagem de *Andre the Giant* (Fig.23) para a rua e criar a imagem Obey, que rapidamente lançou a sua carreira.

Obey deixou de ser um simples cartaz ou ícone da Arte Urbana; o impacto que gerou levou Shepard Faurey a transformá-lo numa marca. Em 1990 Shepard escreveu o seu manifesto acerca da campanha Obey e do seu significado.

«A campanha dos stickers Obey pode ser explicada como uma experiência em Fenomenologia. Heidegger descreve Fenomenologia como "o processo de deixar as coisas manifestarem-se." A Fenomenologia tenta capacitar as pessoas para verem claramente algo que está bem diante de seus olhos, mas obscurecido. As coisas são de tal forma dadas como factos adquiridos que são silenciadas pela observação abstrata.⁶³»

⁶³ *The OBEY sticker campaign can be explained as an experiment in Phenomenology. Heidegger describes Phenomenology as "the process of letting things manifest themselves." Phenomenology attempts to enable people to see clearly something that is right before their eyes but obscured; things that are so taken for granted that they are muted by abstract observation.* Faurey, Shepard, Manifesto Obey, (1990) - <<http://www.obeygiant.com/about> - 15/06/2013>

Um outro trabalho que lhe deu bastante protagonismo foi o cartaz *Hope* (Fig.24) que criou inicialmente com uma tiragem de 350 cópias para serem vendidas e para demonstrar o seu apoio à primeira candidatura de Obama à presidência dos Estados Unidos, sendo ele um grande crítico do governo de G. W. Bush. A imagem teve tanto impacto nos media e nas pessoas que apoiavam Obama, que a própria campanha adoptou o cartaz como imagem desta, e respectivo logo. O cartaz consiste num stencil estilizado de uma imagem de Obama em vermelho, bege e azul, em três versões diferentes com três palavras diferentes *progress*, *hope* e *change*.

Estas duas obras obrigaram Shepard a enfrentar os tribunais devido aos direitos de imagem dos fotógrafos que inicialmente captaram as fotos que serviram de base para o trabalho de Shepard e que exigiram uma compensação pelos seus direitos de autor.

Figura 23



Andre the Giant, Shepard "Obey" Fairey ,
< <http://www.tfw2005.com/boards/attachments/transformers-3rd-party-discussion/27245522d1312400820-g1-upper-menasor-head-obey.png> - 11/08/2013 >

Figura 24



Hope, Shepard "Obey" Fairey,
< <http://www.phaidon.com/resource/obama-hope-shelter1-2.jpg> - 11/08 /2013 >

4.2.3. “Space Invader”

“Space Invader” é um artista francês e, como no caso de “Banksy”, a sua identidade é desconhecida. Sabe-se que a sua idade ronda os 43 anos e que é primo de um outro artista amigo de “Banksy”, “Mr. Brainwash”, como é referido no filme/documentário realizado por “Banksy” *Exit Through the Gift Shop*.

Considerado por alguns um génio, por outros um inovador e por outros ainda um vândalo e perturbador da ordem pública, é indubitavelmente uma força poderosa da arte urbana. O seu estilo envolve o uso de pequenos mosaicos que juntos criam peças de humor, ligados a uma cultura *retro*⁶⁴ e ao mundo dos vídeo jogos. Faz uma desconstrução dos estilos de arte tradicionais. “Space Invader” também é conhecido por entrar muitas vezes em conflito com as autoridades, museus e até mesmo com outros artistas.

Invader estudou na *École des Beux-Arts*, escola de arte de Paris, mas em entrevistas conta frequentemente histórias sobre o facto de se ter licenciado na *Tilling School on Mars*, revelando um humor também patente nas suas obras. Começou por se interessar bastante pelo estilo e música punk e por ser um adepto de manifestações, acabando por entrar no mundo da arte urbana. Ao contrário dos seus contemporâneos, nunca chegou a passar pelo graffiti, nem a utilizar latas de spray; sempre foi um adepto dos azulejos e reboco.

Em 1998, “Space Invader” iniciou a sua obra-prima, com a qual granjeou notoriedade e fama imediatas. Instalou peças de mosaicos que se referiam aos vilões pixelizados do famoso jogo de arcada *Space Invaders* (Fig.25) por toda a sua cidade natal, Paris. Para confundir aqueles que observavam as suas obras, as peças surgiam de uma forma aleatória pela cidade durante a noite, tanto em locais de muito movimento como em sítios pouco visíveis.

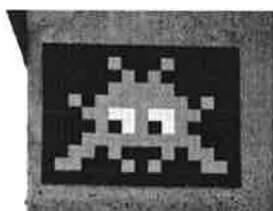
⁶⁴ Retrô ou Retro é um estilo cultural desactualizado ou velho, uma tendência, hábito, ou moda do passado pós-moderno global, mas que com o tempo se torna funcionalmente ou superficialmente a norma mais uma vez.

“Space Invader” começa então a visitar outras cidades e a instalar mosaicos semelhantes. Podemos encontrar as suas obras em cidades como Amesterdão, Berlim, Miami, Nova Iorque, Tokyo, Hong Kong, e em muitos outros locais e países. Foi preso em 2010 nos Estados Unidos por ter tentado expor uma das suas obras no famoso símbolo de Hollywood e obrigado a pagar uma fiança.

O seu tema favorito são sem dúvida as personagens de vídeo jogos, variando na cor, no design, e jogando também com ambiente envolvente das peças. É no ano 2000 que “Space Invader” começa a exibir as suas obras em galerias, primeiro na *Magda Danysz Gallery* em Paris, na *MAMA Gallery* em Roterdão e mais recentemente no Museu de Arte Contemporânea (MOCA) em Los Angeles. Estas exposições permitiram-lhe ganhar dinheiro suficiente para financiar as suas obras e experimentar novos estilos.

Uma das suas maiores inovações foi o *Rubikcubism*, um estilo muito semelhante ao que utilizou com os mosaicos, mas recorrendo a Cubos de *Rubik*, aos quais dá várias configurações para criar imagens. A imagem do anarquista Florence Rey (Fig.26) feita com cubos de *Rubik* em 2005 inspirou milhares de outros artistas e impôs o nome de “Space Invader”.

Figura 25



Space Invader, “Space Invader”, < http://www.streetartutopia.com/wp-content/uploads/2011/03/space_invader_street_art_40.jpeg - 11/08/2013 >

Figura 26



Rubikcubism, Florence Rey, “Space Invader”, < http://www.space-invaders.com/images/oeuvres2/florence_rey.jpg - 11/08-2013 >

4.2.4. “Blek Le Rat”

Xavier Prou nasceu em Paris em 1951, filho de mãe chinesa e pai francês de descendência judia. Em criança, viajou com o seu pai para Itália, onde testemunhou a propaganda e os posters que eram postos na rua e também stencil representativos da campanha de Mussolini e da sua ditadura.

Foi em 1971, quando a França recuperava dos danos causados pela Segunda Grande Guerra, que Xavier Prou viajou para Nova Iorque, onde adquiriu as primeiras noções daquilo que hoje conhecemos como graffiti. Quando voltou para França, esteve dez anos a estudar arquitectura em Paris. Em 1981 volta a visitar Nova Iorque. Constatou nessa altura a enorme revolução que tinha acontecido nas paredes desta cidade e nos metros e percebeu que afinal este movimento tinha mais significado do que ele alguma vez poderia imaginar.

Xavier Prou baptizou-se com o *tag* “Blek le Rat” e começou a criar stencils através da imagem de um rato que começou a espalhar pela cidade de Paris. À medida que o seu trabalho foi evoluindo, os simples stencils começaram a tornar-se mais complexos, criando imagens de anjos caídos, fazendo crítica social e desenhando imagens de si próprio. O Próprio “Banksy” afirmou, com humildade, que o seu antecessor é “Blek le Rat”, dizendo “Sempre que penso que pintei algo original, descubro que o “Blek Le Rat” o fez também, mas vinte anos mais cedo...”⁶⁵ (EDLIN, Jay, *Graffiti 365*, p.038).

Actualmente “Blak le Rat” vive no sul de França com a sua mulher e filho, onde trabalha num castelo abandonado.

⁶⁵ “Every time i think i’ve painted something slightly original, i find out that Blek le Rat has done it as well, only twenty years earlier...”

Figura 27



Obras de "Blek Le Rat" , < <http://graffitimundo.com/wp-content/uploads/2011/10/blek-le-rat-stencils.jpg> - 11/08/2013 >

4.2.5. “JR”

“JR” nasceu a 22 de Fevereiro de 1983. A sua verdadeira identidade é desconhecida, utilizando apenas o seu nome de fotógrafo e artista. Começou a sua carreira a fotografar os amigos, quando estes saíam para fazer graffiti. Actualmente é dono da maior galeria de arte do mundo. O seu trabalho é considerado arte urbana pois, tal como no graffiti, ele apropria-se do espaço público.

O seu trabalho é exposto nas ruas, e o seu público-alvo são aqueles que não são típicos visitantes de museus. O seu trabalho é uma mistura de arte e acção, falando sobre compromisso, liberdade, identidade e limite.

Depois de ter descoberto uma câmara no metro de Paris, iniciou uma viagem pela Europa em busca de todo o tipo de arte urbana, tentando encontrar aqueles que usavam as paredes para espalhar mensagens. Após o seu regresso a França, começou a trabalhar em verticalidade, observando e fotografando pessoas a partir dos telhados dos prédios de Paris.

Em 2006 realizou um projecto ao qual deu o nome de *Portrait of a Generation*, colando fotografias de caras dos jovens que viviam nos bairros urbanos e periféricos da cidade de Paris, nas avenidas e distritos mais ricos da cidade. Este projecto, que inicialmente era ilegal, tornou-se legal e oficial quando a câmara de Paris decidiu envolver o seu edifício com as fotos de “JR”.

Em 2007 realizou a maior exposição ilegal de sempre, quando decidiu colar retratos de palestinianos e israelitas na muralha de segurança que divide estes dois povos. No lado de Israel colou posters de caras de palestinianos e do lado da Palestina colou poster com caras de israelitas. Muitos foram aqueles que duvidaram de que ele fosse capaz de realizar tal projecto, e alguns especialistas afirmaram mesmo que seria impossível, mas a verdade é que foi realizado.

Em 2010, o seu filme *Women Are Heroes* foi apresentado no festival de Cannes para a categoria Camera d’Or.

Em 2011, ao receber o prémio de melhor projecto apresentado nas conferências TedX, foi-lhe dada a oportunidade de fazer “Um desejo para

mudar o mundo”⁶⁶. Com o dinheiro do prémio criou o projecto InsideOut (p.77), um projecto de participação internacional que permitiu a pessoas terem a sua fotografia colada numa parede, suportando assim uma ideia, um projecto, acção e partilhando a sua experiência.

Mantendo-se no anonimato, nunca deu qualquer explicação plausível para justificar os seus enormes posters onde são retratadas pessoas fazendo caretas. JR prefere deixar a questão no ar e o espaço vazio, para assim dar liberdade para o encontro entre o sujeito e o protagonista.

No fundo todo o seu trabalho tem como objectivo a reflexão do espectador, despertando questões no seu espírito.

Figura 28



Women are Heroes, “JR”,
< http://cache.boston.com/universal/site_graphics/blogs/bigpicture/rio_08_27/rio4.jpg - 11/08/2013 >

Figura 29



2 Faces Project, “JR”
, <http://www.itchyi.co.uk/storage/face2face_2007_JR_Mur1.jpg?__SQUARESPACE_CACHE_VERSION=1300140038486 – 11/08/2013 >

⁶⁶ “A wish to change the World”

4.2.6. “OSGEMEOS”

“OSGEMEOS” são constituídos pela dupla de irmãos Gustavo e Otávio Pandolfo, nascidos em 1974, em São Paulo, no Brasil, e que na realidade são gémeos. Desde os três anos de idade que os lápis de cor e a imaginação estavam presentes nos jogos e papéis espalhados pela sua casa. Foram cativados para as artes desde muito novos devido a uma presença forte de artistas na sua família (tanto o seu irmão mais velho como a sua mãe eram artistas).

Vivendo sempre no mundo do imaginário e de fantasia, criavam novas realidades e personagens, ilustrando e mais tarde adaptando-as a outro tipo de situações. Sempre exploraram os detalhes característicos que ainda hoje estão presentes nas suas obras. Sonhadores, as histórias que nos contam nas suas obras, transportam o espectador para a materialização de um mundo cheio de fantasias e de críticas incisivas sobre as dificuldades enfrentadas por tantos cidadãos espalhados pelo mundo, vítimas de um modelo socioeconómico que se encontra em grande transformação. Das suas obras nascem personagens mágicos com olhares inocentes que criticam a sociedade, sem conseguirem entender a discrepância que nela existe.

O grafitti surgiu nas suas vidas em 1986, quando ainda residiam na zona central de São Paulo, onde passaram a infância e adolescência. A cultura hip-hop tinha chegado ao Brasil, e os jovens dos bairros começaram a colorir as suas ideias nas paredes e murais da cidade. Rapidamente os dois irmãos, que na altura já tinham doze anos, improvisaram e criaram o seu estilo e linguagem, usando tintas de carro, látex, *spray's* e bicos das latas de desodorizante e perfumes para moldar os seus traços. À medida que os anos foram passando, a sua linguagem e estilo foram ganhando um maior impacto. A cidade proporcionou-lhes o desenvolvimento de novas capacidades que mais tarde deram origem ao estilo que ainda hoje utilizam. Uma infância criativa e cheia de incentivos visuais fez com que mais tarde as suas vidas entrassem no mundo da arte contemporânea. Foi na arte urbana que criaram um mundo de fantasia ao qual dão o nome de “Tritrez” e que é habitado pelos personagens amarelos que estão presentes nas suas obras.

Em 1993, tiveram oportunidade de trocar ideias com o artista plástico e artista urbano Barry Mgee “Twist” de São Francisco, que tinha ido a São Paulo para realizar uma exposição de arte contemporânea, o que lhes permitiu perceber que era possível seguir uma carreira no mundo do graffiti e da Arte Urbana e viver a fazer aquilo de que mais gostavam. Aos dezanove anos já tinham um estilo próprio e trabalhos publicados no mundo da publicidade e do design de ambientes, decorando lojas e escritórios com os seus graffiti. Começaram então a conseguir viver apenas dos seus trabalhos, que os ocupavam todos os dias.

Em 1995 fizeram a sua primeira exposição conjunta de arte sobre Arte Urbana no MIS – Museu da Imagem e do Som de São Paulo.

Rapidamente alcançaram o reconhecimento internacional quando foram convidados por “Loomit”, também um grande nome da graffiti Europeu, a irem até Munique na Alemanha e dali partirem para uma viagem pelo mundo, realizando projectos em parceria com outros artistas. Em 2003 têm finalmente a sua grande exposição na *Luggage Store Gallery* em São Francisco. Em 2005 dão o maior salto na sua carreira, expondo na *Deitch Projects Gallery* em Nova Iorque, o que permitiu que as suas obras ganhassem expressão no mercado da Arte Contemporânea. Com esta ascensão conseguiram que os seus projectos fossem muito para além das ruas. As suas ideias ganharam novas formas e começaram a explorar também o mundo das instalações e esculturas.

As suas intervenções e peças partem do mesmo conceito que desde sempre os acompanhou, um mundo mágico de fantasia que sempre existiu dentro da mente desta dupla. O diálogo que sempre criaram nas ruas e com cada pessoa que passa pelas suas obras é o objectivo de “OSGEMEOS”, bem como a materialização de sonhos, ideias, críticas sociais e políticas. Mas eles próprios defendem que, a partir do momento em que as suas obras entram dentro das galerias e museus, as suas ideias e mensagens perdem-se e tanto o graffiti como a arte urbana passam a fazer parte do mundo da arte contemporânea.

Relativamente a marcas, “OSGEMEOS” foram convidados pela famosa marca de luxo Louis Vuitton para criarem uma colecção de oito lenços com padrões ligados ao seu estilo e à arte urbana.

Figura 30



Obra de "OsGEMEOS" ,Liberdade de Expressão,< http://www.graffitiartmaps.com.br/wp-content/uploads/2011/03/Os-Gemeos_Corruption_Nov10_3_1000.jpg - 11/08/2013 >

5

Proyectos de arte urbana

5. Projectos de arte urbana

5.1. Projectos Nacionais

5.1.1. GAU-Gabinete de Arte Urbana de Lisboa

O gabinete de Arte Urbana de Lisboa situado na Rua do Machadinho, nº 20 e Rua do Quelhas nº 13, 1200-779 Lisboa, é um departamento da Câmara Municipal de Lisboa que visa a elaboração e criação de projectos inseridos no espaço público da cidade, uma ideia que inicialmente partiu de sete painéis instalados na Calçada da Glória, Largo da Oliveirinha e que já conta com muitos outros projectos e eventos. Todas estas iniciativas dão uma maior visibilidade aos artistas nacionais e aos seus trabalhos. Já contam com vários murais e fachadas, reaproveitamentos de prédios devolutos, arte em movimento através de camiões de recolha de lixo, e ainda com o projecto Reciclar o Olhar que já vai na sua sexta edição e que consiste em intervenções artísticas nos vidrões espalhados pela cidade (no qual tive o prazer de colaborar na sua 5ª Edição) (Fig.29).

Figura 31



5ª Edição de Reciclar o Olhar, projecto de Miguel Portelinha e Pedro Figueira, 2012

5.1.2.Walk&Talk Azores

O festival Walk&Talk Azores é um projecto criado por dois jovens açorianos, Diana Sousa e Jesse James, que em conjunto criaram a associação Anda&Fala – Interpretação Cultural, uma associação cultural sem fins lucrativos que visa promover os Açores através do investimento cultural. Esta associação tem actualmente um papel activo no desenvolvimento de projectos nos Açores e na sua indústria criativa actuando também em parceria com outras associações culturais.

Todos os anos durante o Verão organizam um festival que já vai na sua terceira edição e que acolhe vários artistas de todo o mundo na ilha de São Miguel para uma experiência única. As obras nascem de uma partilha de conhecimentos e técnicas entre os artistas, envolvendo também a cultura e natureza das comunidades locais. Por este festival já passaram vários nomes importantes do mundo da Arte Urbana nacional e internacional.

O festival Walk&Talk Azores também proporciona o acesso a concertos, performances e workshops, todos eles inseridos no contexto da Arte Urbana.

5.1.3.WOOL-Festival de Arte Urbana da Covilhã

O WOOL-Festival de Arte Urbana da Covilhã é um projecto que pretende levar a Arte Urbana para o interior de Portugal. Para tal propõe-se utilizar diversas paredes da cidade como telas para a produção e intervenção de artistas urbanos. Tem como objectivo despertar o interesse da comunidade pela cultura e a Arte Contemporânea, neste caso a Arte Urbana, reaproveitando espaços que se encontram ao abandono. Inclui ainda workshops e palestras acerca desta arte. O nome Wool surge da indústria dos lanifícios a que está ligado o passado da Covilhã.

5.1.4. *Influx Contemporary Art*

Influx Contemporary Art é uma galeria situada em Lisboa, que tem como objectivo divulgar artistas e trabalhos das mais diversas formas de arte contemporânea, com particular incidência na Arte Urbana e nas suas várias expressões artísticas: pinturas, Arte Urbana, ilustração, graffiti, design gráfico, fotografia e vídeo. O projecto iniciou-se em 2005 e a sua localização inicial era no Bairro Alto, Lisboa. Em 2008, devido à expansão da Arte Urbana, houve a necessidade de a transferir para um espaço maior, situado no Lumiar, Lisboa.

5.2. Projectos Internacionais

Cada vez mais vão aparecendo novos projectos a nível internacional, como encontros entre artistas nas mais variadas cidades do mundo, onde estes são convidados a preencher as paredes dessas cidades e a partilhar as suas experiências.

A esses eventos dá-se o nome de “Jam”. Durante um determinado espaço de tempo, que pode ser de dias, semanas ou meses, os artistas colaboram entre si com o objectivo de darem uma nova vida a um espaço que até então estava abandonado.

5.2.1. *Exit Through the Gift Shop* - Documentário/Filme

Exit Through the Gift Shop é um documentário realizado por “Banksy”, onde este expõe várias questões relativas à arte urbana e ao impacto que ele próprio tem no mundo da arte contemporânea.

Inicialmente o documentário foi idealizado por “Mr. BrainWash”, mas acaba por ser reeditado por “Banksy”. A grande surpresa surge quando este é nomeado para os Óscares de 2011 na categoria de melhor documentário. “Banksy” nunca revelou a sua identidade e sempre foi um crítico bastante acérrimo das grandes empresas e *lobbys*. Neste documentário é-nos dada a visão de um artista que não quer ser conhecido e que pretende que a sua arte continue a ser livre.

Figura 32



Capa do Documentário/Filme "Exit Through the Gift Shop", 2010 ,
< <http://www.imdb.com/media/rm1035839744/tt1587707> - 11/08/2013 >

5.2.2. InsideOutProject

O *InsideOut Project* é um projecto criado pelo artista francês "JR", que visa a intervenção de artistas em países do terceiro Mundo com o intuito de, através da arte, ganharem visibilidade e melhorarem a sua qualidade de vida. Procura também ser um contributo para a cultura artística desses países. Já conta com intervenções no Continente Africano e na América do Sul. Este projecto também esteve presente em Portugal, na Avenida da Índia em Lisboa, com o tema *Positive Thinking*.

5.2.3. 1UP CREW

Os 1UP CREW são um grupo de artistas ligados ao graffiti com a sua sede em Berlim. São financiados por marcas e entidades como a Nike e Governo Alemão e viajam por todo o mundo, pintando e deixando a sua marca. Podemos dizer que ainda se regem pela essência do graffiti e do vandalismo. Recentemente tiveram uma passagem por Portugal⁶⁷, Lisboa, onde deixaram bem visíveis as marcas da sua passagem, no metropolitano, em prédios e comboios, acompanhados por *crews* e *writers* nacionais.

⁶⁷ <https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=suGXHXKuhGw - 15/10/2013>

6

Considerações Finais

6.Considerações Finais

Desde muito cedo que me interessei pela cultura hip-hop e pelas suas formas de expressão. Antes de pensar em Design, já passava algum tempo a rabiscar letras em cadernos e a imaginar como ficariam nas paredes, e a ler livros e revistas sobre o tema. Ao entrar no ensino superior, com a aquisição de conhecimentos interdisciplinares nas áreas da História da arte e do design , antropologia , filosofia e semiótica, entre outros, comecei eu próprio a chegar a conclusões sobre o que tinha vivido e conhecido. Foi ao estudar a arte contemporânea e os seus movimentos que concluí que podíamos estar perante mais um movimento artístico e não apenas uma vertente da arte contemporânea. Este movimento não só tem associado a ele a sua própria expressão artística como também uma forma de pensar e agir perante a sociedade. Como referido no início da dissertação, as sociedades sempre passaram por vários movimentos ao longo da sua história que influenciaram a sua forma de estar e de pensar relativamente àquilo que as rodeia. Actualmente assistimos à ascensão de um novo movimento - o Hip-Hop - criado pelas subculturas e por aqueles que vivem nos bairros periféricos das cidades.

Estas subculturas que, por regra, tiveram um acesso limitado à educação e a cultura, conseguiram contagiar pessoas com uma melhor formação académica, acabando por criar um movimento que ganhou expressão em todos os campos artísticos, desde a pintura, à música, à dança e ou ao Design.

A referência a movimentos de vanguarda , em especial , como o construtivismo Russo ou o Dadaísmo com destaque para as práticas de Marcel Duchamp , criador cuja obra atravessa o Cubismo , o Dada , o Futurismo e o surrealismo, mantendo-se , simultaneamente independente foi fundamental para compreender a “morte” das divisões passadistas das artes, mas também o grande impulsionador de novas formas de pensar e agir relativamente à cultura. A defesa da liberdade artística e o fim da ideia de que

a arte só tinha valor se cumprisse certas regras deram espaço a novas aventuras artísticas.

Muitos destes artistas conseguem de facto suscitar mais facilmente emoções no cidadão comum, devido ao facto de passarem uma mensagem de forma rápida, eficiente, clara, sem grande complexidade e principalmente num espaço público e de livre acesso, sendo essa a grande mais valia desta forma de arte.

O graffiti acaba por ser um meio para atingir um fim, neste caso a Arte Urbana. Já não se trata de espalhar o nome ou de fazer uma marca territorial, mas sim de passar uma mensagem e ter um papel activo. Aqueles que conseguem entendê-la e usá-la podem ser bem sucedidos e marcar uma posição forte na sociedade, como uma voz que suscita o debate público e a troca de ideias. É importante referir que as próprias marcas também começaram a adoptar esta linguagem, criando novas campanhas e formas de fazer marketing e levando, em última análise, a que a própria arte urbana perca a sua essência, como alguns artistas defendem, já que, a partir do momento em que arte urbana entra nos museus e é comercializada, deixa de ser arte urbana e passa assim a ser conotada com a arte contemporânea.

A ideia de escrever esta dissertação surgiu quando, num curto espaço de tempo, assisti ao documentário de “Banksy” *Exit Through the Gift Shop* e ao vídeo do fotógrafo “JR” nas conferências TedX sobre os seus projectos internacionais, e constatei o impacto que ambos tiveram na opinião pública internacional.

Ao concluir os meus estudos e, tendo em vista a obtenção do grau de mestre, decidi abordar o assunto que me desperta mais interesse e sobre o qual tenho mais conhecimentos dentro do mundo da cultura e do Design, não só pela sua ascensão, como também pelo facto de ter estado presente na minha vida desde muito cedo. Embora seja um tema que ainda suscita muitas questões, dúvidas e revoltas, é impossível ignorar o seu desenvolvimentos e impacto nas novas gerações, sendo quase certo que a sua expansão veio para ficar. Não pretendo falar apenas sobre aquilo que defendo, mas sobretudo mostrar que no meio de uma gigantesca mudança comportamental das sociedades, tanto a nível cultural como social, ainda

existe espaço para o aparecimento de novas expressões artísticas, que devem ser valorizadas.

O percurso que tive de fazer para conseguir transpor as minhas ideias para esta dissertação não foi de todo fácil. A informação relativamente a este tema em ensaios é ainda muito reduzida, em grande parte devido ao factor Internet, pois muita da informação existente é publicada em sites, jornais e blogs, não chegando a atingir o formato de livro.

É importante que se estude esta forma de arte e os comportamentos a ela associados e se enalteçam os que a praticam de uma forma exemplar e o impacto que tem nas sociedades.

Em Portugal temos um leque de artistas que são reconhecidos internacionalmente mas que têm pouca visibilidade em território nacional. É importante valorizar o talento que temos e usufruir dele.

Acredito que esta dissertação é uma pequena ponta do icebergue que este movimento representa, mas estou certo de que, à medida que os anos forem passando, artistas irão surgindo, mais livros serão publicados e um maior interesse esta cultura e movimento despertarão. Proponho uma atitude de escutar os outros, aqui entendida como estando em sintonia com a noção de *enlightened listening*⁶⁸ criada pelo filósofo David Michael Levin, a qual diz respeito a um sentido de escutar recíproco, tanto da parte do ser, como da parte do outro, promovendo a partilha de entendimentos mútuos. Nas palavras de Levi “A cultura de ouvir é imperativa se a nossa sociedade ultrapassar o seu sistema tradicional de dominação. (...) o nosso escutar tem de aprender a ser receptivo, responsável e preocupado. O nosso escutar tem de voltar à mistura do ser com o outro, sujeito e objecto, porque é aí que as raízes da comunicação se desenvolvem.”⁶⁹

⁶⁸ Levin, David Michael (1989). *The Listening-Self: Personal Growth, Social Change and the Closure of Metaphysics*. Minnesota: Routledge, p. 223.

⁶⁹ «This cultivation [of listening] is imperative if our society is to overcome its traditional system of domination. (...) our listening needs to return to the intertwining of self and other, subject and object, for it is there that the roots of communicativeness take hold and thrive.» IDEM, p. 222-223.

7

Bibliografia

7. Bibliografia

Monografias

Augé, Marc , *Não-lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade*. Lisboa: 90º, D.L.(2006)

Rowell, Margit , "Tatlin: Form/Faktura", *October*, Vol. 7 (Winter) (1978)

Fredrickson, Laurel , "Vision and material practice: Vladimir Tatlin and the design of Everyday Objects. *Design Issues*, Vol. 15, No 1 (Primavera) (1999)

Hal Foster, Rosalind Krauss, Yve-Alain Bois & Benjamin H. D. Buchloh , *Art Since 1900: Modernism, Antimodernism, Postmodernism*. London: Thames & Hudson Ltd. (2004)

Cf. Gough, Maria , *The Artist as Producer*. Berkeley, London, Los Angeles: University of California Press(2005)

Lodder, Christina , "The Transition to Constructivism". *The Great Utopia: The Russian and Soviet Avant-Garde, 1915-1932*. Nova Iorque: Guggenheim Museum (1992)

Rosenthal, Mark , *Understanding Installation Art – From Duchamp to Holzer (2003)*

Cf. Bishop, Claire , *Installation Art. A Critical History*. London: Tate Publishing (2005)

Cf. Lacy, Suzanne . *Mapping the Terrain. New Genre Public Art*. Washington: Bay Press (1995)

Bach, Penny , *New Land Marks – Public Art, Community and the Meaning of Place*. Washington: Editions Ariel (2001)

Levin, David Michael , *The Listening-Self: Personal Growth, Social Change and the Closure of Metaphysics*. Minnesota: Routledge (1989)

El Lissitzky (1922) *apud* Gough, Maria (2005). *The Artist as Producer*. Berkeley, London, Los Angeles: University of California Press

Ellsworth-Jones , Will ,Banksy: The Man Behind the Wall, St. Martin's Press; Reissue edition (February 12, 2013)

SCHWARTZMAN, Allan, *Street Art*, Doubleday; First Edition edition (September 1985)

LEWISOHN, Cedar, *Street Art: The Graffiti Revolution*, Abrams; 1 edição (September 1, 2008)

GANZ, Nicholas, *Graffiti World : Street Art from Five Continents*, Abrams; (September 1, 2009)

EDLIN, Jay, *Graffiti 365*, Nova Iorque, Abrams (October 1, 2011)

SCHLOSS ,Joseph G., *Foundation: B-boys, B-girls and Hip-Hop Culture in New York*, Oxford University Press, (2009)

Ellsworth-Jones, Will, *Banksy: The Man Behind the Wall* , St. Martin's Press; Reissue edition (February 12, 2013)

Banksy ,*Wall and piece*, Century, London (2006)

Campos, R , *Porque pintamos a cidade? – uma abordagem etnográfica do graffiti urbano*, Fim de Século – Edições, Lisboa.(2010)

Delicioso , Inês , *O Design de Comunicação e o Graffiti como meios cúmplices na personalização do espaço público* - Universidade Técnica de Lisboa - Faculdade de Arquitectura , Lisboa , (2010)

Sitografia

Zulu Nation. (s.d.). Obtido em 15 de Janeiro de 2013, de Universal Zulu Nation: www.zulunation.com/

"Inside Out Lx" pensamento positivo nas paredes de Lisboa. (12 de Janeiro de 2012). Obtido em 10 de Dezembro de 2013, de Publico: <http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/1956/quotinside-out-lxquot-pensamento-positivo-nas-paredes-de-lisboa>

About Space Invader - Artist Biography. (s.d.). Obtido em 24 de Fevereiro de 2013, de Stencil Revolution: www.stencilrevolution.com/profiles/space-invader/

Fairey, S. (s.d.). *Manifesto*. Obtido em 6 de Maio de 2013, de Obey: www.obeygiant.com/about

Festival de Arte Urbana S.Miguel. (s.d.). Obtido em 6 de Agosto de 2013, de Walk & Talk Azores: walktalkazores.org/

Galeria de Arte Urbana GAU. (s.d.). Obtido em 24 de Fevereiro de 2013, de Galeria Urbana: www.galeriaurbana.com.pt

Gonçalo Mar. (s.d.). Obtido em 13 de Junho de 2013, de Influx Contemporary Art: influxcontemporaryart.com/goncalo-mar.htm

JR. (s.d.). Obtido em 6 de Agosto de 2013, de JR Art: www.jr-art.net/jr

Nomen. (s.d.). Obtido em 3 de Maio de 2013, de Nomen, Conceptional Graffiti Artist: www.nomen1.com

Meet Vhils the artist behind the face. (s.d.). Obtido em 24 de Fevereiro de 2013, de Urban Outfitters: www.urbanoutfitters.co.uk/projects/meet-vhils-the-artist-behind-the-face/page/meet-vhils/

Odeith Graffiti Rider. (s.d.). Obtido em 8 de Dezembro de 2012, de Odeith: www.odeith.com

Pariz One. (s.d.). Obtido em 6 de Maio de 2013, de Pariz One: Pariz-one.com

Simon, S. (2001). *RollingStone*. Obtido em 15 de Janeiro de 2013, de Africa Bambaataa: www.rollingstone.com/music/artists/afrika-bambaataa/biography (15/01/2013)

Ralston, A. C. (s.d.). *Biografia Os Gemeos*. Obtido em 6 de Maio de 2013, de Os Gemeos: www.osgemeos.com.br/biografia (06/05/2013)

Redefining Street Art. (s.d.). Obtido em 20 de Novembro de 2012, de TheRamiro: <http://www.theramiro.com/>

8

Anexos

8.Anexos

Quinze mandamentos da Zulu Nation

1. *Belief in the Abrahamic God*
2. *Belief in the validity of the Bible (Old and New), Qur'an and in the scriptures of all the Prophets of God.*
3. *Belief that the scriptures have been tampered with*
4. *Belief that history textbooks and other educational materials have been negatively influenced by white-supremacist doctrines*
5. *"We believe in truth whatever it is. If the truth or idea you bring us is backed by facts, then we as Amazulu bear witness to this truth. Truth is truth."*
6. *Belief that religion should not make adherents into a slave or zombie but should instead make them a fighter for freedom, justice, and equality for all human beings.*
7. *Belief that racism is attempting to destroy civilization.*
8. *Belief that humanity must stop destroying the environment.*
9. *"We believe in the mental resurrection of the dead. There are many of the Human race who are blind, deaf, and dumb to the knowledge of self and others, and we feel the ones who know should teach."*
10. *Belief that mathematics is the foundation of all reality.*
11. *"We believe in the seen and what is to be known of the unseen. We believe in the power of the mind, and that knowledge is as infinite as God himself."*
12. *Belief in equal justice for all.*
13. *Belief in peace unless provoked.*
14. *"We believe in power, education in truth, freedom, justice, equality, work for the people, and the up-liftment of the people."*
15. *"The Universal Zulu Nation stands for knowledge, wisdom, understanding, freedom, justice, equality, peace, unity, love, respect, work, fun, overcoming the negative, economics, mathematics, science, life, truth facts, faith, and the oneness of God." .*
<<http://www.zulunation.com/> - 15/01/2013>

The Hip-Hop Declaration Of Peace

First Principle

Hiphop (Hip´Hop) is a term that describes our independent collective consciousness. Ever growing, it is commonly expressed through such elements as Breakin, Emceein, Graffiti Art, Deejayin, Beatboxin, Street Fashion, Street Language, Street Knowledge and Street Entrepreneurialism. Wherever and whenever these and future elements and expressions of Hiphop Kulture manifest; this Hiphop Declaration of Peace shall advise the use and interpretation of such elements, expressions and lifestyle.

Second Principle

Hiphop Kulture respects the dignity and sanctity of life without discrimination or prejudice. Hiphoppas shall thoroughly consider the protection and the development of life, over and before the individual decision to destroy or seek to alter its natural development.

Third Principle

Hiphop Kulture respects the Laws and agreements of its culture, its country, its institutions and whomever it does business with. Hiphop does not irresponsibly break Laws and commitments.

Fourth Principle

Hiphop is a term that describes our independent collective consciousness. As a conscious way of life, we acknowledge our influence on society, especially on children; and we shall forever keep the rights and welfare of both in mind. Hiphop Kulture encourages womanhood, manhood, sisterhood, brotherhood, childhood and family. We are conscious not to bring any intentional disrespect that jeopardizes the dignity and reputation of our children, elders and ancestors.

Fifth Principle

The ability to define, defend and educate ourselves is encouraged, developed, preserved, protected and promoted as a means toward peace and prosperity, and toward the protection and the development of our self-worth. Through knowledge of purpose and the development of our natural and learned skills, Hiphoppas are encouraged to always present their best work and ideas.

Sixth Principle

Hiphop Kulture honors no relationship, person, event, act or otherwise wherein the preservation and further development of Hiphop's culture, principles and elements are not considered or respected. Hiphop Kulture does not participate in activities that clearly destroy or alter its ability to productively and peacefully exist. Hiphoppas are encouraged to initiate and participate in fair trade and honesty in all negotiations and transactions.

Seventh Principle

The essence of Hiphop is beyond entertainment: The elements of Hiphop Kulture may be traded for money, honor, power, respect, food, shelter, information and other resources; however, Hiphop and its culture cannot be bought, nor is it for sale. It (Hiphop) cannot be transferred or exchanged by or to anyone for any compensation at any time or at any place. Hiphop is not a product. Hiphop is the priceless principle of our self-empowerment.

Eighth Principle

Companies, corporations, non and not-for-profit organizations, as well as individuals and groups that are clearly benefiting from the use, interpretation and/or exploitation of the term Hiphop, (i.e. Hip Hop, hip-hop,) and the expressions and terminologies of Hiphop, (i.e. Hip Hop, hip-hop,) are encouraged to commission and/or employ a full-time or part-time certified Hiphop Kultural Specialist to interpret and answer sensitive cultural questions regarding the principles and proper presentations of Hiphop's elements and culture; relative to businesses, individuals, organizations, communities, cities, as well as other countries.

Ninth Principle

May 3 is Rap Music Day. Hiphoppas are encouraged to dedicate their own time and talent to self-development and for service to their communities. Every third week in May is Hiphop Appreciation Week. During this time, Hiphoppas are encouraged to honor their ancestors, reflect upon their cultural contributions and appreciate the elements and principles of Hiphop Kulture. November is Hiphop History Month. During this time Hiphoppas are encouraged to participate in the creating, learning and honoring of Hiphop's history and historical cultural contributors.

Tenth Principle

Hiphoppas are encouraged to build meaningful and lasting relationships that rest upon Love, trust, equality and respect. Hiphoppas are encouraged not to cheat, abuse, or deceive their friends.

Eleventh Principle

The Hiphop community exists as an international culture of consciousness that provides all races, tribes, religions and styles of people a foundation for the communication of their best ideas and works. Hiphop Kulture is united as one multi-skilled, multi-cultural, multi-faith, multi-racial people committed to the establishment and the development of peace.

Twelfth Principle

Hiphop Kulture does not intentionally or voluntarily participate in any form of hate, deceit, prejudice or theft at any time. At no time shall Hiphop Kulture engage in any violent war within itself. Those who intentionally violate the principles of this Declaration of Peace or intentionally reject its advice, forfeit by their own actions the protections set forth herein.

Thirteenth Principle

Hiphop Kulture rejects the immature impulse for unwarranted acts of violence and always seeks diplomatic, non-violent strategies in the settlement of all disputes. Hiphoppas are encouraged to consider forgiveness and understanding before any act of retaliation. War is reserved as a final solution when there is evidence that all other means of diplomatic negotiation have failed repeatedly.

Fourteenth Principle

Hiphoppas are encouraged to eliminate poverty, speak out against injustice and shape a more caring society and a more peaceful world. Hiphop Kulture supports a dialogue and action that heals divisions in society, addresses the legitimate concerns of humankind and advances the cause of peace.

Fifteenth Principle

Hiphoppas respect and learn from the ways of Nature, regardless of where we are on this planet. Hiphop Kulture holds sacred our duty to contribute to our own survival as independent, free-thinking beings in and throughout the Universe. This planet, commonly known as Earth is our nurturing parent and Hiphoppas are encouraged to respect Nature and all creations and inhabitants of Nature.

Sixteenth Principle

Hiphop's pioneers, legends, teachas, elders, and ancestors shall not be inaccurately quoted, misrepresented, or disrespected at anytime. No one should profess to be a Hiphop pioneer or legend unless they can prove with facts and/or witnesses their credibility and contributions to Hiphop Kulture.

Seventeenth Principle

Hiphoppas are encouraged to share resources. Hiphoppas should give as freely and as often as possible. It is the duty of every Hiphoppa to assist, whenever possible, in the relief of human suffering and in the correction of injustice. Hiphop is shown the highest respect when Hiphoppas respect each other. Hiphop Kulture is preserved, nurtured and developed when Hiphoppas preserve, nurture and develop one another.

Eighteenth Principle

Hiphop Kulture maintains a healthy, caring and wealthy, central Hiphop guild – fully aware and invested with the power to promote, teach, interpret, modify and defend the principles of this Hiphop Declaration of Peace.

<<http://www.zulunation.com/> -15/01/2013>

ANEXO III

Estágios Emprego – Garantia Jovem

O que é

Estágio remunerado, com duração de 12 meses, em todos os sectores de actividade, com vista melhorar a tua transição para o mercado de trabalho.

Para quem

Podes fazer um destes estágios se tens entre 18 e 29 anos e se nunca fizeste um outro estágio apoiado pelo Estado.
Terás de estar inscrito no IEFP.

Como funciona

As candidaturas são feitas pelas empresas, associações, instituições sociais, autarquias, empresas do setor empresarial do estado, hospitais EPE, que são as entidades onde podes fazer estes estágios.

Estas entidades podem identificar na candidatura quais os jovens com quem pretendem colaborar ou solicitar a indicação de um estagiário que será selecionado de entre os jovens inscritos no IEFP.

Caso encontres uma oportunidade de estágio refere à entidade que estás qualificado a participar. Se te identificarem na candidatura é positivo, pois é sinal que foste proactivo em relação ao mercado de trabalho.

Para além disto, os estágios também permitem o acesso a profissões regulamentadas pelas Ordens Profissionais.

Quais são os teus apoios

- Bolsa mensal de estágio:
 - 691,71€ para o estagiário com qualificação de nível 6, a 8 do QNQ*
 - 586,91€ para o estagiário com qualificação de nível 5 do QNQ
 - 544,99€ para o estagiário com qualificação de nível 4 do QNQ
 - 503,06€ para o estagiário com qualificação de nível 3 do QNQ
 - 419,22€ para os restantes casos
- Subsídio de alimentação
- Seguro de acidentes de trabalho
- Despesas de transporte, dos estagiários com deficiência e incapacidade

*consulta aqui o [Quadro Nacional Qualificações](#)

Vantagens das entidades

- Participação na bolsa do estágio
- Participação do subsídio de alimentação, e prémio de seguro
- Participação ainda, de despesas de transporte, dos estagiários com deficiência e incapacidade

Candidatura

As candidaturas deverão ser efectuadas pelas entidades promotoras acima referidas [aqui](#) e podem identificar-te na candidatura, caso reúnas os requisitos. Se a empresa com quem falares quiser saber mais, clica [aqui](#).

Mais informação

Mais informação e regulamento do programa [aqui](#).

In: <http://www.garantiajovem.pt/estagios>

1. **Entidade registada:**
o registo da sua entidade no Portal IEFP NETEMPREGO, é essencial para efectuar a sua candidatura.
2. **Os dados solicitados:**
no formulário de candidatura deverão constar os dados solicitados, de acordo com a respectiva estrutura e com as orientações indicadas. Neste sentido, o formulário foi concebido de forma a minimizar os documentos a entregar na formalização da candidatura, sendo presumidas como verdadeiras as informações prestadas pela entidade promotora.
3. **Preenchimento automático:**
O formulário surge com os campos referentes aos dados da entidade preenchidos. Caso necessite alguma alteração pode alterar os seus dados [aqui](#). Após a sua conclusão e se não forem assinalados erros, está em condições de ser enviado através de INTERNET.
4. **Validar os dados:**
após a inserção da informação nos diferentes quadros deve proceder à sua validação (pode fazê-lo página a página ou optar pelas validações globais) através da opção "Validar" disponível na barra de menus na opção "Funções". Esta validação pode ser feita em qualquer altura da inserção.
5. **Candidatura pronta:**
uma candidatura só estará em condições de ser enviada quando não existir nenhum erro reportado no painel de erros.
6. **Enviar candidatura:**
o envio pela Internet faz-se através da opção "SUBMETER" disponível na barra de menus na opção "Funções".
7. **Mensagem de sucesso:**
no fim da sessão de envio da candidatura pela Internet, irá aparecer uma mensagem que indica se os dados foram ou não submetidos com sucesso. Posteriormente, poderá consultar, na Listagem das candidaturas submetidas, a informação sobre o Estado do(s) Processo(s).
8. **Dúvidas:**
se persistirem dúvidas, contacte-nos via Centro de Contacto através do n.º 808 200 670 ou através da página Contacte-nos, disponível no portal do IEFP.
In <http://www.netemprego.gov.pt/IEFP/eForms/instrucoes.jsp>

Estágios Emprego

EM QUE CONSISTE

Estágios com a duração de 12 meses, não prorrogáveis.

Notas:

(i) Considera-se estágio o desenvolvimento de uma experiência prática em contexto de trabalho, que não pode consistir na ocupação de posto de trabalho.

(ii) Não são abrangidos por esta Medida os estágios curriculares de quaisquer cursos ou estágios cujo plano requeira perfil de formação e competências nas áreas da medicina e da enfermagem.

OBJETIVOS

- Complementar e desenvolver as competências dos jovens que procuram um primeiro ou um novo emprego, de forma a melhorar o seu perfil de empregabilidade
- Promover a integração profissional de desempregados em situação mais desprotegida
- Apoiar a transição entre o sistema de qualificações e o mercado de trabalho
- Promover o conhecimento sobre novas formações e competências junto das empresas e promover a criação de emprego em novas áreas
- Apoiar a melhoria das qualificações e a reconversão da estrutura produtiva

DESTINATÁRIOS

Desempregados inscritos nos serviços de emprego e que se encontrem numa das seguintes condições:

- Jovens com idade entre os 18 e os 30 anos, inclusive, e com uma qualificação de nível 2, 3, 4, 5, 6, 7 ou 8 do Quadro Nacional de Qualificações (QNQ)
- Com idade superior a 30 anos, desde que tenham obtido há menos de três anos uma qualificação de nível 2 ou superior, estejam à procura de novo emprego e não tenham registos de remunerações na segurança social nos 12 meses anteriores à entrada da candidatura
- Pessoas com deficiência e incapacidade
- Integrem família monoparental ou cujos cônjuges ou pessoas com quem vivam em união de facto se encontrem igualmente desempregados, inscritos nos serviços de emprego
- Vítimas de violência doméstica

Notas:

(i) Até 31 de dezembro de 2014 e no caso de estágios que se enquadrem nas áreas no âmbito da Agricultura, são, ainda, destinatários da medida os jovens entre os 31 e os 35 anos, inclusive, inscritos como desempregados nos serviços de emprego e detentores de uma qualificação de nível 2 ou superior.

(ii) São equiparadas a desempregados, as pessoas inscritas nos serviços de emprego como trabalhadores com contrato de trabalho suspenso com fundamento no não pagamento pontual da retribuição.

(iii) Os destinatários que tenham frequentado um estágio profissional financiado por fundos públicos só podem frequentar um novo estágio ao abrigo desta medida - Estágios Emprego - caso tenham, após o início do anterior estágio, obtido um novo nível de qualificação nos termos do QNQ ou uma qualificação em área de formação diferente e o novo estágio seja nessa área.

ENTIDADES PROMOTORAS

- Pessoas singulares ou coletivas, de direito privado, com ou sem fins lucrativos
- Autarquias locais, comunidades intermunicipais e áreas metropolitanas
- Entidades que integram o setor empresarial do Estado ou o setor empresarial local

APOIOS

Para os estagiários

- Bolsa de estágio, cujo valor é o seguinte:
 - 1 IAS* – para estagiários com qualificação de nível 2 ou inferior
 - 1,2 IAS – para estagiários com qualificação de nível 3
 - 1,3 IAS – para estagiários com qualificação de nível 4
 - 1,4 IAS – para estagiários com qualificação de nível 5
 - 1,65 IAS – para estagiários com qualificação de nível 6, 7 ou 8
- Refeição ou subsídio de alimentação
- Seguro de acidentes de trabalho

Nota: O estagiário com deficiência e incapacidade das quais decorram dificuldades de mobilidade, caso a entidade não assegure o transporte entre a residência habitual e o local de estágio, tem direito ao pagamento das despesas de transporte ou a subsídio de transporte

* Valor do IAS em 2014: € 419,22

Para as entidades promotoras

A partir de 31 de janeiro de 2014, a comparticipação financeira do IEFP, IP é baseada na modalidade de **custos unitários**, por mês e por estágio, nos seguintes termos:

Estagiários		
Apoios	Financiamento a 100% (nos termos do n.º 1 do artigo 15.º da Portaria n.º 204-B/2013, de 18 de junho, na sua redação atual)	Financiamento a 80% (nos termos do n.º 2 do artigo 15.º da Portaria n.º 204-B/2013, de 18 de junho, na sua redação atual)
Nível 2 ou inferior	522,00€	438,16€
Nível 3	605,84€	505,23€
Nível 4	647,77€	538,77€
Nível 5	689,69€	572,31€
Nível 6, 7 e 8	794,49€	656,15€
Estagiários com deficiência e incapacidade		
Apoios	Financiamento a 100% (nos termos do n.º 1 do artigo 15.º da Portaria n.º 204-B/2013, de 18 de junho, na sua redação atual)	Financiamento a 80% (nos termos do n.º 2 do artigo 15.º da Portaria n.º 204-B/2013, de 18 de junho, na sua redação atual)
Nível 2 ou inferior	563,92€	522,00€
Nível 3	647,76€	597,45€
Nível 4	689,69€	635,19€
Nível 5	731,61€	672,92€
Nível 6, 7 e 8	836,41€	767,24€

Os valores unitários acima identificados integram a comparticipação do IEFP, IP nos seguintes encargos:

- Subsídio de alimentação, no valor fixado para os trabalhadores que exercem funções públicas: 4,27€/dia
- Prémio do seguro de acidentes de trabalho, até 1,3 x IAS x 2,535%
- Despesas de transporte de estagiário com deficiência e incapacidade e dificuldades de mobilidade
- Bolsa de estágio

A comparticipação na bolsa de estágio obedece ao disposto na legislação, nos seguintes termos:

	100%	80%
Até 31 de dezembro de 2014	<p>Relativamente ao 1.º estagiário no caso das seguintes entidades*:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Pessoa singular ou coletiva de natureza privada, com ou sem fins lucrativos, até 10 trabalhadores, inclusive · Autarquias locais · Comunidades intermunicipais · Áreas metropolitanas <p>*Se não tiverem sido financiadas a 100% por fundos públicos noutra estágio</p>	<p>Todas as outras situações</p> <p><i>*No caso de estagiário com deficiência e incapacidade, a comparticipação na bolsa é de 90%</i></p>
	<p>Relativamente aos 10 primeiros estagiários quando os estágios se enquadrem no repertório de atividades artesanais (Programa Património Ativo)</p>	
	<p>Todos os estagiários integrados em estágios promovidos por:</p> <ul style="list-style-type: none"> · IPSS ou reconhecidas pela DGSS e entidades equiparadas a IPSS · Associações Mutualistas · Estabelecimentos de apoio social 	
A partir de 1 de janeiro de 2015	<p>Todas as entidades passam a ter uma comparticipação de 80% na bolsa de estágio</p> <p><i>*No caso de estagiário com deficiência e incapacidade, a comparticipação na bolsa é de 90%</i></p>	
Exceção	<p>100% relativamente a todos os estagiários integrados em estágios promovidos por Hospitais, E.P.E</p>	

Artigo 15.º

Entrada em vigor

A presente portaria entra em vigor 30 dias após a sua publicação.

O Ministro da Economia e do Emprego, *Álvaro Santos Pereira*, em 17 de junho de 2013.

Portaria n.º 204-B/2013

de 18 de junho

Pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 36/2013, de 4 de junho, que altera a Resolução do Conselho de Ministros n.º 51-A/2012, de 14 de junho, procedeu o Governo à reformulação do Plano Estratégico de Iniciativas de Promoção de Empregabilidade Jovem de Apoio às Pequenas e Médias Empresas - «Impulso Jovem» que passa a designar-se Plano Estratégico de Iniciativas de Promoção da Empregabilidade Jovem - «Impulso Jovem», com o objetivo de introduzir ajustamentos aos instrumentos de apoio disponibilizados, ao abrigo do mesmo Plano, conferindo-lhes maior racionalidade e simplificação, para que consubstanciem respostas adequadas e dotadas de maiores eficiência, eficácia e dinâmica no combate ao desemprego jovem.

No âmbito da mesma Resolução do Conselho de Ministros, procedeu-se à harmonização e à agregação dos instrumentos privilegiados de apoio do Impulso Jovem, com a implementação de quatro eixos de intervenção consentâneos com os objetivos do Plano, a saber: Estágios Emprego; Apoios à Contratação; Formação Profissional e Empreendedorismo.

Assim, através da presente portaria procede-se à criação da medida Estágios Emprego que visa integrar os jovens desempregados em entidades com ou sem fins lucrativos, de direito privado ou público, com o objetivo de, através de experiência prática em contexto laboral, melhorar o respetivo perfil de empregabilidade e promover a respetiva inserção profissional.

Com o intuito de concretizar a harmonização e a agregação das medidas ativas de emprego e de formação profissional destinadas aos jovens desempregados, a medida Estágios Emprego sucede às medidas Passaporte Emprego, criadas pela Portaria n.º 225-A/2012, de 31 de julho, alterada pela Portaria n.º 65-B/2013, de 13 de fevereiro, ao Programa de Estágios Profissionais, criado pela Portaria n.º 92/2011, de 28 de fevereiro, alterada pelas Portarias n.ºs 309/2012, de 9 de outubro, 3-B/2013, de 4 de janeiro e 120/2013, de 26 de março, e aos Estágios Património, criados pela Portaria n.º 33/2013, de 29 de janeiro.

Com a medida Estágios Emprego procede-se ao alargamento do âmbito dos destinatários da mesma e das entidades promotoras.

Com efeito, no que tange os destinatários dos Estágios Emprego, esta medida passa a abranger os jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos inclusive, abrangendo igualmente pessoas com mais de 30 anos, verificados os requisitos previstos na presente portaria. No que respeita às entidades promotoras, passam a poder candidatar-se aos Estágios Emprego as pessoas singulares ou coletivas de direito privado, com ou sem fins lucrativos, as autarquias locais, as comunidades intermunicipais e as áreas metropolitanas, bem como as entidades que integram o setor empresarial do Estado ou o setor empresarial local.

Foram ouvidos os parceiros sociais com assento na Comissão Permanente de Concertação Social.

Assim:

Ao abrigo do disposto na alínea h) do artigo 2.º, na alínea d) do n.º 1 do artigo 3.º, na alínea d) do artigo 12.º e no n.º 1 do artigo 17.º do Decreto-Lei n.º 132/99, de 21 de abril, manda o Governo, pelo Ministro da Economia e do Emprego, o seguinte:

Artigo 1.º

Objeto

1 - A presente portaria cria a medida Estágios Emprego, doravante designada por Medida.

2 - Para efeitos da presente portaria, entende-se por estágio o desenvolvimento de uma experiência prática em contexto de trabalho com o objetivo de promover a inserção de jovens no mercado de trabalho ou a reconversão profissional de desempregados, não podendo consistir na ocupação de postos de trabalho.

3 - Não são abrangidos pela presente portaria os estágios curriculares de quaisquer cursos.

4 - Não são igualmente abrangidos pela presente portaria os estágios cujo plano requeira perfil de formação e competências nas áreas da medicina e da enfermagem.

Artigo 2.º

Objetivos

A Medida tem como objetivos, nomeadamente:

a) Complementar e desenvolver as competências dos jovens que procuram um primeiro ou um novo emprego, de forma a melhorar o seu perfil de empregabilidade;

b) Promover a integração profissional de desempregados em situação mais desprotegida;

c) Apoiar a transição entre o sistema de qualificações e o mercado de trabalho;

d) Promover o conhecimento sobre novas formações e competências junto das empresas e promover a criação de emprego em novas áreas;

e) Apoiar a melhoria das qualificações e a reconversão da estrutura produtiva.

Artigo 3.º

Destinatários

1 - São destinatários da Medida os jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos, inclusive, inscritos como desempregados no Instituto do Emprego e da Formação Profissional, I.P. (IEFP) e detentores de uma qualificação de nível 2, 3, 4, 5, 6, 7 ou 8 do Quadro Nacional de Qualificações (QNQ), nos termos da Portaria n.º 782/2009, de 23 de julho.

2 - No caso de pessoas com deficiência e ou incapacidade não se aplica o limite de idade estabelecido no número anterior.

3 - São, ainda, destinatários da Medida aqueles que estejam inscritos como desempregados à procura de novo emprego no IEFP, com idade superior a 30 anos, desde que tenham obtido há menos de três anos uma qualificação de nível 2, 3, 4, 5, 6, 7 ou 8 do QNQ e não tenham registos de remunerações na segurança social nos 12 meses anteriores à entrada da candidatura.

4 - Durante o período de vigência do Impulso Jovem e no caso de estágios que se enquadrem nas áreas identificadas

no anexo I da presente portaria, são ainda destinatários da Medida os jovens entre os 31 e os 35 anos, inclusive, inscritos como desempregados no IEFP e detentores de uma qualificação de nível 2, 3, 4, 5, 6, 7 ou 8 do QNQ.

5 - Não são abrangidos pela exigência de detenção de qualificação prevista nos n.ºs 1, 3 e 4:

- a) As pessoas com deficiência e incapacidade;
- b) Os desempregados que integrem família monoparental;
- c) Os desempregados cujos cônjuges ou pessoas com quem vivam em união de facto se encontrem igualmente desempregados, inscritos no IEFP.

6 - São equiparadas a desempregados, para efeitos da presente Medida, as pessoas inscritas no IEFP como trabalhadores com contrato de trabalho suspenso com fundamento no não pagamento pontual da retribuição.

7 - Os destinatários que tenham frequentado um estágio profissional financiado por fundos públicos só podem frequentar um novo estágio ao abrigo da presente portaria no caso de, após o início do anterior estágio, terem:

- a) Obtido um novo nível de qualificação nos termos do QNQ;
- b) Obtida uma qualificação em área diferente e o novo estágio seja nessa área.

8 - Não é abrangida pela alínea a) do número anterior a obtenção de novo nível de qualificação que resulte da situação prevista no n.º 2 do artigo 10.º.

9 - Os níveis do QNQ constam do anexo II da presente portaria.

10 - A entidade promotora fica impedida de selecionar destinatários com quem tenha estabelecido, nos 12 meses que precedem a data de apresentação da respetiva candidatura, uma relação de trabalho, de prestação de serviços ou de estágio de qualquer natureza, exceto estágios curriculares ou obrigatórios para acesso a profissão.

11 - As condições de elegibilidade dos destinatários são aferidas à data da seleção pelo IEFP, sem prejuízo do disposto no número seguinte.

12 - Consideram-se ainda elegíveis os destinatários identificados pela entidade promotora que reúnam condições à data da apresentação da candidatura, salvo se a não elegibilidade, na data referida no número anterior, decorrer de incumprimento imputável ao destinatário.

Artigo 4.º

Entidade promotora

1 - Podem candidatar-se à Medida:

- a) Pessoas singulares ou coletivas de natureza privada, com ou sem fins lucrativos;
- b) As autarquias locais, comunidades intermunicipais e áreas metropolitanas;
- c) Entidades que integram o setor empresarial do Estado ou o setor empresarial local.

2 - Podem, ainda, candidatar-se à presente Medida as empresas que iniciaram processo especial de revitalização, previsto no Código da Insolvência e da Recuperação de Empresas (CIRE), aprovado pelo Decreto-Lei n.º 53/2004, de 18 de março, e alterado pelos Decretos-Leis n.ºs 200/2004, de 18 de agosto, 76-A/2006, de 29 de março, 282/2007, de 7 de agosto, 116/2008, de 4 de julho, e 185/2009, de 12

de agosto, e pela Lei n.º 16/2012, de 20 de abril, devendo entregar ao IEFP cópia certificada da decisão a que se refere a alínea a) do n.º 3 do artigo 17.º-C do CIRE.

3 - Podem também candidatar-se aos apoios da presente Medida as empresas que iniciaram o processo no Sistema de Recuperação de Empresas por Via Extrajudicial, criado pelo Decreto-Lei n.º 178/2012, de 3 de agosto, devendo entregar ao IEFP cópia certificada do despacho a que se refere a alínea c) do n.º 1 do artigo 6.º do referido diploma.

Artigo 5.º

Requisitos gerais da entidade promotora

1 - A entidade promotora deve reunir os seguintes requisitos:

- a) Estar regularmente constituída e registada;
- b) Preencher os requisitos legais exigidos para o exercício da atividade ou apresentar comprovativo de ter iniciado o processo aplicável;
- c) Ter a situação contributiva regularizada perante a administração fiscal e a segurança social;
- d) Não se encontrar em situação de incumprimento no que respeita a apoios financeiros concedidos pelo IEFP;
- e) Ter a situação regularizada em matéria de restituições no âmbito do financiamento pelo Fundo Social Europeu;
- f) Dispor de contabilidade organizada de acordo com o previsto na lei, quando aplicável.

2 - A observância dos requisitos previstos no número anterior é exigida no momento da apresentação da candidatura e durante o período de duração do apoio financeiro.

Artigo 6.º

Candidatura

1 - A candidatura deve ser apresentada pela entidade promotora no portal eletrónico do IEFP www.netemprego.gov.pt.

2 - O estagiário pode ser identificado na candidatura ou ser posteriormente selecionado pelo IEFP de acordo com o perfil indicado pela entidade promotora na respetiva candidatura.

3 - O IEFP decide a candidatura no prazo de 15 dias úteis, contados a partir da data da sua apresentação.

4 - A contagem do prazo referido no número anterior é suspensa nas situações em que sejam solicitados pelo IEFP elementos adicionais à instrução da candidatura, desde que os mesmos se revelem imprescindíveis para a decisão a proferir.

5 - Podem, apenas, ser aprovadas candidaturas até ao limite da dotação orçamental afeta à presente Medida.

Artigo 7.º

Contrato de estágio

1 - Previamente ao início do estágio é celebrado entre a entidade promotora e o estagiário um contrato de estágio, reduzido a escrito, conforme modelo definido em regulamento específico aprovado pelo IEFP.

2 - Sem prejuízo do disposto nos números seguintes, durante o decurso do estágio, é aplicável ao estagiário o regime da duração e horário de trabalho, dos descansos diário e semanal, dos feriados, das faltas e da segurança, higiene e saúde no trabalho aplicável à generalidade dos trabalhadores da entidade promotora.

3 - Mediante autorização do IEF, a entidade promotora pode suspender o estágio, adiando a data do termo do mesmo, quando ocorra uma das seguintes situações:

a) Por facto que lhe seja imputável, nomeadamente encerramento temporário do estabelecimento onde o mesmo se realiza, por período não superior a um mês;

b) Por facto imputável ao estagiário, em caso de doença ou licenças por parentalidade, durante um período não superior a seis meses.

4 - O contrato de estágio cessa por caducidade, por acordo das partes e por denúncia de alguma delas, conforme previsto nos números seguintes e nos termos e condições estabelecidos no mesmo contrato.

5 - A cessação do contrato por caducidade ocorre quando se verifique alguma das seguintes situações:

a) No termo do prazo correspondente ao seu período de duração;

b) Por impossibilidade superveniente, absoluta e definitiva, de o estagiário poder frequentar o estágio ou de a entidade promotora lho poder proporcionar;

c) No momento em que o estagiário atingir o número de cinco dias seguidos ou interpolados de faltas injustificadas;

d) No momento em que o estagiário, ainda que justificadamente, atinja o número de 15 dias de faltas seguidos ou interpolados, não relevando o período de suspensão do estágio previsto na alínea b) do n.º 3 deste artigo;

e) Decorrido o prazo de duração do estágio acrescido de seis meses, nele se incluindo os períodos de tempo de suspensão a que se refere o n.º 3 deste artigo.

Artigo 8.º

Orientador de estágio

1 - Todos os estágios devem ter um orientador de estágio, designado pela entidade promotora.

2 - Compete ao orientador de estágio, nomeadamente:

a) Realizar o acompanhamento técnico e pedagógico do estagiário, supervisionando o seu progresso face às atividades indicadas no plano individual de estágio;

b) Avaliar os resultados obtidos pelo estagiário no final do estágio.

3 - Cada orientador de estágio não deve ter mais de cinco estagiários sob sua orientação.

Artigo 9.º

Duração do estágio

O estágio tem a duração de 12 meses, não prorrogáveis, sem prejuízo do regime especial de projetos de interesse estratégico.

Artigo 10.º

Certificação

1 - No termo do estágio a entidade promotora deve entregar ao estagiário um certificado comprovativo de frequência e avaliação final, de acordo com modelo definido no regulamento específico aprovado pelo IEF.

2 - No caso dos destinatários que sejam detentores de qualificação de nível 3 do QNQ, a conclusão do estágio com avaliação final positiva dá lugar à obtenção do

nível 4 de qualificação do QNQ, nos termos da Portaria n.º 782/2009, de 23 de julho, o qual deve constar do certificado previsto no número anterior.

Artigo 11.º

Direitos do estagiário

1 - O estagiário tem direito a:

a) Bolsa de estágio mensal;

b) Refeição ou subsídio de alimentação;

c) Transporte ou subsídio de transporte no caso de pessoa com deficiência e incapacidade com problemas de mobilidade a apreciar pelo IEF;

d) Seguro de acidentes de trabalho.

2 - No caso de estágios com duração igual ou superior a 12 meses, o estagiário tem direito a um período de dispensa até 22 dias úteis, adiando a data de fim do estágio.

3 - O estagiário pode renunciar ao direito referido no número anterior, com exceção da suspensão prevista na alínea a) do n.º 3 do artigo 7.º.

4 - No caso de suspensão referido na alínea a) do n.º 3 do artigo 7.º, os dias de suspensão são contabilizados como dias de dispensa para efeitos do n.º 2.

5 - Nas situações de dispensa previstas no n.º 2 e nas situações de suspensão previstas no artigo 7.º não são devidos os apoios referidos nas alíneas a) a c) do n.º 1.

6 - O pagamento dos apoios previstos no presente artigo é da responsabilidade da entidade promotora.

Artigo 12.º

Bolsa de estágio

1 - Ao estagiário é concedida, mensalmente, em função do nível de qualificação de que é detentor, uma bolsa de estágio, cujo valor é o seguinte:

a) O valor correspondente ao indexante dos apoios sociais (IAS), para o estagiário com qualificação de nível 2 do QNQ;

b) 1,2 vezes do valor correspondente ao IAS, para o estagiário com qualificação de nível 3 do QNQ;

c) 1,3 vezes do valor correspondente ao IAS, para o estagiário com qualificação de nível 4 do QNQ;

d) 1,4 vezes do valor correspondente ao IAS, para o estagiário com qualificação de nível 5 do QNQ;

e) 1,65 vezes do valor correspondente ao IAS, para o estagiário com qualificação de nível 6, 7 ou 8 do QNQ.

2 - Nos casos não previstos no número anterior, é concedida ao estagiário uma bolsa mensal de valor correspondente ao IAS.

Artigo 13.º

Alimentação

O estagiário tem direito a refeição ou a subsídio de alimentação, conforme praticado para a generalidade dos trabalhadores da entidade promotora, sendo que no caso de atribuição de subsídio de alimentação o respetivo valor não pode ser superior ao fixado para os trabalhadores que exercem funções públicas.

Artigo 14.º**Transporte**

O estagiário com deficiência e incapacidade, das quais decorram dificuldades de mobilidade, tem direito a que a entidade promotora assegure o respetivo transporte entre a sua residência habitual e o local do estágio ou, quando esta não o possa assegurar, tem o mesmo direito ao pagamento de despesas de transporte em montante equivalente ao custo das viagens realizadas em transporte coletivo ou, se não for possível a sua utilização, ao subsídio de transporte mensal no montante equivalente a 10% do IAS, salvo situações excecionais e devidamente fundamentadas a apreciar pelo IEFP.

Artigo 15.º**Comparticipação financeira**

1 - O pagamento do valor correspondente às bolsas de estágio referidas no artigo 12.º é participado pelo IEFP integralmente nas seguintes situações:

a) Primeiro estagiário, no âmbito de candidaturas apresentadas até ao fim da vigência do Impulso Jovem, no caso de entidades promotoras com 10 trabalhadores ou menos ou no caso das entidades referidas na alínea b) do n.º 1 do artigo 4.º, desde que não tenham já obtido idênticas condições de apoio noutro estágio financiado por fundos públicos;

b) Estágios que se enquadrem nas áreas constantes do anexo III da presente portaria e no anexo I da Portaria n.º 1193/2003, de 13 de outubro, que define o “Repertório de atividades artesanais”, relativamente aos primeiros 10 estagiários por entidade no âmbito de candidaturas apresentadas até 31 de dezembro de 2013;

c) Estágios desenvolvidos, no âmbito de candidaturas apresentadas até ao fim da vigência do Impulso Jovem, por:

i. Instituições particulares de solidariedade social registadas ou reconhecidas pela Direção Geral da Segurança Social e entidades a estas equiparadas;

ii. Associações mutualistas;

iii. Estabelecimentos de apoio social.

d) Estágios desenvolvidos por hospitais, E.P.E..

2 - Em todas as situações não abrangidas pelo disposto no número anterior, o pagamento do valor correspondente às bolsas de estágio referidas no artigo 12.º é participado pelo IEFP em 80 % do respetivo valor.

3 - A participação referida no número anterior é majorada em 10 pontos percentuais, no caso de estagiário com deficiência e incapacidade.

4 - O IEFP participa:

a) O subsídio de alimentação, até ao valor fixado para a generalidade dos trabalhadores que exercem funções públicas;

b) As despesas ou subsídio de transporte, na totalidade, nas situações previstas no artigo 14.º;

c) O prémio do seguro de acidentes de trabalho, até ao valor correspondente a 3% do valor total da bolsa de estágio referida na alínea c) do n.º 1 do artigo 12.º, reportado ao período de duração do estágio respetivo.

5 - A participação financeira do IEFP nos apoios previstos nos artigos 12.º a 14.º pode ser substituída, me-

diante despacho do membro do Governo responsável pela área do emprego, por uma forma de participação baseada na modalidade de custos unitários, por mês e por estágio.

Artigo 16.º**Impostos e segurança social**

1 - Sem prejuízo do disposto no n.º 2 do artigo 7.º, a relação jurídica decorrente da celebração de um contrato de estágio ao abrigo da presente portaria é equiparada a trabalho por conta de outrem para efeitos de segurança social, estando sujeita, ainda, ao disposto no Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares.

2 - O IEFP não participa as contribuições devidas à segurança social.

Artigo 17.º**Regime especial de projetos de interesse estratégico**

1 - Os estágios desenvolvidos no âmbito de projetos reconhecidos pelo IEFP como de interesse estratégico para a economia nacional ou de determinada região podem ter duração de seis, nove, 12 ou 18 meses.

2 - Para beneficiarem do regime especial de projetos de interesse estratégico, podem as entidades promotoras apresentar em conjunto projetos de estágios.

3 - São ainda considerados como de interesse estratégico para a economia nacional os projetos reconhecidos como Projetos de Potencial Interesse Nacional (PIN), nos termos do Decreto-Lei n.º 174/2008, de 26 de agosto, com a redação que lhe foi dada pelo Decreto-Lei n.º 76/2011, de 20 de junho.

Artigo 18.º**Acompanhamento, verificação ou auditoria**

No decurso do estágio podem ser realizadas ações de acompanhamento, de verificação, de auditoria ou de inspeção por parte dos serviços do IEFP ou de outras entidades com competências para o efeito, tendo em vista garantir e acautelar o cumprimento do previsto na presente portaria e demais regulamentação aplicável.

Artigo 19.º**Incumprimento**

1 - O incumprimento por parte da entidade promotora das obrigações relativas à atribuição das participações e dos apoios financeiros concedidos no âmbito da presente portaria, sem prejuízo, se for caso disso, de participação criminal que venha a ser efetuada por eventuais indícios da prática do crime de fraude na obtenção de subsídio de natureza pública, implica a imediata cessação da atribuição de todas as participações e apoios previstos na presente Medida e a restituição do montante correspondente aos apoios e participações entretanto recebidos.

2 - Se o incumprimento for parcial, há lugar à restituição proporcional dos apoios e participações recebidos.

3 - A restituição deve ser efetuada no prazo de 60 dias consecutivos, contados a partir da notificação à entidade promotora, após o decurso do qual, sem que a restituição se mostre efetuada, são devidos juros de mora à taxa legal.

4 - A entidade promotora fica impedida, durante dois anos, a contar da notificação referida no número anterior,

de beneficiar de qualquer apoio ou participação do Estado com a mesma natureza e finalidade.

5 - Para efeitos do disposto nos números anteriores, compete ao IIEFP apreciar e determinar a cessação dos apoios e participações atribuídos ou determinar a restituição proporcional em caso de incumprimento parcial do projeto.

Artigo 20.º

Regulamentação específica

O IIEFP é responsável pela execução da Medida e elabora o respetivo regulamento específico.

Artigo 21.º

Financiamento comunitário

A presente Medida é passível de financiamento comunitário, sendo-lhe aplicáveis as respetivas disposições do direito comunitário e nacional.

Artigo 22.º

Norma revogatória

1 - Com a entrada em vigor da presente portaria são revogadas:

a) A Portaria n.º 92/2011, de 28 de fevereiro, alterada pelas Portarias n.ºs 309/2012, de 9 de outubro, 3-B/2013, de 4 de janeiro e 120/2013, de 26 de março;

b) A Portaria n.º 225-A/2012, de 31 de julho, alterada pela Portaria n.º 65-B/2013, de 13 de fevereiro;

c) A alínea a) do n.º 2 do artigo 1.º, o n.º 1 do artigo 5.º e os artigos 7.º a 16.º da Portaria n.º 33/2013, de 29 de janeiro.

2 - Todas as remissões legais ou regulamentares efetuadas para os diplomas referidos no número anterior e para o Programa de Estágios Qualificação-Emprego, regulamentado pela Portaria n.º 131/2009, de 30 de janeiro, consideram-se efetuadas para o regime estabelecido na presente portaria.

Artigo 23.º

Norma transitória

As candidaturas apresentadas ao abrigo dos diplomas referidos no artigo anterior são pelos mesmos diplomas reguladas até ao final da conclusão dos respetivos estágios.

Artigo 24.º

Vigência

A presente portaria entra em vigor 30 dias após a sua publicação.

O Ministro da Economia e do Emprego, *Álvaro Santos Pereira*, em 17 de junho de 2013.

ANEXO I

Áreas no âmbito da agricultura (CAE)

Secção	Divisão	Grupo	Classe	Subclasse	Designação
A	01	011	0111		Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca. Agricultura, produção animal, caça e atividades dos serviços relacionados. Culturas temporárias.
				01111	Cerealicultura (exceto arroz), leguminosas secas e sementes oleaginosas.
				01112	Cerealicultura (exceto arroz).
				01112	Cultura de leguminosas secas e sementes oleaginosas.
				0112	Cultura de arroz.
				0113	Cultura de produtos hortícolas, raízes e tubérculos.
				0114	Cultura de cana -de -açúcar.
				0115	Cultura de tabaco.
				0116	Cultura de plantas têxteis.
				0119	Outras culturas temporárias.
				01191	Cultura de flores e de plantas ornamentais.
				01192	Outras culturas temporárias, n. e.
		012			Culturas permanentes.
				0121	Viticultura.
				0122	Cultura de frutos tropicais e subtropicais.
				0123	Cultura de citrinos.
				0124	Cultura de pomóideas e prunóideas.
				0125	Cultura de outros frutos (inclui casca rija), em árvores e arbustos.
				01251	Cultura de frutos de casca rija.
				01252	Cultura de outros frutos em árvores e arbustos.
				0126	Cultura de frutos oleaginosos.
				01261	Olivicultura.
				01262	Cultura de outros frutos oleaginosos.
				0127	Cultura de plantas destinadas à preparação de bebidas.
				0128	Cultura de especiarias, plantas aromáticas, medicinais e farmacêuticas.
				0129	Outras culturas permanentes.
		013	0130	01300	Cultura de materiais de propagação vegetativa.
		014			Produção animal.
				0141	Criação de bovinos para produção de leite.
				0142	Criação de outros bovinos (exceto para produção de leite) e búfalos.
				0143	Criação de equinos, asininos e muars.
				0144	Criação de camelos e camélídeos.
				0145	Criação de ovinos e caprinos.

Secção	Divisão	Grupo	Classe	Subclasse	Designação			
C	02	015	0146	01460	Suicultura.			
			0147	01470	Avicultura.			
			0149		Outra produção animal.			
				01491	Apicultura.			
				01492	Cunicultura.			
				01493	Criação de animais de companhia.			
				01494	Outra produção animal, n. e.			
				0150	01500	Agricultura e produção animal combinadas.		
				016	0161	01610	Atividades dos serviços relacionados com a agricultura.	
					0162	01620	Atividades dos serviços relacionados com a produção animal, exceto serviços de veterinária.	
					0163	01630	Preparação de produtos agrícolas para venda.	
					0164	01640	Preparação e tratamento de sementes para propagação.	
				017	0170		Caça, repovoamento cinegético e atividades dos serviços relacionados.	
						01701	Caça e repovoamento cinegético.	
						01702	Atividades dos serviços relacionados com caça e repovoamento cinegético.	
							Silvicultura e exploração florestal.	
				021	0210	02100	Silvicultura e outras atividades florestais.	
					022	02200	Exploração florestal.	
					023	02300	Extração de cortiça, resina e apanha de outros produtos florestais, exceto madeira.	
					024	02400	Atividades dos serviços relacionados com a silvicultura e exploração florestal.	
				10			Indústrias transformadoras.	
							Indústrias alimentares.	
					101		Abate de animais, preparação e conservação de carne e de produtos à base de carne.	
						1011	10110	Abate de gado (produção de carne).
						1012	10120	Abate de aves (produção de carne).
					103		Preparação e conservação de frutos e de produtos hortícolas.	
						1031	10310	Preparação e conservação de batatas.
						1032	10320	Fabricação de sumos de frutos e de produtos hortícolas.
						1039		Outra preparação e conservação de frutos e de produtos hortícolas.
							10391	Congelamento de frutos e de produtos hortícolas.
							10392	Secagem e desidratação de frutos e de produtos hortícolas.
							10393	Fabricação de doces, compotas, geleias e marmelada.
							10394	Descasque e transformação de frutos de casca rija comestíveis.
							10395	Preparação e conservação de frutos e de produtos hortícolas por outros processos.
					104		Produção de óleos e gorduras animais e vegetais.	
			1041		Produção de óleos e gorduras.			
				10411	Produção de óleos e gorduras animais brutos.			
				10412	Produção de azeite.			
				10413	Produção de óleos vegetais brutos (exceto azeite).			
				10414	Refinação de azeite, óleos e gorduras.			
			1042	10420	Fabricação de margarinas e de gorduras alimentares similares.			
		105		Indústria de laticínios.				
			1051	10510	Indústrias do leite e derivados.			
			1052	10520	Fabricação de gelados e sorvetes.			
		106		Transformação de cereais e leguminosas; fabricação de amidos, de féculas e de produtos afins.				
			1061		Transformação de cereais e leguminosas.			
				10611	Moagem de cereais.			
				10612	Descasque, branqueamento e outros tratamentos do arroz.			
				10613	Transformação de cereais e leguminosas, n. e.			
	11	110		Indústria das bebidas.				
			1101		Fabricação de bebidas alcoólicas destiladas.			
				11011	Fabricação de aguardentes preparadas.			
				11012	Fabricação de aguardentes não preparadas.			
				11013	Produção de licores e de outras bebidas destiladas.			
			1102		Indústria do vinho.			
				11021	Produção de vinhos comuns e licorosos.			
				11022	Produção de vinhos espumantes e espumosos.			
	46				Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos.			
		462			Comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos.			
			4621		Comércio por grosso de produtos agrícolas brutos e animais vivos.			
					Comércio por grosso de cereais, tabaco e cortiça em bruto, sementes, outras matérias-primas agrícolas e alimentos para animais.			
				46211	Comércio por grosso de alimentos para animais.			
				46212	Comércio por grosso de tabaco em bruto.			
				46213	Comércio por grosso de cortiça em bruto.			
				46214	Comércio por grosso de cereais, sementes, leguminosas, oleaginosas e outras matérias-primas agrícolas.			
			4622	46220	Comércio por grosso de flores e plantas.			
			4623	46230	Comércio por grosso de animais vivos.			
			4624	46240	Comércio por grosso de peles e couro.			
		463			Comércio por grosso de produtos alimentares, bebidas e tabaco.			
			4631		Comércio por grosso de fruta e de produtos hortícolas.			
				46311	Comércio por grosso de fruta e de produtos hortícolas, exceto batata.			
				46312	Comércio por grosso de batata.			
				46320	Comércio por grosso de carne e produtos à base de carne.			
			4633		Comércio por grosso de leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares.			

G

Secção	Divisão	Grupo	Classe	Subclasse	Designação
S	94	941	9411	46331	Comércio por grosso de leite, seus derivados e ovos.
				46332	Comércio por grosso de azeite, óleos e gorduras alimentares.
					Outras atividades de serviços.
					Atividades das organizações associativas.
				9412	Atividades de organizações económicas, patronais e profissionais.
				9420	Atividades de organizações económicas e patronais.
942	9420	Atividades de organizações profissionais.			
	94200	Atividades de organizações sindicais.			
	94995	Outras atividades associativas, n. e.			

* Fonte: Anexo ao Decreto-Lei n.º 381/2007, de 14 de novembro

ANEXO II

Quadro Nacional de Qualificações

Nível	Qualificações
1	2.º ciclo do ensino básico
2	3.º ciclo do ensino básico obtido no ensino regular ou por percursos de dupla certificação
3	Ensino secundário vocacionado para prosseguimento de estudos de nível superior
4	Ensino secundário obtido por percursos de dupla certificação ou ensino secundário vocacionado para prosseguimento de estudos de nível superior acrescido de estágio profissional — mínimo de seis meses
5	Qualificação de nível pós -secundário não superior com créditos para o prosseguimento de estudos de nível superior (1)
6	Licenciatura (2)
7	Mestrado (3)
8	Doutoramento (4)

(1) Corresponde aos cursos de especialização tecnológica regulados pelo Decreto-Lei n.º 88/2006, de 23 de maio.

(2) Corresponde ao 1.º ciclo de estudos do Quadro de Qualificações do Espaço Europeu do Ensino Superior, acordado pelos ministros do ensino superior na sua reunião em Bergen, em maio de 2005, no âmbito do processo de Bolonha, cf. especialmente o artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

(3) Corresponde ao segundo ciclo de estudos do Quadro de Qualificações do Espaço Europeu do Ensino Superior, acordado pelos ministros do ensino superior na sua reunião em Bergen, em maio de 2005 no âmbito do processo de Bolonha, cf. especialmente o artigo 15.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

(4) Corresponde ao terceiro ciclo de estudos do Quadro de Qualificações do Espaço Europeu do Ensino Superior, acordado pelos ministros do ensino superior na sua reunião em Bergen, em maio de 2005 no âmbito do processo de Bolonha, cf. especialmente o artigo 28.º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

ANEXO III

Áreas no âmbito do património

- a) Conservação e reabilitação urbana;
- b) Conservação e restauro do Património Móvel e Imóvel;
- c) Conservação e restauro de Património Azulejar;
- d) Museologia;
- e) Conservação e restauro do Património Arqueológico;
- f) Conservação e restauro do património bibliográfico e arquivístico nacional;

- g) Conservação e restauro do património da imagem em movimento (filmes) e fotografia;
- h) Animação cultural junto a comunidades locais e aos centros urbanos;
- i) Animação turística, no âmbito da divulgação do património local - natural, cultural e urbanístico;
- k) Outras atividades, em projetos cuja relevância seja demonstrada no âmbito do património natural, cultural e urbanístico.

