

## Valores culturais da arte urbana Cultural values in urban art

PEDRO SOARES NEVES<sup>1</sup>

**Resumo:** É feita a contextualização, construção de conhecimento e proposta de conceitos organizadores sobre a arte urbana, destacando-se a produção única de conhecimento sobre a história dos factos relativos ao *graffiti* e *street art* em Lisboa, exercício com abordagens de aproximação já desenvolvidas por diversos autores, mas que aqui se revisita e reforça, com base na experiência empírica de uma análise participante que dura há mais de 25 anos. Conclui-se da análise dos dados recolhidos que a valorização cultural predominante trata dos valores sociais, sugerindo-se formas específicas de documentação e disseminação como propostas de conservação.

**Palavras-Chaves:** Arte Urbana; *graffiti*; *street art*; valor cultural.

**Abstract:** Contextualization, knowledge building, and the proposal of organizing concepts about Urban Art are carried out, highlighting the unique production of knowledge about the history of facts related to graffiti and street art in Lisbon, an exercise with approaches already developed by several authors, revisited and reinforced here based on the empirical experience of a participatory analysis that has lasted for more than 25 years. It is concluded from the analysis of the data collected that the predominant cultural appreciation deals with social values, suggesting specific forms of documentation and dissemination as conservation proposals.

**Keywords:** Urban Art; *graffiti*; *street art*; cultural value.

==

<sup>1</sup> CIEBA, Faculdade de Belas-Artes, Universidade de Lisboa, Portugal; ITI/LARSyS, Instituto Superior Técnico, Portugal. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3767-9785>.

## 1. Introdução

O *graffiti*, *street art* ou arte urbana são fenómenos abrangentes, desenvolvem-se em arcos temporais mais curtos ou mais dilatados, conforme a abordagem, e estão mais ou menos presentes na globalidade dos contextos urbanizados.

De gravuras com 30.000 anos (por exemplo em Foz Côa) até à produção contemporânea de *graffiti* e *street art*, algo de comum se transporta ao longo dos tempos. A partir das mais diversas perspetivas científicas (entre outras, da Arqueologia, da História, das Ciências da Arte, Humanas e Exatas), são caminhos de pesquisa que se desenvolvem dependendo do entendimento que cada investigador tem sobre a produção de marcas na paisagem.

Face aos *graffiti* dos Estados Unidos da América, de imaginário construído em torno do designado *hip hop*, o papel da Europa é mais significativo do que se possa pensar, pois o *graffiti*, quando se dissemina pela Europa, ganha diversidade plástica e conceptual (Waclawek, 2008).

As reinvenções introduzidas pela cultura juvenil europeia encontram na Barcelona dos anos 1990 um revigorante espaço de criação, abrindo caminho para o desenvolvimento da *street art*. As autoridades da capital da Catalunha, na necessidade de controlo do espaço público, põem fim ao desenvolvimento deste processo. Em contraponto, Lisboa, em 2008, veio a desenvolver uma articulação institu-

cional com uma «massa crítica» cultural já existente, que torna esta cidade, em termos globais, foco de atenção não só mediática mas também prática.

A identificação dos valores culturais do objeto de estudo (focado em Lisboa) é, assim, crucial para o entendimento do fenómeno como um todo, não só como elemento marginal de um universo e cultura global, mas também como um dos seus ingredientes essenciais de criação, comunicação e construção.

A partir da pergunta «Como conservar os valores culturais da arte urbana?», delimito na minha tese, tendo como objeto de estudo a arte urbana produzida em Lisboa de 2008 a 2014, objeto informado pela ocorrência de intervenções murais de grande escala posteriores a 1974, pelo *graffiti* de 1980 a 2000 e pela *street art* no início do século XXI.

Na definição do que se entende por arte urbana em Lisboa, de 2008 a 2014, justifica-se a proposta de três conceitos operativos isolados, as tipologias 1, 2 e 3 de interpretação da arte urbana de Lisboa (Neves, 2015):

T1 – Arte urbana como signos visuais (não intencionais e/ou consentidos);

T2 – Arte urbana como *graffiti* e *street art* (não consentidos);

T3 – Arte urbana como *street art murals*, murais de arte contemporânea e/ou arte pública (consentidos e ou comissionados).

É através desta definição e proposta tipológica que se procurará identificar quais os valores culturais implicados (entre outros, os valores estéticos, éticos e socioeconómicos).

## 2. Contextualização do objeto de estudo

No contexto do objeto de estudo, a Antropologia Visual, através da Etnografia e da Etnologia, contribuiu para o entendimento sobre o que é e qual a natureza da arte urbana e ajudou a identificar os seus valores culturais. Em relação à conservação dos valores culturais, recorreu-se às áreas de conhecimento relativas à inventariação, documentação e conservação do património imaterial.

Descrevo aqui, sumariamente, o estado da arte relativo à produção de conhecimento sobre os três conceitos presentes na pergunta de investigação («Como conservar os valores culturais da arte urbana?»): Arte Urbana (2.1.1.), Valores Culturais (2.1.2.) e Conservação do Património Cultural (2.1.3.).

### 2.1. Arte Urbana

Como objeto de estudo, e pelo propósito da investigação, assume-se que a designação Arte Urbana contempla um período que dista entre dois eventos culturais ocorridos em Lisboa, em 2008 e 2014, isto é, entre o evento designado *Qual o futuro das paredes do Bairro Alto*, em julho de 2008, na Galeria Zé dos Bois (ZDB), e a exposição individual de Alexandre

Farto, Vhils, *Dissecação*, em julho de 2014, na Fundação EDP. O primeiro evento pode considerar-se (Ferro, 2011) um momento crucial para a criação do projeto assumido pelo Município de Lisboa que se veio a designar *Galeria de Arte Urbana*. Por outro lado, considerou-se como limite final a exposição individual de A. Farto *Dissecação* por representar o culminar do envolvimento e assimilação do «mundo» da arte urbana pela arte contemporânea e a arte pública (Moore, 2010). Aqui, a expressão «arte urbana» assume um significado análogo à designação que já tinha sido utilizada a propósito do programa de arte no espaço público da Expo 98, distanciando-se assim do que liga a designação Arte Urbana ao *graffiti* e à *street art*.

Um alargado conjunto de áreas disciplinares observa de diferentes ângulos esta problemática, produzindo diferentes pontos de vista que se têm vindo a relacionar e reconhecer mutuamente (Neves, 2014). Para a melhor definição do estado da arte da arte urbana serão também aqui abordados, com maior profundidade, os conceitos de *graffiti* e *street art*.

### 2.2. Estado da arte da análise dos valores culturais

Manifestações artístico-culturais como as que se analisam no âmbito deste estudo não são distintas em grau e nível da multiplicidade de outras formas de património cultural, pois contêm variadas camadas de valores associados, sendo impossível, como é evidente,

existir uma só resposta para a pergunta «qual o valor cultural da arte urbana?». Outro aspeto importante é que as várias respostas possíveis não são sempre as mesmas, elas mudam com o tempo e as circunstâncias. A noção de valor não provém isoladamente do objeto em análise, provém da interação do objeto com o contexto, e este está sempre em mudança, no seu dinamismo essencial.

Para uma abordagem holística em relação aos valores culturais, temos de os observar à luz das referências sociais, históricas e espaciais, tendo em conta o ponto de vista de quem está a proceder à avaliação, porque o faz, porquê naquele momento, porquê naquele local. Com efeito, existem valores intrínsecos aos objetos de estudo e estes são tendencialmente mais estáveis, pelo que procuramos encontrar um caminho de análise intermédia, de reconhecimento da quase imutabilidade de alguns valores (Kubler, 1962) e da observação de valores em constante reposicionamento:

*Value is formed in the nexus between ideas and things.*<sup>2</sup> (Mason, 2008: 8)

A análise de valores culturais segue duas tendências (Mason, 2008): a de permitir que um valor se sobreponha aos restantes e a de considerar que todos os valores são igual-

mente importantes. Ambas as abordagens são questionáveis, a primeira porque, potencialmente, exclui categorias com relevância, e a segunda porque leva a uma dissolução do valor do objeto como um todo. Não é possível analisar de forma objetiva os valores culturais de determinado objeto de estudo de forma pura, à semelhança de um químico, por exemplo, que decompõe as propriedades de um composto para determinar as suas partes constituintes. A subjetividade dos valores culturais torna difícil estabelecer metodologias claras e nomenclaturas estáveis.

Os valores socioculturais estão ligados aos objetos pelo significado que estes detêm para pessoas de distintos grupos, como, entre outros, os geográficos e etários. Por exemplo, analisando um templo, podem a este associar-se valores religiosos pelo culto, que, por sua vez, também podem ser analisados como valores históricos, pela relevância ao longo do tempo, como valores artísticos, pela qualidade dos seus elementos pictóricos, escultóricos e/ou arquitetónicos, ou como valores sociais, pelo seu uso coletivo, se ali também ocorrem encontros não-religiosos, como reuniões de moradores ou festas.

De notar que ao longo da descrição dos diversos valores não existe especificamente nenhum valor político. Seguindo as referências

---

<sup>2</sup> «O valor é formado no nexo entre ideias e coisas» (tradução livre).

que estabelecem o estado da arte (Mason, 2008), este valor está incorporado em todos os outros. Os valores são centrais em termos políticos, pois é com base na articulação de diversos valores que as decisões políticas são tomadas, implicando consequências para com o património cultural.

O valor histórico está na raiz da noção de património. A relação ou reação ao passado que se incorpora no objeto cultural é fundamental para o seu entendimento enquanto património. O valor histórico pode derivar de diversas categorias: a idade material do objeto em análise, a associação a pessoas ou ocorrências, a sua raridade e singularidade, as suas qualidades tecnológicas, o seu potencial de documentação e arquivístico. De referir duas subtipologias de valor histórico: o valor educativo/académico, o potencial para a aquisição de conhecimento sobre o passado projetado no futuro; e o valor artístico, entre outros aspetos, baseado na singularidade do objeto.

O valor cultural e simbólico dimana da importância que a história e o património detêm como elementos centrais das culturas, das ideias, dos materiais e hábitos que nos são transmitidos através dos tempos. Assim, o valor cultural e simbólico (tal como o valor histórico) é parte integrante da noção de património: não existe património sem valor cultural. Este é usado para construir, no presente, relações culturais com dimensões históricas, políticas, étnicas, ou outras manifestações que

refletem a forma como nos organizamos e manifestamos. A forma aqui adotada de valor cultural e simbólico refere-se aos significados partilhados, que não têm de ser necessariamente históricos. Aqui, o valor político (sempre presente) manifesta-se na relação do património com a manutenção ou construção das relações cívicas, na legitimação de governos, no gerar de forças de protesto e causas ideológicas. Estes valores provêm da ligação entre a vida cívica e social com o contexto físico, e a particular capacidade que o contexto físico tem para estimular a reflexão e o comportamento (político) que constrói a nossa sociedade. O valor identitário é, com frequência, um dos aspetos mais importantes do património, projetando-se nas formas de construção, no saber fazer, constituindo também um fator de união entre grupos.

O valor social, próximo do conceito de «capital social» (Mason, 2008), abundantemente usado na área das Ciências Sociais, quando em ligação ao património, permite desenvolver relações sociais, redes e outras relações não necessariamente ligadas aos valores históricos. A relação afetiva com os lugares está aqui incluída; o valor de identidade, a coesão e outros sentimentos de filiação de grupos sociais provêm também de características territoriais. O valor religioso e espiritual surge da relação com crenças e ensinamentos provenientes da doutrinação por parte de religiões organizadas, mas também de processos de envolvimento emocional, até mesmo transcen-

dental, que nos ligam a determinados objetos patrimoniais. O valor estético decorre de um vasto conjunto de qualidades: no que às artes plásticas diz respeito, no seu centro estão as qualidades visuais. As muitas interpretações de beleza, de sublime, constituem desde há muito um dos mais relevantes critérios para a identificação de património. O valor estético inclui, na verdade, todos os cinco sentidos, associando assim a experiência estética a uma experiência sensorial, de bem-estar. O valor de legado foca-se na intenção de garantir a transmissão do património a futuras gerações.

O valor económico é uma das formas predominantes pelas quais a sociedade identifica, avalia e decide o valor das coisas. Sobre-põe-se a quase tudo, categorizando os valores socioculturais descritos (como, por exemplo, os históricos, sociais, estéticos). Associam-se às escolhas do consumidor opções entre utilidade e preço. Porém, nem todos os valores económicos são expressos em termos do seu preço de mercado. Os valores económicos associados à conservação do património são predominantemente entendidos como bem público, refletindo decisões coletivas e não decisões pessoais (associadas à lógica de mercado). Existe uma clara distinção entre os valores que podem ser representados legitimamente em termos de preço (valores privados

que podem ser transacionados como mercadoria) e os fatores que modelam a alocação de recursos coletivos, considerados bens comuns não transacionáveis (Mason, 2008).

O valor do uso, como valor de mercado, é um valor ao qual se pode associar um preço. No âmbito dos valores culturais, o valor do uso refere-se aos bens e serviços associados ao objeto patrimonial. Já ao valor do não-uso, valor que não é transacionável, trata-se de uma forma, do ponto de vista dos valores económicos, de observar os valores socioculturais, pois muitas das qualidades dos valores socioculturais não são quantificáveis ao nível do seu preço (por exemplo, o valor espiritual ou religioso, ou o valor identitário).

### 2.2.1. Valor económico da arte urbana

Abordar a Economia no campo da cultura e das artes não é um tópico fácil (Pereira, 2016). Fernando Pessoa, no conto *O banqueiro anarquista*<sup>3</sup>, fala-nos de um banqueiro que afirma ser o verdadeiro anarquista, enquanto os outros, que usam bombas, são só teóricos, pseudoanarquistas. Este conto tem particular ressonância para o efeito do caso de estudo, pois se é verdade que vivemos tempos onde tudo é tendencialmente medido através do seu impacto económico, a relação entre o conto e esta investigação alicerça-se na «crise» que

==

<sup>3</sup> O único conto que Fernando Pessoa conseguiu publicar em vida, em maio de 1922, no número de estreia da revista *Contemporânea*.

caracterizou o ambiente social e económico entre 2008 e 2014, que teve precisamente origem no sistema bancário e na sua especulação aparentemente desregrada e anárquica.

No período em causa (2010-2014), verificou-se que, ao mesmo tempo que ocorriam comportamentos, no mínimo, reprováveis (se não mesmo ilegais) do sistema bancário, com forte impacto negativo na vida de milhares de pessoas (Alves, 2010), muitos dos participantes das então populares manifestações subculturais do *graffiti* e da *street art*, ainda que enraizados nos padrões de ilegalidade que os caracterizam, encontraram caminhos de rentabilização económica, de forma e impacto até então nunca vistos, através da criação de novos públicos, ou na relação com o(s) mercado(s) da arte já estabelecidos.

Globalmente, sofre-se o impacto de uma tempestade financeira global no fim da primeira década do século XXI. A tendência de queda que já se antevia manteve-se entre 2008 e 2010, concretizando-se com um profundo afundamento económico em 2011, obrigando ao resgate financeiro (pelo FMI), que durou até 2014. Em grande medida, os investimentos ao longo dos anos não se dirigiram para a reabilitação dos edifícios no centro da cidade, existindo muitos prédios devolutos com grande visibilidade, dada a sua localização privilegiada (por exemplo, na Av. Fontes Pereira de Melo).

Em traços gerais, este contexto social, económico e infraestrutural da cidade de Lisboa relaciona-se com uma maturidade do desenvolvimento de atividades do tipo *graffiti* e *street art* (conceito desenvolvido adiante no presente texto).

Aqui, é relevante deixar clara a profunda diferença de disponibilidade de recursos para a produção de elementos de arte no espaço público (como escultura pública ou arte pública). Durante os anos 1990, os orçamentos para este tipo de atividades foram milionários, olhando, por exemplo, para a arte urbana da Expo 98. Já dez anos depois, em 2008, o contexto económico era dramaticamente diferente: existiam, porém, autores e iniciativas (nacionais e internacionais) que demonstravam a conciliação entre a vontade de intervir e pinturas murais de grandes dimensões de forma voluntária (sem honorários para os seus autores, habituados às práticas autopromovidas e propostas do *graffiti* e *street art*). Bastava garantir as condições de produção, plataformas elevatórias e empenas. O facto de haver poucos recursos, juntamente com a vontade de produção gratuita, encontrou nos muitos edifícios devolutos terreno fértil para prosperar.

Foram-se conciliando diversos fatores: a necessidade de gerir os já muitos *graffiti* que caracterizavam a cidade (sobretudo no Bairro Alto, e generalidade do centro histórico); a disponibilidade para intervir; a disponibilidade de espaços. Tudo levou ao aproveitamento

das circunstâncias (sobretudo por parte dos promotores institucionais) para gerar grandes impactos através de muito poucos recursos.

A situação evoluiu em dois sentidos predominantes. O primeiro, relacionado com o turismo, *branding* e imagem da cidade na sua divulgação junto do público estrangeiro, catalisado pela oferta de voos de baixo custo. O segundo sentido consistiu na geração de um «ecossistema» empreendedor de alguma forma ligado à ideia de cidade criativa. São também identificáveis relações entre o turismo e a ideia de cidade criativa. As estadias de curta duração estão fortemente dependentes da visibilidade da oferta (principalmente seguindo os desenvolvimentos das tecnologias de informação), dos aspetos de estabilidade política e segurança e da acessibilidade (rápida e barata) (Turismo de Portugal, 2006).

Será também de considerar a ideia de consumidor que surge com a *internet*, que, resumidamente, representa a mudança de paradigma de consumo protagonizada pela ideia do consumidor que é simultaneamente o produtor dos conteúdos, *prosumer* (Toffler, 1980), passando a oferta (sobretudo *online*) a centrar-se nas características das plataformas. Esta ideia, quando transportada para o espaço público (como meta-plataforma), tem evidentes resso-

nâncias (entre muitas outras) nas práticas de *graffiti* e *street art*.

Habitualmente presente nas rubricas de *life style* ou de turismo – *short breaks*, *graffiti* e *street art* (no período em análise) tornou-se um ingrediente extra para a promoção das cidades, e Lisboa não foi exceção. Iniciativas comerciais como *Lisbon street art tour*, *The real Lisbon street art tour*, *Underdogs tours* e *Street art bike tour* são alguns dos exemplos que se desenvolveram com base na articulação entre criação no espaço público e desenvolvimento de negócio, alinhada com políticas culturais específicas da cidade (de baixo custo).

Analisando o fenómeno com detalhe, verificamos que 30% de todos os trabalhos existentes em Lisboa estão ligados a setores criativos. 47% do valor acrescentado bruto foi gerado por 22.000 empresas do setor criativo, existindo mais de 100 instituições de ensino superior, que, em média, formam 33.000 licenciados por ano.<sup>4</sup>

Destas, são várias as atividades associadas às práticas de *graffiti* e *street art* (arte urbana). Desde 2008, identificam-se como exemplos: 2008 e 2009 – *Visual Street Performance*; 2010 – Projeto CRONO; 2011-2014 – *Writer's Delight*; 2011 – *Book a Street Artist*; 2013 – *Underdogs*; 2013 – APAURB; 2014, 2014-2015

==

<sup>4</sup> Veja-se o *blueprint* sobre a economia criativa da cidade de Lisboa, documento que resulta de uma parceria ativa com os diversos atores do setor criativo da cidade, Câmara Municipal de Lisboa (2013).

– *Mistaker Maker*; 2014 – *Lisbon Street – Art and Urban Creativity*; 2014 – André no MUDE (exposição); 2014 – Vhils na EDP (exposição); 2014 – *Street Art Lisbon* (guia, livro); 2015 – *Lata 65*; 2015 – *Urban-Art* (decoração de interiores).

Olhando para este exemplo, esta amostra de iniciativas, e tendo em consideração o contexto genérico (por exemplo, da promoção de políticas culturais dirigidas a este setor) e ainda o desenvolvimento das iniciativas no período em causa, torna-se possível, sem dúvida, identificar a existência de um conjunto relevante de iniciativas dentro do «setor das indústrias criativas» que está diretamente relacionado com as práticas de *graffiti* e *street art* (arte urbana).

Reconhece-se também que não se trata de uma realidade uniforme, pois o investimento na promoção destas políticas culturais foi uma percentagem muito reduzida do orçamento total dirigido às práticas de *graffiti* e *street art*. Procedendo a uma análise grosseira dos dados publicamente acessíveis (entre 2008 e 2016) relativos ao investimento da Câmara Municipal de Lisboa em arte urbana, identificamos uma média de 28.000 euros por

ano. Mesmo considerando que estes números podem ser maiores,<sup>5</sup> na realidade, dificilmente chegam a 2% do valor total que se prevê estar disponível<sup>6</sup> para a contratação de serviços de remoção de *graffiti*, com um custo estimado de 1.3 milhões de euros por ano.

Agindo de forma aparentemente contraditória, a Câmara Municipal de Lisboa demonstra alguma abertura e investimento através da Vereação e Direção Municipal de Cultura. Porém, através da Direção Municipal de Higiene Urbana, a abordagem infraestrutural delimita esta abertura (através de um investimento 98% superior, dirigido exclusivamente à limpeza de *graffiti* e cartazes). Na realidade, ambas as Direções atuam de forma coordenada, ambas seguem os seus propósitos, em prol de Lisboa como um todo. De notar, porém, que, em termos de comunicação, a Câmara Municipal de Lisboa anuncia a relação entre as Direções, responsáveis pelas ações aparentemente contraditórias de promoção e remoção. No período em análise, 2008-2014, a «imagem» de abertura municipal não é coincidente com o verdadeiro investimento da Câmara de Lisboa na remoção de *graffiti* e *street art*.

—

<sup>5</sup> Muitos dos valores disponibilizados são reduzidos e não obrigam à sua publicação no portal BASE.pt.

<sup>6</sup> «Em abril de 2016, o executivo municipal autorizou o início de um concurso público com publicidade internacional para a “aquisição de serviços de remoção de *graffiti* e cartazes”». Na altura, a autarquia previa gastar 4,2 milhões de euros nesse serviço, por um período de três anos, e outros 719 mil euros na aquisição de «serviços de fiscalização aos serviços prestados pelas empresas contratadas para a remoção» (Moreira, 2018, 19 de fevereiro).

Fica a dúvida sobre quais seriam as consequências de um maior equilíbrio entre o investimento na remoção e o investimento na promoção (se em vez de 98% – 2%, por exemplo, fosse 80% – 20%). Talvez se pudesse proporcionar melhores condições para o trabalho de criação e garantir processos de manutenção mais equilibrados a médio-longo prazo, seguramente não alheios à identificação e conservação dos valores culturais da arte urbana.

### 2.2.2. Valor político da arte urbana

Parece importante fazer também uma breve abordagem ao eventual valor político da Arte Urbana, com uma análise genérica de como se foi relacionando com os diversos graus de poder político, partidário e não partidário.

Os signos visuais, ou inscrições estudadas em arqueologia, como os *graffiti* de Pompeia, têm uma relação simbólica com a localização e relações de poder. Neste caso, constata-se o apoio a determinados gladiadores (Viitanen *et al.*, 2013). As inscrições ou murais, sendo marcas que procuram a visibilidade, detêm a capacidade de ser veículos de ideias que ajudam na organização e gestão das cidades, desde, por exemplo, o mundo urbano das cidades-estado gregas (*pólis*). Daí que a relação entre a política e as já referidas três tipologias de arte urbana se desenvolva desde sempre, sobretudo se considerada na sua dimensão não partidária.

Por outro lado, em diversos momentos, é inegável a influência e relação do comunismo com o muralismo sul-americano de Claudio Portinari, ou os murais políticos mexicanos de Diego Rivera ou David Alfaro Siqueiros na década de 1960 (Harrison e Wood, 2003). Esta adesão ideológica ao movimento comunista internacional, apesar de não linear, torna-se dominante sobretudo para determinadas práticas murais modernistas do pós-Segunda Guerra Mundial.

De referir também as práticas murais desenvolvidas no pós-25 de Abril de 1974, relação que várias vezes será referida, pela multiplicidade de ligações que estabelece com o objeto de estudo. É marcante a transversalidade do envolvimento de determinada geração, que em 1974 teria entre 16 e 40 anos, nas questões políticas e na disseminação das suas ideias, que naquela época passavam necessariamente pela distribuição de folhetos, «comunicados» e a produção de murais. Como elemento de estudo, fazemos referência a um mural de 1976, em que muitos dos envolvidos foram mais tarde altos responsáveis pelo governo do país, englobando parte significativa do espectro político recente, como o antigo Presidente da República Jorge Sampaio (MES, Movimento de Esquerda Socialista) e Durão Barroso<sup>7</sup>, com o MRPP, Movimento Reorganizativo do Partido do Proletariado. Este

---

<sup>7</sup> Primeiro-ministro de Portugal de 2002 a 2004 e 11.º Presidente da Comissão Europeia de 2004 a 2014.

movimento ficou popularmente conhecido por «Meninos Rabinos Pintam Paredes», dada a sua intervenção sistemática no domínio da propaganda visual, em murais quase sempre de grande efeito urbano e visual e mesmo artístico, sendo que alguns dos seus autores provinham justamente da «célula» da ESBAL (Escola Superior de Belas Artes de Lisboa) do MRPP.

A relação desta geração com a pintura mural afetou de forma empática os desenvolvimentos posteriores de aceitação relacionados com a introdução inicial do *graffiti* (tipologia 2) e, posteriormente, com outras formas mais organizadas (tipologia 3).

Novamente, e sem querer aqui aprofundar detalhes que não seguem os propósitos específicos deste estudo, será importante destacar que a pintura mural serviu e serve, como outras formas de arte, de veículo de propaganda e autopromoção política. Talvez a pintura mural, a escultura pública ou a arte pública detenham um valor de maior capacidade comunicativa pela sua grande visibilidade, em contraste absoluto com determinados aspetos da arte contemporânea. Estes, por vezes de um conceptualismo radical, e apenas expostos em museus ou acervos observados por um público restrito, escapam à lógica das peças criadas para a grande visibilidade no espaço público, que são um forte elo de ligação com a política e com a intervenção e a propaganda política.

Em 2008, na reinscrição da designação Arte Urbana associada à reabilitação do Bairro Alto abre-se um novo capítulo relacional entre *graffiti*, *street art*, muralismo, arte urbana, arte pública e política. A abordagem institucional do *graffiti* já existia; porém, era sobretudo caracterizada pela timidez ou o paternalismo. Por exemplo, a entrega dos prémios do concurso de *graffiti* de Oeiras, através do Departamento da Juventude da Câmara Municipal de Oeiras, era feita pelo presidente da Câmara, Isaltino Morais. António Costa, então presidente da Câmara de Lisboa, decide trazer a si (ao gabinete da presidência) a organização da primeira intervenção mural nos painéis do elevador da Glória, em 2008. Este facto, logo à partida, mostrou o peso político que as autoridades municipais atribuíram a uma iniciativa nova e desconhecida. Na realidade, foram convidados diversos vereadores para a inauguração: Manuel Salgado (vereador do Urbanismo), Sá Fernandes (Ambiente e Espaço Público) e Catarina Vaz Pinto (vereadora da Cultura).

Em termos funcionais, as diversas vereações envolvidas fizeram avançar os diferentes aspetos de execução, ficando a responsabilidade política sempre com a presidência da Câmara.

António Costa exerce o cargo de presidente da Câmara de Lisboa desde agosto de 2007 (sucendo a Carmona Rodrigues), notando-se que em julho de 2008 (aquando da inauguração da Galeria de Arte Urbana na Calçada da Glória) ainda não tinha concluído o seu

primeiro ano de mandato. Em novembro de 2014, António Costa é eleito secretário-geral do Partido Socialista, acumulando essas funções com as de presidente da Câmara Municipal de Lisboa até março de 2015, momento em que decide anunciar a sua renúncia a esse cargo, assumindo o vice-presidente Fernando Medina o seu lugar.

Após a eleição como primeiro-ministro de Portugal, em novembro de 2015, a relação de António Costa com a arte urbana continuou, como se viu, por exemplo, no seu encontro (em 11 de outubro de 2016) com Vhils em Macau (divulgado nas redes sociais, onde escreveu «Tive a oportunidade de estar hoje em Macau com Vhils. Uma boa conversa, que soube a pouco. Obrigado @vhils1», Costa, 2016), ou através da encomenda de um elemento escultórico do mesmo autor para os jardins da residência oficial do primeiro-ministro em São Bento, em abril de 2017.

Também Fernando Medina, como presidente do Município, se associa diretamente à exposição de Bordallo II, com a inauguração de uma peça do autor no Cais do Sodré (em novembro de 2017) ou durante os preparativos do festival Iminente de Vhils, que, em 2018, se realizou no antigo restaurante panorâmico do Monsanto.

Para além das decisões mais ou menos referenciadas politicamente, onde se envolveram

o Município de Lisboa e, mais tarde, também os municípios de Loures e da Amadora, entre outros, promovendo iniciativas pontuais e/ou projetos sem inscrição profunda nas estruturas das autarquias (por exemplo, a Galeria de Arte Urbana, que, apesar de se desenvolver há mais de 10 anos, continua com estatuto de projeto, não existindo enquanto departamento na orgânica do Município de Lisboa), também o Turismo de Portugal e a Federação Portuguesa de Futebol usaram a arte urbana como ferramenta promocional, mostrando algum envolvimento e conotação política nesse uso, embora esta seja genericamente bastante diluída e, por vezes, quase irrisória.

Na prática legislativa no período do caso de estudo, a única referência surge na Lei n.º 61/2013 de 23 de agosto (em vigor na data de consulta, em dezembro de 2018), regime aplicável (de enquadramento da punição enquanto crime) «[...] aos grafitos, afixações, picotagem e outras formas de alteração, ainda que temporária, das características originais de superfícies exteriores de edifícios, pavimentos, passeios, muros e outras infraestruturas».

Trata-se de legislação que surge no período em que se sentia uma aparente divergência política entre a governação do Município de Lisboa e a do país, visto a maioria da assembleia ser garantida por uma aliança entre o PSD e o CDS, liderada por Pedro Passos Coelho.

### **3. Considerações finais**

#### *3.1. Hipóteses de resposta à pergunta de investigação*

Visto que a especificidade do objeto de estudo tem uma relação de forte intensidade com o processo (subcultural), e ainda que assumida a indefinição face à durabilidade dos trabalhos – face à preponderância dos valores culturais que apontam para a intangibilidade e não para artefactos materiais que possam vir a ser alvo de processos de restauro material –, optámos aqui por nos focarmos na formulação de respostas à pergunta da investigação na sua vertente intangível (não material, imaterial, performativa, conjunto de ações e comportamentos socioculturais que levam à ocorrência da arte urbana).

Convém, porém, chamar a atenção para o facto de, se os valores principais se encontrarem dentro do que a UNESCO designa por património cultural intangível (cf. UNESCO (s.d.)), isso não significa necessariamente que estejamos perante um fenómeno desmaterializado. Pelo contrário, o estudo e observação da arte urbana (apesar de os seus valores mais relevantes serem de incidência desmaterializada) tem uma indissociável relação com elementos físicos, pintados, construídos, adicionados, removidos, fruto de alterações físicas registadas no meio e momentaneamente presentes no espaço público urbano. O que

não quer dizer, porém, que estes elementos, os de maior preponderância, venham a ser os conservados. Tais elementos (de qualquer uma das tipologias propostas) devem ser tidos como sinais, signos, indícios, provas materiais de algo maior que se pretende conservar. Assim, um bom processo de conservação da arte urbana, na sua intangibilidade, passará necessariamente pela conservação da documentação dos seus testemunhos materiais.

As hipóteses de resposta à pergunta de investigação aqui formulada estão sobretudo relacionadas com a conservação em forma de documentação e não de restauro material. Como verificámos, as práticas de restauro material de arte urbana dirigem-se sobretudo a intervenções da tipologia 3, sendo assim coincidentes com as técnicas de restauro material de murais contemporâneos e outras formas afins de arte pública.

Tendo como objetivo a conservação de valores sobretudo de carácter imaterial (sociais, identitários), dirigimos as hipóteses de resposta a este objetivo em duas direções. A primeira, como referido, consistindo na documentação, e a segunda, na prática alicerçada na educação, na investigação científica, na formação disciplinar a partir das Ciências da Arte (campo expandido), orientada, entre outros, para a prática de projeto, gestão cultural e análise urbana.

## Bibliografia

### Impressa

Harrison, C. e Wood, P. (eds.). (2003). *Art in theory 1900-2000*. Blackwell Publishing. Oxford;

Lei n.º 61/2013, de 23 de agosto. Diário da República n.º 162/2013 – I Série. Assembleia da República. Lisboa;

Mason, R. (2008). Assessing values in conservation planning. Em: G.J. Fairclough (ed.). *The heritage reader*. Routledge. London;

Neves, P.S. (2015). Significado de Arte Urbana, Lisboa 2008-2014. *Convocarte*, n.º 1: *Arte Pública*. FBAUL/CIEBA, Lisboa;

Pereira, J.C. (2016). *O valor da arte*. Fundação Francisco Manuel dos Santos. Lisboa;

Toffler, A. (1980). *The third wave*. Collins. London;

Turismo de Portugal (IP) (2006). *10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal – «City Breaks»*. ITP. Lisboa.

### Digital

Alves, N.F.M. (2010). *A transmissão da crise financeira e económica mundial de 2008 a Portugal*. Dissertação de Mestrado em Economia Monetária e Financeira. ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa. Lisboa. 104 pp. Acedido em 8 de agosto de 2018, em <http://hdl.handle.net/10071/6505>;

Câmara Municipal de Lisboa. (2013). *Lisbon creative economy*. (coord. Paulo Carvalho e Susana Corvelo, design João Gaspar e Vítor Pereira). Lisbon City Council. Lisboa. Acedido em 12 de março de 2018, em: [https://issuu.com/camara\\_municipal\\_lisboa/docs/lisbon\\_creative\\_economy/82](https://issuu.com/camara_municipal_lisboa/docs/lisbon_creative_economy/82);

Costa, A. [@Antoniocostapm]. (2016, 11 de outubro). *Tive a oportunidade de estar hoje em*

*Macau com Vhils. Uma boa conversa, que soube a pouco. Obrigado* [imagem anexada] [post]. *Twitter*. Acedido em 10 de agosto de 2018, em: <https://twitter.com/antoniocostapm/status/785956300832333825>;

Moreira, Cristiana Faria (2018, 19 de fevereiro). Tribunal de Contas rejeita recurso da Câmara de Lisboa sobre ajustes directos para limpeza de *graffitis*. *Público*. Acedido em 12 de março de 2018, em: <https://www.publico.pt/2018/02/19/local/noticia/tribunal-de-contas-rejeita-recurso-da-camara-de-lisboa-sobre-ajustes-directos-para-limpeza-de-graffitis--1803692>;

UNESCO, Intangible Cultural Heritage. (s.d.). *What is intangible cultural heritage?*. [ich.unesco.org](http://ich.unesco.org). Acedido em 25 de maio de 2026, em: <https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003>;

Viitanen, E.-M. et al. (2013). Street activity, dwellings and wall inscriptions in Ancient Pompeii: A holistic study of neighbourhood relations. Em: A. Bokern et al. (ed.). *TRAC 2012, Proceedings of the Twenty-Second Annual Theoretical Roman Archaeology Conference*, Frankfurt, 29<sup>th</sup> March-1 April 2012. pp. 61-80. Acedido em 25 de maio de 2026, em: [https://www.researchgate.net/publication/292103130\\_E-M\\_Viitanen\\_L\\_Nissinen\\_and\\_K\\_Korhonen\\_Street\\_Activity\\_Dwellings\\_and\\_Wall\\_Inscriptions\\_in\\_Ancient\\_Pompeii\\_A\\_Holistic\\_Study\\_of\\_Neighbourhood\\_Relations\\_in\\_A\\_Bokern\\_et\\_al\\_ed\\_TRAC\\_2012\\_Proceedings\\_of\\_the](https://www.researchgate.net/publication/292103130_E-M_Viitanen_L_Nissinen_and_K_Korhonen_Street_Activity_Dwellings_and_Wall_Inscriptions_in_Ancient_Pompeii_A_Holistic_Study_of_Neighbourhood_Relations_in_A_Bokern_et_al_ed_TRAC_2012_Proceedings_of_the);

Waclawek, A. (2008). *From graffiti to the street art movement: Negotiating art worlds, urban spaces, and visual culture, 1970-2008*. Dissertação de Doutoramento em Filosofia. Concordia University. Montreal. 380 pp. Acedido em 8 de agosto de 2018, em: <https://spectrum.library.concordia.ca/976281>.