

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO AMERICANOS SOBRE CULTURA E COMUNICAÇÃO

Lambe-Lambe

Resistência à verticalização do Baixo Augusta

Diogo Oliveira
Novembro de 2015

Trabalho de conclusão de curso de pós-graduação apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos sob orientação da Profa. Dra. Bernardete Toneto.

Lambe-Lambe: resistência à verticalização do Baixo Augusta¹

Diogo Oliveira²

RESUMO

A verticalização do Baixo Augusta, no centro de São Paulo, que se acentuou a partir dos anos 2000, está desencadeando uma série de ações de resistência que se opõem ao projeto de privatização do espaço urbano. O presente artigo busca registrar a função que a intervenção artística conhecida como lambe-lambe tem desempenhado nessa luta.

Palavras-chave: Baixo Augusta; Lambe-Lambe; Intervenção Urbana Urbana; Resistência; Mídias.

ABSTRACT

The recently and fast uprighting of Baixo Augusta, in downtown São Paulo, are now initiating on a series of resistance actions opposing the privatization project of the urban space. This article seeks to bring data and record the function that artistic intervention known as Flyposting Ads has played in this struggle.

Keywords: Baixo Augusta; Flyposting Ads; Urban Intervention; Resistance; Media.

RESUMEN

La verticalización de Baixo Augusta, en el centro de Sao Paulo , que se ha desarrollado a partir de la década de 2000 , está provocando una serie de acciones de resistencia que se oponen al proyecto de privatización del espacio urbano. Este artículo busca documentar el papel que la intervención artística conocida como Lick - Lick ha jugado en esta lucha .

Palabras clave: Baixo Augusta; Lambe-Lambe; Intervención Urbana; Resistencia; Medios.

¹Trabalho de pós-graduação apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos sob orientação da Profa. Dra. Bernardete Toneto.

² Diogo Oliveira é graduado em Produção Audiovisual pela Faculdades Integradas Rio Branco.

1. Introdução

A consolidação da cidade de São Paulo como pólo industrial do país no século XX e centro financeiro e de serviços no século XXI fez do município a maior potência econômica da América do Sul, sede das principais multinacionais do continente. Essa característica, por décadas, tem despertado o interesse de migrantes de várias regiões do Brasil e do mundo. Eles vieram para São Paulo, e muitos continuam chegando, em busca de oportunidades ou atraídos pela metrópole cosmopolita, que está integrada à globalização financeira e informacional. Embora as demandas dos moradores locais e dos vindos de fora não tenham sido absorvidas pela infraestrutura da capital, que continua crescendo de forma desordenada, a cidade viabilizou que diferentes sujeitos dividissem o mesmo espaço, fator determinante para a transformação de São Paulo em um dos centros urbanos multiculturais e híbridos do planeta, como aponta Nestor Garcia Canclini:

(...) a expansão urbana é uma das causas que intensificaram a hibridização cultural. (...) Passamos de sociedades dispersas em milhares de comunidades rurais com culturas tradicionais, locais e homogêneas, em algumas regiões com fortes raízes indígenas, com pouca comunicação com o resto de cada nação, a uma trama majoritariamente urbana, em que se dispõe de uma oferta simbólica e heterogênea, renovada por uma constante interação do local com redes nacionais e transnacionais de comunicação. (1997, p. 285).

Na cidade, a estética da paisagem urbana sofre influência direta do capital financeiro. A arquitetura cinza para morar, prédios espelhados para trabalhar e blocos de concreto (os *shopping centers*) para lazer e consumo predominam na lógica da cidade, financiada pelos donos do dinheiro e do poder. Contudo, mesmo hegemônica, a arquitetura divide o espaço urbano com bolsões de criatividade que propõem experiências estéticas e de convivência singulares.

A ampla oferta de locais para convívio, serviços e eventos fez que regiões da cidade de São Paulo se tornassem verdadeiros espaços multiculturais. O Baixo Augusta é uma região que abrange as ruas Augusta, Bela Cintra, Frei Caneca, Peixoto Gomide, Caio Prado, Fernando de

Albuquerque e Antônio Carlos, e se localiza entre os metrô Consolação e Anhangabaú, no centro de São Paulo. Possui um território físico e simbólico que se opõe à uniformização da cidade, pois abriga a boemia, universidades, lojas, interninhos, restaurantes, cinemas, teatros e empresas de variados segmentos.

As intervenções artísticas no Baixo Augusta surgiram nesse contexto de diversidade cultural e vida agitada. Essas ações, com acentuado teor político contrário à verticalização do bairro, estão alimentando o debate sobre a necessidade de existirem espaços públicos para fins coletivos e sobre o direito à cidade, inserindo seus frequentadores e moradores na política por meio da arte. A pesquisa a seguir aprofunda-se especialmente na intervenção lambe-lambe, prática decolar cartazes de conteúdo artístico ou crítico em espaços públicos. Como o grafite e a pichação, os cartazes lambe-lambes vêm sendo muito disseminados, mas, diferentemente dessas formas de expressão, podem ser produzidos em larga escala, o que aumenta o alcance de sua visibilidade.

2. Baixo Augusta: a formação da territorialidade

Nas décadas de 1960 e 1970, jovens e artistas brasileiros foram influenciados pela *contracultura*³ Buscando romper com as normas de uma sociedade patriarcal e moralista, eles ocupavam as ruas, produziam festivais musicais, propunham a valorização da vida comunitária e das minorias raciais e culturais, a liberdade sexual e faziam experiências com drogas. No Brasil, a contracultura passou a ser amplamente divulgada a partir da estréia do programa *Jovem Guarda*, na TV Record, em 1965. Gravado na cidade de São Paulo e apresentado pelos cantores Erasmo Carlos, Wanderléa e Roberto Carlos, o programa ligou a indústria da moda à indústria fonográfica. Marcas de roupa, como a Jovem Guarda, lançaram peças que confrontavam os padrões da época: minissaias, coletes, trajes coloridos para os meninos e calças compridas para as meninas. Essas marcas vendiam o ideal do jovem urbano.

A rua Augusta era o mais famoso reduto da juventude paulistana na época. Com cerca de três quilômetros de extensão, a Augusta começa na

³Contracultura foi um movimento que ocorreu entre as décadas de 1960 e 1970 principalmente nos Estados Unidos e em parte da Europa.

praça Roosevelt, que fica entre essa rua e a rua Consolação, no centro de São Paulo, atravessa a avenida Paulista, via mais famosa da cidade, e termina na rua Estados Unidos, no bairro Jardins.

Nos anos 1960 e 1970, em termos imobiliários, a região da rua Augusta que fica no bairro Jardins passou a ser muito valorizada: cinemas, lojas de discos, grandes centros comerciais, lanchonetes, bares e casas noturnas surgiram no local. A região consolidou-se como espaço para a socialização do novo estilo de vida e consumo crescente da juventude daquelas décadas, absorvendo a demanda da indústria cultural⁴ que despontava.

Contudo, isso não perduraria, pois o fato de a Augusta ter se tornado uma rua boêmia, somado à chegada dos *punks*⁵ não agradava os moradores dos Jardins, bairro nobre de São Paulo, que, aos poucos, se organizaram para limitar a convivência coletiva nesse espaço.

A Rua Augusta, sem perder seu caráter comercial, potencializado por ela ser uma importante via de ligação entre o centro e a zona oeste de São Paulo, passou por uma transformação de identidade. A região inserida no bairro Jardins continuou abrigando desde lojas de produtos alternativos até grandes centros de compras, porém os lugares destinados ao lazer e à experiência foram desaparecendo.

Em contrapartida, a partir dos anos 1980, o Baixo Augusta, no centro de São Paulo, mostrou ter herdado – e ressignificado – o valor simbólico da rua Augusta como espaço coletivo, construído em décadas passadas. Restaurantes, casas noturnas, teatros, cinemas, prostíbulos e bares passaram a ocupar a região, contemplando, além da Augusta, as ruas Bela Cintra, Frei Caneca, Peixoto Gomide, Caio Prado, Fernando de Albuquerque e Antônio Carlos. Na região também se localiza a praça Roosevelt, que se tornou reduto de skatistas porque tem um piso liso que é ideal para a realização de

⁴Os filósofos alemães, Max Horkheimer (1895-1973) e Theodor Adorno (1903-1969), observando um novo momento do fazer artístico, cunharam o termo “**indústria cultural**”, que se tornou o termo usado para designar um modo de fazer cultura a partir da lógica da produção industrial. MUNDO EDUCAÇÃO. Indústria Cultural. Disponível em: <<http://www.mundoeducacao.com/filosofia/industria-cultural.htm>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

⁵O movimento punk surgiu nos Estados Unidos durante a guerra fria, na década de 1970 entre os jovens pobres e marginalizados que defendiam o anarquismo como ideologia política e expressavam-se por meio de um comportamento tido como violento. TRIBOS URBANAS. **Punks**. Disponível em: <<http://tribosurbanas0809.blogspot.com.br/2009/05/punks.html>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

manobras e possui corrimãos com obstáculos, e seus arredores abrigam bares e os grupos de teatro Os Satyros e Espaço Parlapatões.

A ampla oferta de serviços e eventos, somada à presença de dois metrô na região, o Anhangabaú e o Consolação, trouxe ao Baixo Augusta um público heterogêneo, plural, reafirmando sua importância simbólica. A Augusta é um acontecimento espontâneo e não homogêneo que deu certo.

No Baixo Augusta acontecem múltiplas intervenções urbanas e grupos sociais interagem, fazendo da região um projeto coletivo e multicultural. Muitas intervenções artísticas, como o lambe-lambe, o grafite e a pichação, acontecem nesse contexto de diversidade.

Por meio dessas e de outras interferências, múltiplos símbolos com intenções e significados distintos apropriam-se de prédios, muros, postes etc., somando mais elementos à grande diversidade do Baixo Augusta.

Paralelamente a essas interferências estéticas que passaram a ocorrer na região, o Baixo Augusta começou a ser alvo de um forte movimento de especulação imobiliária a partir dos anos 2000.

Ana Carla Fonseca (2011), em sua tese de doutorado *Cidades criativas*, aponta que “a globalização dos espaços diminui a experiência dos lugares”. Essa visão vem ao encontro do que está ocorrendo no Baixo Augusta, ou seja, a valorização qualitativa dessa região (por causa de sua diversidade cultural, sua localização geográfica e seu capital simbólico) atraiu a atenção do mercado imobiliário, representado pelas construtoras, o que tem impactado negativamente a experiência que o espaço proporciona.

A especulação, que se acentuou a partir de 2010, fez que dezenas de lançamentos imobiliários aparecessem, substituindo lugares que propunham experiências de convivência e diversidade por prédios residenciais e comerciais.

Essa verticalização expõe o distanciamento das pessoas em relação à vida coletiva, que tem ocorrido nos grandes centros urbanos, apontado por Zygmunt Bauman em *Confiança e medo na cidade* (2009). Segundo o autor, os problemas dos grandes centros urbanos (superpopulação, violência, intolerância, desigualdade e segregação) estão criando ilhas de uniformidade, ou seja, condomínios padronizados com “soluções” para morar, o que impossibilita a convivência entre as diferenças e sufoca qualquer projeto e

experiência coletivos de cidade. Esse processo está em curso no Baixo Augusta. É a estética do capital opondo-se aos grafites, às pichações, aos lambe-lambes. É a multiplicidade dos locais que atraem variadas tribos urbanas⁶ substituída por emaranhados de cubículos individuais, que servem somente a um seleto grupo, pois, em São Paulo, morar e viver a cidade não deixou de ser privilégio de quem pode pagar. Entretanto, a Augusta resiste de diversas maneiras, como com a intervenção artística, assunto deste trabalho.

3. Lambe-Lambe: histórico e experiências hegemônicas

A prática de colar cartazes é antiga. Os mais diversos estilos e formatos, produzidos e reproduzidos com múltiplos objetivos, disseminaram intenções e ideias no espaço geográfico que constituem parte da história mundial. A transformação dos cartazes associa-se à tecnologia, à estética e ao pensamento de cada época. Existe hoje diferenciação entre os termos *cartaz*, *pôster* e *lambe-lambe* (ressignificação do cartaz), pois a cada um deles é atribuído um sentido diferente. O cartaz possui valor funcional e comercial e está relacionado à propagação de uma ideia, um produto ou serviço. O pôster tem valor estético, decorativo e em geral é colocado em espaços privados. O lambe-lambe, cujo nome surgiu no século XXI, tem no cartaz o seu precursor, mas sua função o diferencia deste, pois está relacionado a um movimento com viés crítico e propõe uma ideia ou reflexão contrária a alguma conduta social ou desigualdade, ou simplesmente é resultado do trabalho de artistas e grupos de artistas que ocupam o espaço público com o objetivo de espalhar suas criações.

No século XV, a impressão tipográfica, que consiste em transferir a tinta para o papel por intermédio de um molde pré-definido, foi a tecnologia usada para produzir o primeiro cartaz, criado pelo francês *Saint-Flour*. O cartaz era feito em manuscrito e não tinha imagens, devido à limitação técnica desse tipo de reprodução, que não permitia impressão colorida e com formas.

⁶A expressão “Tribos Urbanas” foi criada pelo sociólogo francês Michel Maffesoli, em 1985. Segundo ele, tribos urbanas são grupos formados nas grandes metrópoles onde compartilham hábitos, valores culturais, estilos musicais, de se vestir e ideologia.

Alguns séculos depois, em 1816, foi criada a primeira gráfica de impressão litográfica colorida, em Paris, França. O processo litográfico, executado por meio de uma pedra calcária, de uma placa de alumínio ou de zinco, consiste na repulsão entre a água e a substância oleosa (tinta). Essa inovação possibilitou a impressão em quatro cores e com traços curvilíneos, permitindo a reprodução e a circulação massiva de imagens. Artistas como os franceses Jules Cherét e Henri de Toulouse-Lautrec ficaram conhecidos, na segunda metade do século XIX, por se apropriarem dessa tecnologia para retratar cenas da vida noturna parisiense, criando centenas de cartazes de divulgação de espetáculos de cabaré, até então reproduzidos pelo método tipográfico.

A impressão litográfica foi o avanço tecnológico responsável pelo florescimento e pela difusão dos cartazes impressos em diversas partes do mundo. Assim, o caráter reprodutivo desse tipo de impressão tornou os cartazes objetos de mídia que passaram a ser utilizados por mercados e governos, atraídos pela possibilidade de produzi-los em larga escala. Isto porque, dessa forma, os cartazes teriam maior poder de alcance.

3.1 Primeira e Segunda Guerras Mundiais

No século XX, o cartaz teve a função de divulgar e promover os dois lados que se confrontaram na Primeira Grande Guerra (1914-1918). Tornou-se um elemento central para a divulgação da ascensão e queda de ditadores, regimes políticos, entre outros fatos que marcaram a história. A Primeira Guerra Mundial conferiu ao cartaz um papel de elevado teor persuasivo: o da propaganda política. Em alguns países, como os Estados Unidos e a Alemanha, essa função ultrapassou o período dessa guerra.

Durante o conflito, os países desenvolveram estratégias eficazes para manipular a grande massa da população, com o intuito de provocar sentimentos de revolta e raiva em relação às nações inimigas, explorando conceitos de glória nacional e coragem militar. Até aquele período, a persuasão de massas nunca tinha sido tão explorada em cartazes.

Fig. 1 – Eu quero você para o exército dos EUA



Fonte: Woww⁷

⁷Cartaz usado com o propósito de atrair recrutas para lutar na Primeira Guerra Mundial.WOWW.
Propaganda alemã (nazista) pré Segunda Guerra Mundial. Disponível em:
<www.woww.com.br/2008/04/propaganda-alem-nazista-pr-segunda.html>. Acesso em: 26 set. 2015.

Fig. 2 - Uma vez alemão, sempre alemão



Fonte: Woww⁸

Ainda no século XX, outro grande conflito iria assolar o mundo: a Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Adolf Hitler, grande ditador da Alemanha, notou os espantosos resultados que a propaganda política alcançou na Primeira Guerra Mundial e na jovem União Soviética e reconheceu que a propaganda da guerra alemã era ineficaz. Assim, foi com a propaganda dos países inimigos que ele aprendeu a mobilizar a população. Durante o nazismo, elementos utilizados nas mensagens, como a simplicidade, a repetição e a emoção, foram os pontos essenciais de toda a propaganda política alemã. O objetivo dos cartazes, nesse contexto, era despertar a atenção das massas e conquistar seu apoio ao governo vigente.

⁸Cartaz do Reino Unido buscando incitar o ódio pelo povo alemão. PROPOSITTO DESIGN. **12 cartazes de propaganda da Primeira Guerra Mundial**. Disponível em: <http://www.propositto.com.br/wordpress/2010/11/13-cartazes-de-propaganda-da-primeira-guerra-mundial/>. Acesso em: 29 set. 2015.

Fig. 3 – Trabalhadores da mão e da mente!



Fonte: Woww⁹

Fig. 4 - Por comida e trabalho, vote Adolf Hittler Lista 2



Fonte: Woww¹⁰

⁹Cartaz de propaganda política de Hitler. WOWW. **Propaganda alemã (nazista) pré Segunda Guerra Mundial**. Disponível em: <www.woww.com.br/2008/04/propaganda-alem-nazista-pr-segunda.html>. Acesso em: 26 set. 2015.

¹⁰ Tradução do cartaz: Mais de 300 Nacionais Socialistas morreram por você – mortos por marxistas sub-humanos! Por comida e trabalho, vote Adolf Hittler Lista 2 Idem.

3.2 *Keep Calm and Carry*

Durante a Segunda Guerra Mundial o governo inglês decidiu imprimir cartazes para acalmar a população, imersa em territórios tomados pelo conflito. A ideia era imprimir três cartazes que seguissem o mesmo padrão de *design*: duas cores, uma frase impressa em fonte personalizada e um desenho da coroa do rei à frente do país na época, George VI. Três versões foram enviadas à gráfica. As duas primeiras foram distribuídas em setembro do mesmo ano e invadiram paredes e vitrines de lojas e janelas de vagões de trens. Porém a terceira versão, *Keep calm and carry on*, foi guardada para ser exposta apenas em uma situação de crise ou de invasão. O cartaz com essa versão acabou não sendo lançado. Mas, em 2000, sessenta e um anos após ser impresso, o cartaz veio a público. Ele estava em um sebo na costa nordeste da Inglaterra, entre livros empoeirados. Quando encontrou o cartaz, a dona da livraria o enquadrou e pendurou na parede do estabelecimento. O cartaz fez tanto sucesso entre os clientes que os donos decidiram imprimir cópias da imagem e comercializá-las, dando-lhe o sentido de pôster. O cartaz com a frase que ganhou o mundo também foi usado para a criação de diversos outros objetos para venda.

Fig. 5 - Manter a calma e seguir em frente



Fonte: Super Interessante¹¹

¹¹Cartaz descoberto após 61 anos de sua criação. Ele seria utilizado na Segunda Guerra Mundial se os conflitos envolvendo o Reino Unido se agravassem. SUPER INTERESSANTE. **História sem fim**: conheça a história do Keep Calm and carry on. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/blogs/historia-sem-fim/conheca-a-origem-do-keep-calm-and-carry-on/>>. Acesso em: 26 set. 2015.

3.3 Ditadura militar

Na década de 1960 e até o final da década de 1980, na América Latina, durante a ditadura militar, o cartaz foi muito utilizado como forma de expressão contra a repressão dos governos totalitários. No Brasil, os cartazes eram colados nos muros das principais cidades brasileiras. Enquanto os militares reprimiam os protestantes, parte da população e organizações contrárias ao regime saíam às ruas para protestar e colavam cartazes reivindicando direitos e o fim do militarismo. Dessa forma, fortalecia-se a oposição aos ditadores.

Fig. 6 - Anistia ampla, geral e irrestrita



Fonte: Educação política¹²

Ao mesmo tempo, o mesmo mecanismo era utilizado pelos militares para atingir os cidadãos contrários ao militarismo. Eles colavam cartazes, por exemplo, de pessoas às quais chamavam de “terroristas”, que lutavam pela liberdade de expressão, entre outros direitos.

¹²Cartaz contra a ditadura militar no Brasil, exigindo liberdade aos presos políticos contrários ao regime. EDUCAÇÃO POLÍTICA. **Ditadura militar**. Disponível em: <http://educacaopolitica.com.br/tag/ditadura-militar>>. Acesso em: 26 set. 2015.

Fig. 7–Terroristas procurados



Fonte: PSOL-SP¹³

4. Baixo Augusta: a narrativa dos murros

Em 2013, após os protestos ocorridos em junho em várias capitais do Brasil, que reivindicavam a suspensão do aumento da tarifa de ônibus e a implantação do transporte público gratuito, organizados pelo Movimento Passe Livre (MPL), o lambe-lambe se tornou um importante aliado para divulgar a agenda de mobilidade urbana do grupo e as ações programadas para efetivá-la em São Paulo. A partir desse acontecimento, que teve grande repercussão em todo o país, essa mídia alternativa se popularizou no território de São Paulo, principalmente nas regiões centrais, onde é possível identificar lambe-lambes com diferentes discursos e narrativas.

Desde então, no Baixo Augusta, o lambe-lambe tem disputado e dividido espaço com o grafite e a pichação, despertando o interesse e a curiosidade de quem transita pelo local. Os conteúdos do lambe-lambe expressam posições alternativas à política dominante, ampliando o poder de reverberação dos sujeitos que estão inseridos na luta contra a privatização do

¹³Cartaz de “procurados”, utilizado pelos militares, associando os opositoristas do regime ao terrorismo. PSOL-SP. **Cumpra-se** Disponível em: <<http://psol50sp.org.br/blog/2011/10/10/cumpra-se>>. Acesso em: 26 set. 2015.

espaço público. Essa linguagem artística serve como suporte à luta que atua em rede contra a verticalização, da qual fazem parte coletivos que ocupam o Parque Augusta com atividades culturais e assembleias públicas e advogados, que, ao mesmo tempo, agem no campo jurídico para embargar o fechamento da área e oficializar a criação do parque.

As possibilidades propostas e executadas pelos ativistas e moradores do Baixo Augusta estão em sintonia com o novo Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo (PDE), aprovado em 2014, que tem como principais objetivos:

(...) humanizar e reequilibrar São Paulo, aproximando moradia e emprego e enfrentando as desigualdades socioterritoriais. Para atingir esses objetivos é necessário combater a terra ociosa, que não cumpre a função social; implantar a política habitacional para quem precisa; valorizar o meio ambiente; orientar o crescimento da cidade nas proximidades do transporte público; qualificar a vida urbana na escala de bairro; promover o desenvolvimento econômico na cidade; preservar o patrimônio e valorizar as iniciativas culturais; e fortalecer a participação popular nas decisões dos rumos da cidade.

Por atender boa parte das demandas do PDE, construído com a participação da sociedade, as ações de apropriação da rua e do Parque Augusta adquiriram ainda mais legitimidade. A resistência que elas representam pode e deve se tornar um marco que contribua para que os objetivos do plano deixem o campo das intenções e se concretizem, diminuindo a disparidade socioespacial.

Em 2015, especialmente entre julho e outubro, a narrativa do lambe-lambe expôs que, mesmo após a colocação de tapumes e da reapropriação do imóvel em março, a resistência organizada e executada por meio dos cartazes, permanece nos muros.

4.1 LAMBE-LAMBE: MÍDIA RADICAL

John D. H. Downing, em sua obra *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais* (2001) aponta que os grandes meios de comunicação de massa (impresso, rádio e televisão) estão “ibopizando” os debates ao dar mais espaço para assuntos que já estão sendo falados e

repercuti-los em uma discussão superficial, que pauta inclusive estudos acadêmicos. Essas mídias noticiam o que dá ibope e o que está alinhado com a ideologia de seus financiadores e controladores, mantendo a estrutura da comunicação de massa monopolizada, resultando na despolitização do debate por se concentrar somente na audiência:

Os diversos tipos de discursos sobre as mídias podem até falar de política, tematizá-la e transformá-la em matéria retórica, mas não são políticos eles próprios. A essência da política é a mudança do mundo social. (DOWING, 2001, p. 13).

Em contrapartida, ainda segundo o autor, mídia é um conceito amplo, e, entre os vários tipos de mídia, a *mídia radical* se destaca por expressar uma visão alternativa “às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas”.

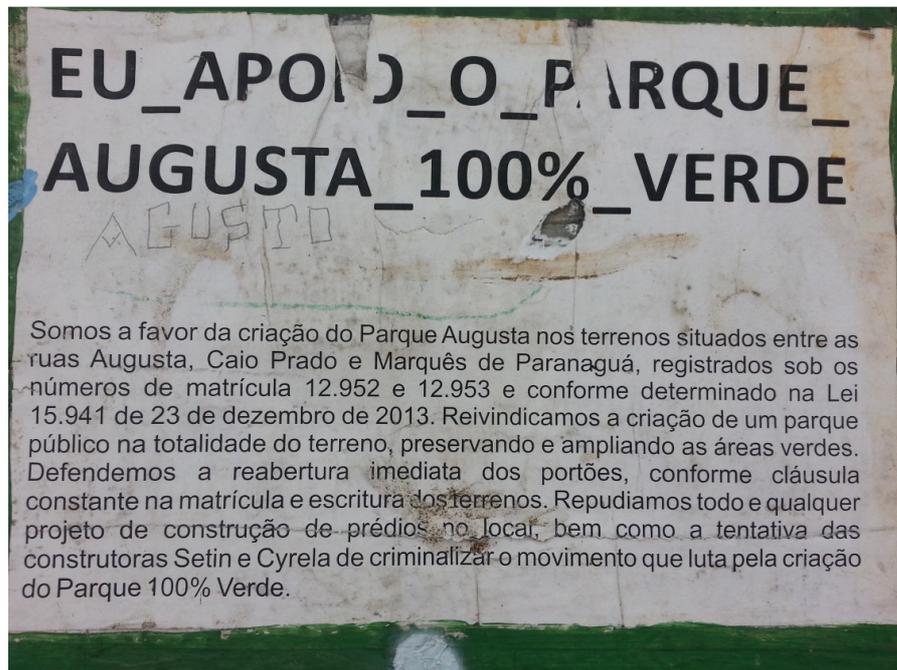
O lambe-lambe, no contexto atual do Baixo Augusta, ocupa o espaço de mídia radical, pois é uma manifestação comunicacional apropriada por um grupo organizado contra-hegemônico com objetivo determinado: criar o Parque Augusta e evitar a verticalização do bairro. Na pesquisa de campo realizada para desenvolver este artigo, entre julho e agosto de 2015, dados foram coletados para justificar essa afirmação. É possível identificar nos lambe-lambes diferentes linguagens que fazem parte da mesma narrativa, mostrando que essas intervenções auxiliam os movimentos sociais que atuam na região a exercer sua resistência.

Fig. 8 – Parque Augusta



Fonte: Autor desconhecido.¹⁴

Fig. 9 – Parque Augusta 100% Verde



Fonte: Autor desconhecido.¹⁵

¹⁴Lambe-lambe com poema reivindicando a criação do parque Augusta sem prédios, pois estes dificultam a experiência do local.

¹⁵Lambe-lambe reivindicando a criação do parque Augusta e a abertura dos portões, prevista em cláusula da matrícula e na escritura dos terrenos.

Fig. 10 – Parque Augusta: menos concreto, mais clorofila



Fonte: Maicknuclear.¹⁶

Fig. 11 – Parque Augusta resiste



Fonte: Coletivo Earth First!¹⁷

Fig. 12 – Segunda e terça: ocupar Parque Augusta

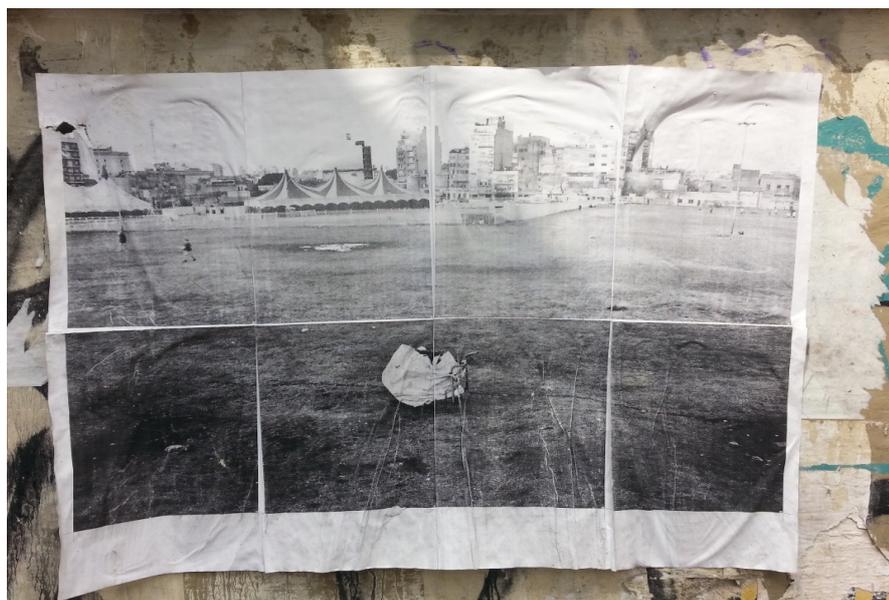
¹⁶ Maicknuclear também participa das reivindicações por uma Augusta mais verde.

¹⁷ Lambe-lambe com poema reivindicando a criação do parque Augusta sem prédios, pois estes dificultam a experiência do local.



Fonte: Coletivo Earth First!¹⁸

Fig. 13 – Reflexão sobre espaço e lazer

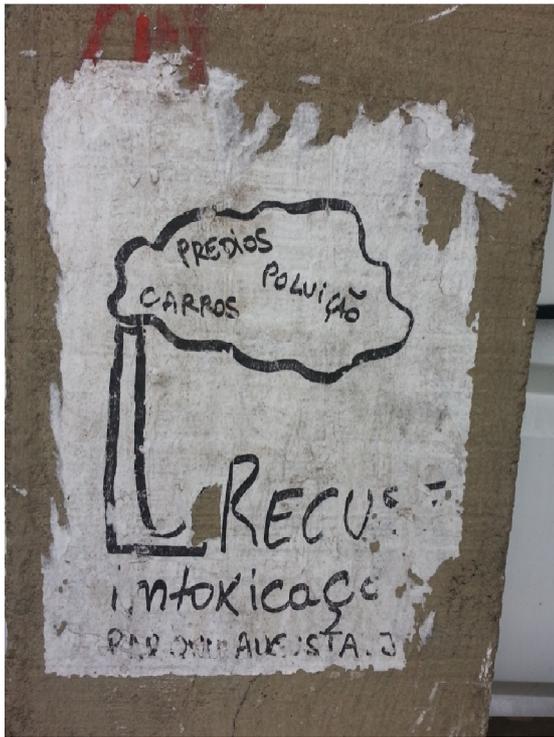


Fonte: Autor desconhecido.¹⁹

Fig. 14 – Intoxicação

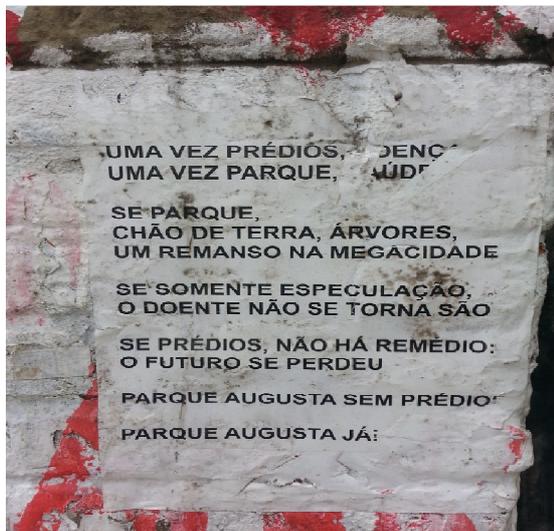
¹⁸ Lambe-lambe convocando todos a ocupar o parque Augusta, resistindo à reintegração de posse da área pelas construtoras. Autoria: coletivo Earth First!.

¹⁹ Lambe-lambe propondo a reflexão por meio da foto antiga de um parque em um terreno, com uma bola de papel amassada no centro da imagem. Autor desconhecido.



Fonte: Autor desconhecido.²⁰

Fig. 15 – Poema: Uma vez prédios



Fonte: Autor desconhecido²¹

²⁰Lambe-lambe com ilustração criticando a “intoxicação” causada pelos carros, pelos prédios e pela poluição.

²¹Lambe-lambe com poema reivindicando a criação do parque Augusta e a não construção de prédios.

No Baixo Augusta os lambe-lambes foram usados como meio para resistir a verticalização da região, pois os seus conteúdos exigem a criação do Parque Augusta sem prédios, convidam todos para discutir a cidade e propõem uma reflexão sobre os rumos atuais de São Paulo, dominada por edifícios, pela poluição e pelos carros. A diversidade dos lambe-lambes, expressão que utiliza desde poemas até frases ou fotos, reafirma a vertente artística e potencializa as possibilidades dessa intervenção, que também pode ser exercida de forma anônima e espontânea.

As reivindicações políticas e sociais dos sujeitos e movimentos sociais que se apropriam dessa intervenção para transmitir uma mensagem e resistir à verticalização do Baixo Augusta, convergem para a definição de Downing para mídia radical. O lambe-lambe foi utilizado como uma mídia que impacta o aspecto visual da cidade por meio de um discurso contra-hegemônico, propondo outras opiniões, soluções e maneiras para abordar os problemas urgentes da capital, politizando o debate. Downing diz:

(...) a mídia radical tem a missão não apenas de fornecer ao público os fatos que lhe são negados, mas também de pesquisar novas formas de desenvolver uma perspectiva de questionamento do processo hegemônico e fortalecer o sentimento de confiança do público em seu poder de engrenar mudanças construtivas.(2002, p.41).

No Baixo Augusta, as mudanças construtivas necessárias defendidas pelos movimentos sociais e explicitados nos cartazes são: a abertura de espaços para o convívio coletivo e o estímulo às novas práticas participativas que podem nascer dessa experiência. O lambe-lambe, enquanto meio de comunicação, se insere justamente onde a opressão simbólica se faz presente: nos muros que dividem a cidade pública da cidade privada. Além disso, ele contribui para a produção cultural que ocupa o território do bairro.

Para Downing, a mídia radical tem a função de se aprofundar em uma visão que não é discutida em sua amplitude pela mídia hegemônica e, na maioria das vezes, é tratada como impraticável, fora da realidade.

A apropriação do Parque Augusta por meio de atividades culturais e festas realizadas por coletivos, moradores e frequentadores, é uma conquista

capaz de fortalecer a adesão ao movimento contra a verticalização da área, aumentando a oposição aos rumos previstos para o local. O lambe-lambe somou-se como mais um elemento para servir a esta atuação em rede, colocando-se como meio acessível para disseminar o pensamento coletivo. Este é o papel da mídia radical: dar condições para que outras visões de mundo sejam transmitidas e que influenciem e colaborem para concretizar mudanças na sociedade.

4. Considerações finais

Os conceitos explicitados neste artigo e, principalmente, os breves relatos das ações desenvolvidas pelo movimento contra a verticalização da rua e do Parque Augusta por meio do lambe-lambe, mostram que essa intervenção é muito importante para concretizar as ações que visam transformar politicamente e socialmente o bairro. Através dele, os movimentos sociais que atuam nesta luta expandiram o seu protagonismo multiplicando críticas e idéias para transformar a cidade nas ruas, em uma perspectiva de “mídia radical”, termo criado por John D. H. Downing, que “serve a dois propósitos precedentes: a) expressar verticalmente, a partir dos setores subordinados, oposição direta à estrutura de poder e seu comportamento; b) obter, horizontalmente, apoio e solidariedade e construir uma rede de relações contrária às políticas públicas ou mesmo à própria sobrevivência de estrutura de poder” (DOWNING, 2002, p.29).

No conceito de mídia radical, Downing caracteriza o público das mídias radicais como audiência ativa. Mais do que meros espectadores, esse público trabalha e transforma os produtos simbólicos que lhe são oferecidos. Assim, amplia seu senso crítico e, no contexto de resistência à verticalização, fortalece a luta por uma cidade com mais espaços para a convivência coletiva.

Contudo, faz-se necessária uma avaliação mais criteriosa e de longo prazo em relação aos impactos da produção cultural simbólica desses atores sociais na audiência ativa. Como os moradores e frequentadores do Baixo Augusta enxergam os muros onde estão os lambe-lambe se de que forma interpretam as imagens dessas intervenções?

O lambe-lambe tem se tornado mais presente no espaço, assim como a adesão à luta contra a verticalização. Porém, ele não serve somente a grupos organizados e a uma única reivindicação. Ações espontâneas e individuais também utilizam esta técnica para se comunicar com a cidade, expandindo o seu uso e as suas possibilidades enquanto mídia.

Referências bibliográficas

DOWNING, John D. H. **Mídia radical**: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004.

PALLAMIN, Vera. **Arte urbana**. São Paulo: região central (1945-1998) – obras de caráter temporário e permanente. 1. ed. São Paulo: Fapesp, 2000.

FONSECA, Ana Carla. **Cidades criativas**: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo. 2011. 297 f. Tese (Doutorado em Urbanismo) - Universidade de São Paulo, 2011.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: **Magia e técnica, arte e política**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas**. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. **Confiança e medo na cidade**. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. 5. ed. São Paulo: Centauro, 2008.

DEL ROIO, José Luiz; CARVALHO, Ricardo; SACCHETTA, Vladimir. **Os cartazes desta história: memória gráfica da resistência à ditadura militar e da redemocratização**. 1. ed. São Paulo: Escrituras, 2013.

Bibliografia virtual

BIBLIOTECA E DICA. **O cartaz**. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/bibliotecaesdica/o-cartaz-3105274?next_slideshow=1>. Acesso em: 10 ago. 2015.

DESIGNS TUFF. **Lambe-Lambe**. Disponível em: <<https://designstuff.wordpress.com/2008/01/28/lambe-lambe>>. Acesso em: 5 jul. 2015.

EDUCAÇÃO POLÍTICA. **Ditadura militar**. Disponível em: <http://educacaopolitica.com.br/tag/ditadura-militar>>. Acesso em: 26 set. 2015.

HISTÓRIA DO CARTAZ. **Os primeiros cartazes**. Disponível em: <http://historiadocartaz.weebly.com/origens.html>>. Acesso em: 5 jul. 2015.

MUNDO EDUCAÇÃO. **Indústria Cultural**. Disponível em: <http://www.mundoeducacao.com/filosofia/industria-cultural.htm>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

PROPOSITTO DESIGN. **12 cartazes de propaganda da Primeira Guerra Mundial**. Disponível em: <http://www.proposito.com.br/wordpress/2010/11/13-cartazes-de-propaganda-da-primeira-guerra-mundial/>>. Acesso em: 29 set. 2015.

TRIBOS URBANAS. **Punks**. Disponível em: <http://tribosurbanas0809.blogspot.com.br/2009/05/punks.html>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

SUPER INTERESSANTE. **Conheça a origem do cartaz Keep calm and carry on**. Disponível em: <http://super.abril.com.br/blogs/historia-sem-fim/conheca-a-origem-do-keep-calm-and-carry-on>>. Acesso em: 10 ago. 2015..

UNÃO NACIONAL DOS ESTUDANTES. **Lambe-Lambe da 9 Bienal da UNE nas ruas de São Paulo**. Disponível em: www.une.org.br/2014/12/lambe-lambe-da-9%C2%AA-bienal-da-une-nas-ruas-de-sao-paulo>. Acesso em: 26 set. 2015.

WOWW. **Propaganda alemã (nazista) pré Segunda Guerra Mundial**. Disponível em: www.woww.com.br/2008/04/propaganda-alem-nazista-pr-segunda.html>. Acesso em: 26 set. 2015

ZUMBI. **Passado e presente**: os cartazes de protesto. Disponível em: www.zupi.com.br/passado-e-presente-os-cartazes-de-protesto>. Acesso em: 10 ago. 2015.

Filmografia

PIXO. Produção de Adriano Civita, Roberto T. Oliveira, Caito Ortiz, Francesco Civita. Direção de João Wainer e Roberto T. Oliveira. São Paulo: Sindicato Paralelo Films, 2009. 1 DVD (60 min), digital, son., color.