



O *OUTDOOR* COMO TELA: TÁTICAS ESTÉTICO-POLÍTICAS E A CONSTRUÇÃO DE ESPAÇOS DE CONVÍVIO

Luis Eduardo Q. Guerra

Intervenções urbanas ativismo
outdoors espaços públicos

Lançando um olhar sobre o projeto de arte e ativismo NYSAT, este texto pensa de que modos os cruzamentos entre experimentações artísticas e lutas políticas podem propor novos modos de relação entre o corpo social, o espaço urbano e os meios de comunicação de massa, frente ao espetáculo cotidiano.

THE BILLBOARD AS A CANVAS: POLITICAL AND AESTHETIC TACTICS AND THE CONSTRUCTION OF COMMUNAL SPACES | *Taking a look at the NYSAT project, this text thinks the ways in which the crossings between artistic experimentations and political struggles can propose new ways of engagement between the social body, the urban spaces and the mass communication media before the everyday spectacle.* | **Urban interventions, activism, billboards, public spaces.**

Nova York, manhã de 25 de abril de 2009. Na região de Manhattan, dois homens usando coletes de sinalização revestem com tinta branca toda a superfície de um painel de mídia externa (desses comumente chamados, no Brasil, de *outdoors*). Afixado ao lado do *outdoor* um documento informa sobre a ilegalidade daqueles anúncios e explica que o Comitê Municipal de Controle Paisagístico organizara uma limpeza dos mesmos. Minutos depois de deixarem o local, uma jovem se aproxima do *outdoor*, agora totalmente em branco e, com um marcador permanente, dá início a uma ilustração. Ao longo da manhã, a cena se repete em outros *outdoors* da região, e as narrativas publicitárias, dispostas nos conhecidos painéis midiáticos, vão dando lugar a ilustrações, pinturas, instalações e performances artísticas. Somente algumas horas depois, funcionários da NPA City Outdoors, empresa de mídia responsável por aqueles *outdoors*, junto com a polícia local, percebem que o documento era falso e que o tal Comitê Municipal nem sequer existia; tudo se tratava de uma ação colaborativa de arte-ativismo cuja proposta era a de converter mais de 100 *outdoors* em telas públicas destinadas à livre expressão artística.

De cima para baixo: *Whitewashers*, participantes do projeto NYSAT responsáveis pela caiação dos *outdoors* e Intervenção colaborativa proposta pela artista Maya Hayuk durante a ação do projeto NYSAT

Numa combinação de protesto político e experimentação artística o projeto NYSAT (The New York Street Advertising Takeover), elaborado pela organização Public Ad Campaign e encabeçado pelo fotógrafo e ativista Jordan Seiler, logrou reunir dezenas de participantes em torno de uma experiência coletiva de transgressão temporária do esquema constitutivo da comunicação midiática. Além de denunciar irregularidades cometidas por uma determinada empresa de mídia na veiculação de seus anúncios em espaços públicos, o projeto pretendia estimular debates sobre a atual configuração das paisagens urbanas e das políticas públicas que as regulamentam, encorajando uma espécie de responsabilidade cidadã – uma consciência do potencial de cada cidadão de participar da produção espacial do próprio entorno – por meio da prática artística, sugerindo-a enquanto atividade capaz de engendrar conexões, de afetar o espaço em que se desenvolve e gerar afetos para com ele.

O outdoor como tela e as táticas de contrapublicidade

Partindo da expressão “o outdoor como tela”, retirada da autodescrição do projeto em questão, propõe-se um modo de pensar as práticas de intervenção sobre anúncios publicitários (trabalhadas aqui pelo termo contrapublicidade e, em outros países, conhecidas como *contrapublicidad*, *subvertising*, *adbusting*) enquanto processo criativo de resignificação crítica, convertendo o espaço privado, reservado à comunicação midiática unilateral, em espaço público aberto às expressões e manifestações sociais.

Essa espécie de roubo da linguagem programada ou modos de usar as narrativas oficiais em favor de uma perspectiva crítica pode ter antecedentes encontrados, como revela Mesquita,¹ na desconstrução das narrativas dominantes da cultura branca

pelos escravos afro-americanos, ressignificadas por meio de paródias disfarçadas, de modo que os brancos não as pudessem compreender. Trata-se de modos de utilizar as normas vigentes com propósitos não previstos pelos proprietários dessas normas. Certeau, por sua vez, alude a um fenômeno similar, tomando como exemplo as adaptações dos discursos dos colonizadores espanhóis pelas etnias indígenas que “usavam as leis, as práticas ou as representações que lhes eram impostas pela força ou pela sedução, para outros fins que não os dos conquistadores”.² Nesses termos, o autor denomina “tática” a ação que joga com um terreno que lhe é imposto, que se move no espaço controlado pelo inimigo e se aproveita das falhas abertas na vigilância do poder para criar surpresas, conseguindo estar onde ninguém espera. Como a astúcia das desobediências urbanas cotidianas, a tática é a “arte do fraco”.³

A resignificação das mídias externas promovida pelas ações de contrapublicidade produz perturbações no processo da produção capitalista do espaço ao incitar a participação social na construção das cidades. O indivíduo-consumidor-espectador é conduzido ao reconhecimento da sua capacidade de atuar na produção dos espaços urbanos, indo de encontro à lógica daquilo que Guy Debord⁴ conceitua como “espetáculo” – o resultado de uma sociedade na qual as relações humanas são mediadas por referenciais imagéticos e cuja manutenção se dá na produção circular do isolamento, no distanciamento entre o homem e o mundo que ele produz. Essa tática, portanto, age como desvio capaz de ativar um desejo de participação na construção das paisagens visuais do seu entorno, de criar espaços de convívio em meio ao empobrecimento das ofertas de bens públicos promovido pelas políticas neoliberais, reivindicando mais espaços abertos à fala pública, pensando modelos

de trocas humanas diferentes das zonas de comunicação impostas e, por consequência, gerando maior visibilidade para os conflitos que participam da vida em comum, em detrimento dos discursos comerciais que tendem a ocultá-los – ou prometem solucioná-los pelas vias do consumo.

Um olhar sobre o projeto NYSAT

O projeto NYSAT, proposto pelo artista e ativista estadunidense Jordan Seiler, teve como objetivo a produção de debates sobre o papel da atividade publicitária nos espaços públicos pela ocupação dos *outdoors* com trabalhos artísticos. A estratégia adotada pelo projeto consistia em duas etapas: primeiro os *outdoors* recebiam uma mão de tinta branca (feita à base de cal) cobrindo as narrativas publicitárias para que, em seguida, neles fossem executados trabalhos artísticos. O projeto englobou duas ações, em dois dias distintos – 25 de abril e 25 de outubro de 2009 – com a participação de cerca de 100 pessoas e resultando numa grande intervenção colaborativa responsável pela alteração de cerca de 160 *outdoors*. Apesar dos confrontos com a polícia e das prisões ocasionais de alguns dos participantes, e embora os trabalhos artísticos tenham perdurado, na sua maioria, por menos de um dia, os diálogos travados com transeuntes, os registros feitos em foto e vídeo e a repercussão nos grandes jornais (locais e internacionais) puderam assegurar a sobrevivência do projeto, que segue contribuindo para os debates sobre os conflitos entre os interesses privados e as demandas sociais na produção das cidades.

Para a concretização do projeto foi necessário um planejamento prévio e cauteloso, aliado ao recrutamento e coordenação dos participantes pela comunicação em rede. Pensando na logística da ação, um mapa da região (discriminando os *outdoors* a ser “atacados”) foi dividido em seções

e, para cada seção, foi calculada a quantidade necessária de tinta e de participantes. A tática de cobrir a publicidade com tinta branca, tratada aqui pelo termo inglês *whitewashing*, significava um primeiro passo na conversão daquele espaço comercial num local destinado ao diálogo social. Pela ação do grupo dos *whitewashers* o *outdoor* sofria sua primeira ressignificação, abandonando sua função inicial de “porta-voz” da cultura de consumo para converter-se em “tela pública”.

É relevante considerar que não houve nenhum tipo de orientação, por parte do projeto, quanto ao tema, conceito, ou proposta estética a ser adotada pelos trabalhos realizados. Não houve, por exemplo, distinção entre artista e não artista ou classificação de áreas competentes. Artistas mundialmente reconhecidos desenvolveram seus trabalhos e deixaram suas expressões ao lado das expressões de artistas urbanos menos conhecidos – ou de um pedestre alheio que, ao ver o *outdoor* em branco, apressou-se e escreveu a palavra “paz”. Desse modo, ao mesmo tempo em que o espaço público era ocupado com trabalhos artísticos, lançavam-se questões sobre as noções de valor, aptidão e autoria, frequentemente engessadas nos territórios institucionais da arte. Também é interessante salientar que nenhum trabalho foi assinado, uma característica do projeto que reafirma sua pretensão de celebrar as impressões subjetivas e as expressões “espontâneas”. O propósito, portanto, não foi apenas abrir espaços para a exibição de trabalhos artísticos em si, mas também estimular a expressão individual e a ação coletiva dentro do espaço privatizado pelas publicidades – que, apesar de figurar em meio ao ambiente público, não traduzem os interesses sociais.

Assim, ao passo em que se foram “caindo” os *outdoors*, os espaços em branco se preencheram com trabalhos artísticos dos mais variados. Alguns,

produzidos previamente (como lambe-lambes e estênceis) foram aplicados rapidamente; outros, apresentavam mais complexidade na concepção e na execução. Jane Jacobs, uma das participantes do projeto, optou por executar uma ilustração de cena urbana utilizando marcadores permanentes sobre o *outdoor*. Todas as ilustrações foram feitas no momento, com base em desenhos feitos por ela, uma semana antes, de pessoas que passavam por aquele local. Nesse ponto, o trabalho reiterava a visão do projeto acerca da urgência do engajamento do cidadão na produção do seu espaço e da possibilidade de fazê-lo simbólica e materialmente por intermédio da arte. Para além da simples representação do cotidiano daquela rua, o trabalho de Jacobs falava sobre os encontros e a capacidade de ver o outro no espaço da cidade.

Apropriações urbanas e aproximações sociais

Os encontros e as interações sociais são possibilidades viabilizadas pela prática artística no espaço urbano e, no caso do NYSAT, ampliada pela escolha do dia e horário da ação (domingo, durante o dia). A possibilidade do encontro mostra-se ativa no fluxo de pessoas e símbolos sobre o espaço urbano, cabendo à prática artística, em sua potência participativa, gerar aproximações e interações sociais. Bourriaud, ao abordar as produções artísticas contemporâneas, trata dessa questão pela perspectiva de uma arte relacional, cujo horizonte teórico e prático compreende as interações humanas em seu contexto social, inclinando-se sobre as negociações, conexões e (co)existências em direção a uma “utopia de proximidade” capaz de produzir

Ilustração produzida por Jane Jacobs, durante a primeira ação do projeto NYSAT



*espaços-tempos relacionais, experiências inter-humanas que tratam de se liberar das obrigações da ideologia da comunicação de massa, dos espaços nos quais são elaborados; geram, em certa medida, esquemas sociais alternativos, modelos críticos das construções das relações amistosas.*⁵

Essa experiência estética, que o autor identifica nas produções e direcionamentos conceituais de artistas como Gabriel Orozco, Robert Smithson, Gordon Matta-Clark e Braco Dimitrijevic, pode ser observada, de certo modo, no projeto NYSAT ao engajar dezenas de participantes num determinado espaço e tempo, promovendo a construção coletiva de uma situação na busca de atualização, ainda que temporária, dos modos de se relacionar socialmente com o espaço da cidade e com os meios de comunicação de massa.

É certo que ao criar espaços dentro do espaço urbano os modos de intercâmbio social, ativados pela potência relacional dessa ação, ou seja, as possíveis experiências inter-humanas dela derivadas, adquirem certo grau de aleatoriedade. Uma vez que o espaço urbano comporta uma infinidade de territórios em constante diálogo, a arte que se realiza sobre esse espaço trabalha com esferas relacionais complexas e abertas. A arte por si só já possui a capacidade de produzir diálogos; a ação artística sobre o espaço urbano, entretanto, trabalha em conjunto com o imprevisível. No NYSAT o espectador não é convidado a adentrar o espaço de exibição das obras, pelo contrário, são elas que invadem o espaço público fazendo com que o espectador passe de mero consumidor de imagem (papel que assume tanto nas exposições de arte quanto nas relações com os meios de comunicação de massa) à testemunha da ação – ação essa que se torna ainda mais crítica devido a sua ilegalidade e pelo

fato de ocorrer num espaço público. O espectador é submetido ao peso da responsabilidade de reconhecer-se como ser social e levado ao confronto com as noções constitutivas de sua própria identidade para, por fim, tomar um posicionamento – que pode consistir em condenações morais, juízos estéticos e até na indiferença para com a ação. Por último, o espectador pode, num engajamento com a proposta da ação, perceber-se também como produtor. De alguma maneira ele participa daquela situação. Jacobs conta que “várias pessoas pararam para conversar. O diálogo foi prazeroso, ninguém me acusou de estar fazendo algo ilegal.”⁶

Na visão de Debord o espetáculo, como “resultado e projeto do modo de produção existente”,⁷ une os indivíduos por meio da separação. Na separação entre o produtor e o que ele produz conserva-se uma descrença na capacidade de mudança prática das condições de existência. “Dos meios de comunicação ao urbanismo, a manutenção das condições de isolamento das ‘multidões solitárias’⁸ atua como sustentáculo da vida espetacular. A perda da unidade no mundo dá origem ao espetáculo. É nesse aspecto que a criação de “comuns”, como propõe David Harvey, para o diálogo e a ação política, é tão relevante à idealização de modos participativos de vivenciar e construir a cidade.

*As praças Sintagma, em Atenas, Tahrir, no Cairo, e da Catalunha em Barcelona eram espaços públicos que se tornaram comuns urbanos quando as pessoas ali se reuniram para expressar suas opiniões políticas e fazer suas reivindicações. A rua é um espaço público que histórica e frequentemente se converte pela ação social em um comum do movimento revolucionário.*⁹

Sendo assim, que encargos e exigências poderíamos atribuir às práticas artísticas na produção desses

comuns? O artista Joseph Beuys¹⁰ politiza o fazer artístico ao visualizar na potência produtiva individual uma capacidade de dar forma ao conteúdo social. Segundo ele, a democracia só pode ser completamente alcançada quando todas as pessoas se tornarem produtoras do organismo social. Uma visão parecida com a de Bourriaud ao afirmar que as atitudes se tornam formas e que as formas induzem modelos de sociabilidade.

Essa visão compreende a arte como prática social e propõe que todo indivíduo participe na produção simbólica e material do espaço que habita, mas, ao mesmo tempo, exige uma compreensão mais ampla sobre o fazer artístico, muitas vezes contrária às noções institucionalizadas sobre arte, artista e espaço de produção. Projetos como o NYSAT, cujas propostas de construção colaborativa de situações que alteram modelos e significados sustentados na lógica do espetáculo são capazes de aproximar arte e sociedade numa imaginação conjunta por realidades mais democráticas.

O trabalho desenvolvido pela participante Maya Hayuk, artista e curadora amplamente conhecida por seus murais urbanos e colaborações com artistas de outras áreas, parece dialogar com a expansão das definições de arte quando se propôs a convidar várias pessoas para uma construção colaborativa de seu trabalho, um gesto que pressupõe a renúncia do *status* de artista, bem como dos benefícios envolvidos nessa condição, em favor de uma experiência de subversão das hierarquias configuradas no sistema do mercado artístico. Seu trabalho parece ecoar a fala de Beuys: “Todo ser humano é um artista que – a partir de seu estado de liberdade – da posição de liberdade que experimenta em primeira mão – aprende a determinar outras posições na obra de arte total da futura ordem social.”¹¹



Pensando os diálogos entre a intervenção e o seu entorno

Ao final do primeiro ataque do NYSAT, 120 *outdoors*, dos 132 que haviam sido planejados, foram apropriados por expressões artísticas. A polícia foi chamada algum tempo após o início da ação, resultando na prisão de quatro pessoas, soltas logo em seguida numa tentativa da empresa NPA de abafar o caso. O relativo sucesso do primeiro ataque leva o grupo a planejar um segundo ataque para o dia 25 de outubro daquele mesmo ano. O objetivo, menos ambicioso, visava modificar 116 *outdoors* e contou com a ajuda de cerca de 80 pessoas. Dessa vez, devido à reverberação da primeira ação, a empresa



Instalação produzida pela artista Beth Whitney durante a segunda ação do projeto NYSAT

NPA e a polícia local já estavam preparadas, gerando confrontos logo no início da execução do projeto e impossibilitando a concretização do objetivo final. Apesar dos impasses, algumas obras puderam ser concluídas.

Beth Whitney, participante da segunda ação do NYSAT, elaborou uma instalação cuja montagem exigiu pouco tempo, logrando finalizá-la antes que a polícia chegasse. Tratava-se de uma “escultura de parede” em que eram representados cinco pedaços de carne, feitos com papéis de embrulho

pintados de vermelho e montados sobre plataformas sólidas elaboradas com espuma de isolamento, dependurados em “ganchos dourados”, também feitos com a mesma espuma. A superfície do *outdoor* foi coberta com um lambe-lambe pintado à mão pela artista, dias antes da ação, sendo aplicado rapidamente durante o ataque.

O local escolhido por Whitney, mais especificamente as cercanias do cruzamento das ruas West 13th e Washington, é conhecido como o *meatpacking district* de Nova York. Trata-se de área da cidade em que eram instalados os matadouros e as indústrias envolvidas na produção de carnes. Com o tempo, a área foi sendo tomada por boates e bares – um ambiente ao qual Whitney se refere ironicamente como um “mercado de carnes” – elevando o valor dos seus aluguéis e atraindo comerciantes e consumidores do mercado da moda e do entretenimento. Segundo a artista, atualmente a área se encontra ainda mais gentrificada ao passo que representantes de marcas de luxo se associam às boates. Não à toa, o *outdoor* alterado estava disposto em frente a uma das boates e seu conteúdo comercial exibia uma série de fotos de mulheres nuas da cintura para cima cobrindo os seios com os braços. “Foi um anúncio que me pareceu demasiado objetificante, então eu fiz uma escultura de parede em resposta”.¹²

O processo criativo empreendido por Whitney dialoga com uma rede de significados sobre os quais se desenvolve sua obra. Podemos deduzir pelo menos dois sentidos para os questionamentos suscitados pela instalação: a abordagem do curso da gentrificação ocorrida no local, remetendo a seu passado como matadouro, ainda presente na denominação popular *meatpacking district* (e sua realidade atual como ambiente explorado pelo mercado da moda) e a abordagem do discurso objetificante presente nas mensagens publicitárias

em que a imagem da mulher é frequentemente reduzida a sua capacidade de apelo sexual e representada como um “pedaço de carne” sem vida e exposto ao consumo.

A instalação urbana de Whitney joga com os significados por meio de apropriações, combinações e subversões, de modo a articular e difundir novos discursos. O território do *outdoor*, superfície dirigida à manutenção de uma cultura voltada para o consumo, passa a tensionar as problemáticas a ela inerentes, questionando sobre as consequências sociais decorrentes dos projetos não democráticos de desenvolvimento urbano, ao mesmo tempo em que denuncia o tratamento dado à imagem feminina pelos anúncios publicitários. A obra, nesses diálogos múltiplos, nos fala das lutas fragmentadas que se desenvolvem no ambiente urbano atual e demonstra de que maneira as ações de contrapublicidade podem abrir espaços inesperados para dar voz a essas interrogações, à manifestação e aproximação de um conjunto de vozes heterogêneas, cada qual com as suas concepções estéticas, suas histórias, experiências, propósitos e investigações.

A obra de Beth Whitney, bem como os demais trabalhos efetivados durante o projeto NYSAT, ressalta o apreço à pluralidade dos discursos num ambiente urbano que preserva suas desigualdades nos espaços de representação. Esses trabalhos, ao ocupar com seus próprios discursos e reivindicações os espaços privatizados pelo discurso comercial, podem ser compreendidos como tática similar às “situações construídas” – eventos participativos e temporários, sugeridos por Debord¹³ como forma de quebrar as cadeias do espetáculo e experimentar novas realidades. Segundo o autor, essas situações construídas deveriam provocar a capacidade do espectador de revolucionar a própria vida e produzir novas realidades sociais. Nesse sentido, a ocupação colaborativa das publicidades em *outdoors* pode

conduzir a uma reconsideração do papel do espectador, e da possibilidade de tornar-se um sujeito ativo na configuração de um espaço urbano que priorize o diálogo social em detrimento dos discursos comerciais. Whitney alude a essa questão quando nos conta: “Para moldar uma nova realidade as pessoas precisam estar aptas a imaginar que outras realidades possíveis existem fora daquela que já aceitaram como ‘natural’ ou inevitável”.¹⁴

Construindo espaços de convívio

Os encontros proporcionados pelo NYSAT, ocorridos nos níveis físicos e simbólicos, demonstram resistência àquilo que Marisa Flórido chamará de uma “crise do comum” – por sua vez inserida numa crise maior que engloba o esgotamento das formas de representação e dos modelos políticos “que deem conta da complexidade de nosso tempo com sua fluidez vertiginosa”.¹⁵ É nesse sentido que a construção de comuns – que David Harvey propõe como espaços de diálogo social e debate político – mediante ações colaborativas de contestação política e expressão artística pode nos ajudar a recuperar um sentido de vizinhança e “reaprender a difícil costura entre as diferenças”.¹⁶

A proposta de apontar novas realidades pela resignificação das mídias publicitárias compartilha do mesmo anseio que orienta não somente as atuais ações de contrapublicidade, mas uma série de movimentos sociais urbanos: a vontade de empoderar cidadãos para intervir na lógica urbanística contemporânea, para reivindicar voz na definição dos espaços urbanos. Harvey, com base em Lefebvre, trata dessa demanda pela expressão “direito à cidade”, em sua análise dos movimentos sociais contemporâneos que emergem no contexto urbano das grandes cidades.

Em *Cidades rebeldes* Harvey alude a uma retomada das ideias de Henri Lefebvre durante a última década,

frente ao crescimento das desigualdades socioeconômicas e da proteção neoliberal aos direitos da propriedade privada como política hegemônica, fomentando o desenvolvimento dos movimentos sociais urbanos, que emergem no mundo inteiro reivindicando este direito de “mudar e reinventar a cidade mais de acordo com nossos mais profundos desejos. (...) A liberdade de fazer e refazer a nós mesmos e a nossas cidades”.¹⁷

Se, assim como Harvey, nos apoiamos na ideia de que intervir sobre o espaço urbano equivale a intervir sobre nós mesmos, podemos enxergar a proposta do NYSAT como uma tática de ocupação criativa e temporária capaz de indicar, na construção colaborativa de espaços de convívio, a visibilidade dos conflitos e a possibilidade de diálogos sociais como vias essenciais para qualquer avanço na discussão do sentido de uma democracia em meio à condição do espetáculo em nossos tempos.

NOTAS

1 Mesquita, André. *Insurgências poéticas. Arte ativista e ação coletiva*. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2011.

2 Certeau, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1998: 94.

3 Certeau, op. cit: 95.

4 Debord, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

5 Bourriaud, Nicolas. *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora, 2008: 53-54.

6 Jane Jacobs. Entrevista concedida ao autor em 17 de março de 2016.

7 Debord, 1997, op. cit: 14.

8 Debord, 1997, op. cit: 23.

9 Harvey, David. *Cidades rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana*. São Paulo: Martins Fontes, 2014: 144.

10 Beuys, Joseph. I am searching for field character. [1973]. In: Bishop, Claire (Ed.). *Participation: documents of contemporary art*. London: Whitechapel Gallery; Cambridge: MIT Press, 2006.

11 Beuys, op. cit.: 125.

12 Beth Whitney. Entrevista concedida ao autor em 9 de abril de 2016.

13 Debord, Guy. Towards a situationist international. [1957]. In: Bishop, Claire (Ed.). *Participation: documents of contemporary art*. London: Whitechapel Gallery; Cambridge: MIT Press, 2006.

14 Beth Whitney. Entrevista concedida ao autor em 09 de abril de 2016.

15 Flórido, Marisa. Diálogo: Marisa Flórido. In: Campbell, Brígida. *Arte para uma cidade sensível*. São Paulo: Invisíveis Produções, 2015: 170.

16 Harvey, op. cit: 171.

17 Harvey, op. cit: 28.

Luis Eduardo Q. Guerra é mestre em artes visuais pela linha de Imagem e Cultura da EBA/UFRJ com interesse nas relações entre arte e ativismo na contemporaneidade.