RESUMO
Na veiculação lúdica, a arte tem sido o carro forte; surge com apelo constante através de inúmeras peças publicitárias, grafias como forma de artes plásticas, musicalidade escolar, na indústria cinematográfica ou no modo tradicional, na literatura, recriando e imitando elementos fundamentais dos objetivos a serem alcançados. A história da arte aponta para tempos remotos, em que a propaganda através da arte sacra conquistava novos seguidores para a igreja católica romana e o cinema russo de Stalin, apropriado para fortalecer a revolução Russa e a ideologia socialista. A música como atrativo. Assim como todo aporte artístico foi usado como publicidade de seus interesses econômicos, religiosos e militares, também foi usado como forma de contestação nos tempos atuais. O grafite e a pichação demonstram tanto a ideologia por trás de sua linguagem, como o impacto causado na sociedade. Os conceitos do direcionamento da arte são o alicerce da propaganda, sem a qual qualquer outro tipo de linguagem não surtiria tanto efeito quanto ela, que a arte é uma forma de propaganda e esta, por sua vez, é uma forma de arte. Vemos, também, a sua importância na aplicação dentro da sala de aula através da música, forte instrumento gerador de conhecimento cognitivo a toda faixa etária. Assim, essa pesquisa, procura não só estabelecer comunicação entre arte e propaganda, mas demonstrar riquezas de informações contidas ao longo da história dela no mundo.

Palavavras-chave: Arte, musicalidade, publicidade e comunicação.

ABSTRACT
In the entertainment industry, art has been the driving force; it has emerged with constant appeal through countless advertising pieces, graphics as a form of visual arts, musicality in schools, in the film industry or in the traditional way, in literature, recreating and imitating fundamental elements of the objectives to be achieved. The history of art points to ancient times, when propaganda through sacred art won new followers for the Roman Catholic Church and Stalin's Russian cinema, appropriated to strengthen the Russian Revolution and socialist ideology. Music as an attraction. Just as every artistic contribution was used to advertise its economic, religious and military interests, it has also been used as a form of protest in current times. Graffiti and tagging demonstrate both the ideology behind their language and the impact caused on society. The concepts of art direction are the foundation of propaganda, without which any other type of language would not have as much effect as it, that art is a form of propaganda and this, in turn, is a form of art. We also see its importance in the classroom through music, a powerful instrument for generating cognitive knowledge for all age groups. Thus, this research seeks not only to establish communication between art and advertising, but also to demonstrate the wealth of information contained throughout its history in the world.

Keywords: Art, musicality, advertising and communication.

INTRODUÇÃO
O tema realizado nessa pesquisa foi tratado de maneira simples e ilustrativa facilitando o entendimento e a compreensão da arte que se comunica em suas diversas formas, que se expressa de maneira surpreendente e até mesmo impactante, chamando a atenção de uma sociedade cada vez mais polarizada entre os que podem mais e os que se submetem a viver uma vida subumana enfrentando conduções lotadas, perigos de assalto e morte, perigo de estupro em trens lotados, da miséria social, de jovens sem futuro e esperança. O trabalho destaca a propaganda como artifício usado tanto na estratégia em se vender um produto, como em induzir o consumidor a comprar não o que ele necessita, mas o que o satisfaz. Trataremos da arte como contestação, revolta e indignação

através de atos pichatórios, a resistência social; a arte como instrumento fascinante na forma musical encantando os alunos levando-os a descobrir um mundo novo em suas expressões lúdicas na aprendizagem em sala de aula.
Nesse trabalho, trataremos a arte nas diferentes formas de atrativo através da música e outros instrumentos revelando que ao longo da história homens fizeram seu uso para benefícios próprios, de seus intentos sociais e militares. Veremos como Hitler foi ardiloso e ao mesmo tempo inteligente na manipulação de informações artísticas, cinematográficas e musicais visando, através da um alcance midiático extraordinário, regimentar um contingente de jovens que fizesse parte de seu exército na luta contra seus inimigos imaginários, que não podiam ser mais seu somente, mas de todos.
Através dessa pesquisa veremos seus efeitos na sociedade enjaulada e enclausurada em seus medos e egoísmos, é a arte da pichação contestadora e desafiadora instigando a mudança de paradigma, buscando uma visão que se faça valer objetivos amplos, sociais, no mais nobre valor de uma gigantesca população que vive nas periferias buscando ter seu lugar ao sol, como direito inalienável constitucional, em detrimento a uma minoria que luta para deter o poder econômico e a riqueza em poucas mãos.
A arte, assim, apresentada neste trabalho, enaltece a forma simples, com materiais recicláveis fazendo valer não a beleza como seu fim, em alguns casos, mas a intencionalidade:
a vida é bela.

ARTE E SEU USO

Já respiravam Arte os povos primitivos expressando os registros de suas ações a anseios, como também uma finalidade puramente simples na prática de sua construção artística.
Entre esses primitivos, não havia diferença entre edificar e fazer imagens, no que se refere à utilidade. Suas cabanas existem para protegê-los da chuva, do sol e do vento, e para os espíritos que geram tais eventos; as imagens são feitas para protegê-los contra outros poderes que, para eles, são tão reis quanto as forças da natureza. (Gombrich, 1999, p.40)

A Arte tem uma finalidade própria diferente daquela cristalizada, estática em museus, mas dinâmica ao longo de toda a sua história sendo construída ao longo dos tempos, justamente aquele conceito de arte como "algo para nos deleitar em museus e exposições, ou uma coisa muito especial para usar como preciosa decoração na sala de honra em que constitui um desenvolvimento bem recente, onde muitos dos antigos pintores e escultores do passado nem sequer imaginaram com esse tipo de Arte" (Gombrich, 1999,p.39)
A arte verdadeira impregnada com seus ideais revolucionários era fundamental para mudar o rumo da história. A Arte como forma de propaganda no regime militar de Hitler era usado como uma forma de encantar os jovens a servir a pátria e a lutar por ela até a morte. Ele então estabeleceu o Ministério do Reich, encabeçado por Joseph Goebbels, com o objetivo de garantir que sua mensagem nazista fosse transmitida com total sucesso através do veículo da arte, do teatro musical e artístico, de livros com muitas figuras, filmes através das ondas da rádio, de matérias didáticos escolares e pela imprensa. Principalmente através do cinema como seu carro forte publicitário, o pensamento do anti-semitismo se espalhava exponencialmente a ponto que as pessoas menos preconceituosas evitavam o mais leve e sutil contato com essa raça "impura", segundo seu imaginário. A persuasão era tão perfeita que tudo se tornava belo e encantador. O convencimento através dos moldes artísticos tornou-se suave e não impositivo. A própria ideologia nazista passou a ser uma necessidade de vida, como o ar que respira.
Outros registros bem mais antigos, como dos impérios Persa, Assíria e Roma antiga, se alimentaram da arte para mostrar seu poderio militar inspirando terror a seus inimigos. O Egito usava a arte para, através do embalsamento e túmulos ornamentais, propagavam a crença da postergação da vida tentando recriar a vida após a morte num conceito puramente humano. A Grécia, por

outro lado gostava de tratar do tema estético, impregnado em conceitos artísticos da sabedoria do pensamento humano. Na arte Renascentista percebe-se sua utilização para o fortalecimento de propagar dos tempos modernos e pós-moderno ideais puramente estéticos da arte clássica, graças a Leonardo da Vinci, Michelangelo entre outros. No cristianismo a arte também disseminou a ideia do castigo dos pecadores, do inferno, do demônio e do juízo final. Todas elas ganhando tons sempre novos nas telas de seus artistas.

A arte ganha força também nos dias atuais transmitindo sua intencionalidade aparente ou velada transmitindo suas ideias e formas de convencimento quanto a suas ideologias e comercio de seus produtos. "A imagem transmite ideias, emoções. Reproduz com fidelidade a verdade dos fatos ou, no caso da propagando, do produto." Newton César(2000,p.209). Como forma complementar da frase o que se importa é vender o produto, mesmo que a propaganda não reflita plenamente a verdade.

A propaganda "promove comportamentos pela persuasão" (Sampaio,1999,p.24), e sua "imagem geradora interfere nas vontades, nos desejos de quem a admira"(César,2000,p209), não é por acaso que Newton César enfatiza que "é por causa da imagem que a publicidade se tornou uma forma tão poderosa de comunicação"(César,2000,p.210). Logo, a arte e a propaganda têm proporcionado enorme influência em se criar e consolidar verdadeiras estruturas culturais. A Arte e a propaganda caminham de mãos dadas gerando ideologias fomentando a instauração e manutenção do poder. Vemos isso nos partidos políticos que para se manter no poder utiliza-se da televisão como instrumento forte de convencimento da massa a acreditar que além de tudo está bem, tudo vai melhorar ainda mais.

É bem sensato dizer que a propaganda pode ser considerada uma expressão da arte e uma forma de linguagem insubstituível a alcançar excelentes resultados que se tentado de outras formas não alcançariam tanto sucesso como pela própria expressão do belo e inusitado artístico.

ROPAGANDA NA ARTE

Rafael Sampaio explicitou seu pensamento acerca "das principais funções da propaganda que é criar, desenvolver, expandir, manter e até reciclar marcas." Colocando os produtos de um lado e os serviços de outro lado da balança, vemos que "os recursos e tecnológicos e produtivos são cada vez mais parecidos e possibilitam às empresas atingir padrões de qualidade semelhantes" (Sampaio,1999,p.234). Dessa forma o que diferencia os produtos dos serviços são suas marcas.

Na vida contemporânea, a busca pela inserção de mercadorias no mercado consumidor requer velocidade cada vez maior procurando escoar toda linha de produção de forma rápida para que a relação trabalho x emprego se mantenha estável. Nessa hora a arte da propaganda toma seu espaço e é usada como arma de convencimento tentando imprimir na mente do consumidor não somente um desejo, mas uma enorme necessidade como, por exemplo, comer um sanduíche do Mcdonalds. As pessoas passam não só a querer o produto como cobiçar, disputar por ele. É o efeito da magia da propaganda. A propaganda agrega valores a produtos e marcas pelo meio do status da arte.

Quando vemos um produto como sabão em pó, dependendo da forma como o invólucro é feito, o consumidor poderá pensar que seu preço é justo ou está até barato pelo que vale, agregando um valor desejável pelo fabricante. As embalagens de Romero Britto exaltam as formas geométricas e cores, formas como chamariz e beleza consagrada pelos prêmios alcançados no Brasil e no exterior. Apesar de ser fortemente criticado pela crítica brasileira, ele é ovacionado pela crítica internacional. Com isso, a própria obra de arte é o melhor vendedor de qualquer mercadoria, basta saber representar como numa peça de teatro.

Aqui, os atores da arte representam tão estruturalmente, com adorno e beleza que até exerce um ímã de atração e convencimento ao expectador fazendo-o pensar sobre sua credibilidade e confiança. O mercado publicitário tem buscado na arte seu melhor aliado e referência para suas empreitadas. Como define Lúcia Santaella em seu livro "Porque

a Arte e as Comunicações estão convergindo", a propaganda busca agregar valores a produtos e marcas através do status da arte. No mundo moderno capitalista a arte tornou-se o ar que respira, onde existem negócios e empreendimento fomentados a partir da criatividade de figuras e formas concorrendo com até mesmo com marcas de produtos já consagrados no mercado. É o caso da marca Dolly, que é o patinho feio da publicidade brasileira. Há muitas críticas nesse sentido, sobre produto que tem incomodado de certo modo até a gigantes como Guaraná Antártica e Coca-Cola. Mas, toda meta alcançada requer mais esforço para abarcar uma fatia cada vez maior junto ao mercado consumidor. O designer gráfico Jonathan Bordignon fez exatamente isso, mudou o visual do Dolly, pois "tratar bem ao consumidor não é baixar o preço, e sim elevar a imagem da marca proporcionando a ele outros benefícios" Viviani(2011).

Outro exemplo de mudança de imagem tanto visual é o anuncio da Bohemia produzindo duas finalidades. A primeira é relançar o produto dizendo que a receita é inspirada na receita dos monges católicos, que antes fora lançado como uma edição limitada identificando-a como cerveja tradicional dos monges tradicionais. A imagem secundária, a não menos importante, é reforçar dizendo que ela agora voltou pra ficar, em que toda a peça assemelha a um autêntico visual acinzentado, como uma tapeçaria. Todos os elementos visuais parecem mesmo a própria tapeçaria.

Podemos observar também o anuncio de uma fundação ecológica, em que mostra um peixe formado com todo tipo de sucata, como objetos descartáveis, lixo inorgânico, brinquedos fragmentados e tantas outras peças inúteis, representando o descaso com os mares, rios e oceanos. O fundo do anúncio é todo preto retratando o luto, ajudando também a leitura do tema: "Antigamente a preocupação quando se comia o peixe era com a espinha." Hoje, com o ataque a natureza, a preocupação maior é com a qualidade do peixe, atendo a outro perigo: não mais com a espinha, mas com a contaminação. É um apelo real e iminente nos dias atuais, infelizmente. A imagem passa então uma mensagem de que "todo descaso com o planeta está levando-o a sua autodestruição. Não jogue vida fora". A água assim poluída torna-se incapaz de ser bebida.

Dessa forma, objetos de uso comum e até descartáveis, que estariam fora do rol artístico, são moldados e elevados com o título de obra prima ou obra de arte inusitada com elementos que contextualizam suas mais diversas formas a impactar o público tentando formar nova consciência. Tanto os produtos a serem consumidos, quanto àqueles puramente publicitários, todos têm a Arte como seu grande aliado.

As variadas formas de utilização da arte vieram inspirar novas relações na vida e nos meios de comunicação influenciando a rotina do dia a dia do consumidor, sem ela as pessoas não conseguem mais viver sem. Neste sentido a arte é impregnada de sentimentos e passa sentimentos com objetivos certos a serem alcançados, "um consumidor tem um cérebro e um coração. E a marca age sobre os dois" (Sampaio,1999,p.237)

Veremos agora como a arte se desenvolve de forma objetica na educação escolar como via musical atraindo a atenção dos alunos e enriquecendo o conhecimento transmitindo assim um novo jeito de se ensinar.

A ARTE MUSICAL COMO FORMA DE APRENDIZAGEM

Segundo Bréscia (2003) a musicalização significa desenvolver o senso musical da criança, sua sensibilidade e expressão, ou seja, inserir a criança no mundo da música. O trabalho com a musicalização desperta e aprimora o gosto musical, favorece o desenvolvimento da sensibilidade, o ritmo, o prazer de ouvir a música, a imaginação, memória, atenção, autodisciplina, socialização e afetividade. Também contribui para a consciência corporal e a movimentação, permitindo dessa forma que a criança conheça a si mesma melhor.

Ao trabalhar com os sons, a criança aguça sua audição, ao acompanhar gestos e dançar ela está trabalhando a coordenação motora e a atenção, ao cantar ou imitar sons ela está estabelecendo relações com o ambien-

te em que vive. O aprendizado de música, além de favorecer o desenvolvimento afetivo da criança, amplia a atividade cerebral, melhora o desempenho escolar dos alunos e contribui para integrar socialmente o indivíduo. (BRÉSCIA, 2003, p. 81).

Para despertarmos a musicalização na criança, é necessário apresentar a música em sua própria linguagem artística, ou seja, por meio de momentos e atividade lúdicas. Unindo o mundo da música e as magias da ludicidade criarão um universo cheio de novas descobertas, fantasias e aprendizagem para as crianças da Educação Infantil. Por outro lado, Brito (2003) afirma que os primeiros anos de aprendizagem de uma criança são favoráveis para iniciar o entendimento da linguagem musical, para aprender a ouvir sons e a reconhecer as diferenças entre eles. Entretanto, afirma também que na pré-escola a criança ainda não tem capacidade de concentrar-se para ouvir a música, por isso é necessário que a apresentação da música seja feita de forma lúdica, isto é, por meio de histórias, dramatizações, jogos e brincadeiras, motivando sua participação. Dessa forma, o trabalho desenvolvido na Educação Infantil deve buscar a brincadeira musical, aproveitando a identificação natural da criança na música.

A brincadeira musical na Educação Infantil deve focar ações como: a escuta de músicas e diferenciações de sons e silêncio, a expressão corporal em diferentes ritmos musicais, o cantar em diversas alturas e intensidades sonoras, a exploração dos sentimentos por meio da música, a criação musical livre e com regras. Se bem trabalhada, desenvolve o raciocínio, a criatividade e a possibilidade de descoberta de novos dons e aptidões, por isso se toma um relevante recurso didático, devendo estar presente cada vez mais em sala de aula.

É interessante verificarmos a quantidade de habilidades que estão sendo desenvolvidas no ato de cantar em grupo. Brito (2003), reforça a ideia acima, "cantando coletivamente, aprendemos a ouvir nós mesmos, ao outro e ao grupo todo". Por meio dessa coletividade conseguimos encontrar algo que seja comum e unificador para o grupo naquele momento. Pensando na integração do som com o corpo e nas reações que este apresenta na presença do primeiro, se faz necessário dar liberdade para as crianças se expressarem a arte por meio do canto.

É certo que a música é gesto, movimento e ação. No entanto, é preciso dar as crianças a possibilidades de desenvolver a expressão, permitindo que criem gestos, que observe e emitem os colegas e que, principalmente, concentrem-se na interpretação da canção, sem a obrigação de fazer gestos comandados durante o tempo todo (BRITO, 2003, p. 93).

Pensando, assim, percebe-se que a musicalização contribui para o desenvolvimento da aprendizagem, deixa o ambiente escolar mais alegre e consequentemente mais agradável, além de ajudar na socialização das crianças. A musicalização na sala de aula também é usada como forma de relaxar os alunos depois de atividades físicas, ou para acalmá-los diante da tensão de novas e diferentes atividades, além de ser um importante recurso didático.

Pretende-se mostrar nesse contexto, que atualmente algumas escolas trabalham música dentro das salas de aula, muitas vezes sem considerar seus vários aspectos como o emocional, o físico, a leitura e a escrita. Para tanto, os profissionais que fazem parte deste contexto consideram mais o aspecto lúdico, do que o conjunto de fatores que precisam ser observados.

Portando, é importante que isso seja mudado para que assim os alunos sintam mais interesse pela música e aprendam com mais facilidade. Desta forma, é preciso que as escolas e seus profissionais busquem recursos que tornem mais prazeroso o aprender pela arte da música, e assim se encorajem cada vez mais a seguir adiante.

A música sempre esteve presente na vida das pessoas, seja em forma de letras simples desde a infância, ou cantaroladas e até pelos cantos dos pássaros. Os sons podem ser ouvidos de várias formas e cada qual interpreta do seu modo e a sua maneira.

De acordo com Macedo (2005) a musicalização é uma importante ferramenta para

a construção do saber e do conhecimento musical. Esse processo tem como objetivo despertar, aprimorar e desenvolver o gosto musical nas pessoas e contribuir para motivar e estimular a formação emocional e física do aluno. Como esse tipo de arte faz toda diferença no desenvolvimento cognitivo de uma criança. Para tanto a música deve estar associada a todos os outros tipos de arte, contribuindo assim para o melhor desenvolvimento de todos e facilitando o processo ensino-aprendizagem, desta maneira adaptar esse conjunto á realidade dos alunos é primordial.

Por outro lado, também não se deve esquecer o conteúdo social e humano da música, e sua eficiência dependem de alguns fatores imprescindíveis para a prática Pedagógica, como o uso correto das metodologias e que essas sejam adequadas para cada tipo de público, sociedade e ambiente, e assim ser mais bem compreendida e trabalhada.

O papel da música como arte na educação tem sua importância também sobre o ponto de vista que através dela podemos sentir refletir, perceber, imitar, criar e motivar. Pois ela mexe com nossa imaginação e com nossos sentidos. Desta maneira ela pode mudar nosso modo de pensar e agir, fazendo com que todos percebam seu valioso significado e seja cada vez mais inserida no processo de formação dos indivíduos.

Desta forma, a música é considerada um agente facilitador no processo educacional e auxilia para ensinar os conteúdos de várias formas em todas as séries e em diversas práticas, assim, a música consegue prender a atenção dos alunos, e em especial daqueles que são mais difíceis de chamar a atenção, os alunos mais inquietos e nesse sentido compreendemos o objetivo de ensinar também com música e a sua serventia (MACEDO, 2005).

A música é conhecida como um universo de expressão de valores culturais, e ideias e facilita a comunicação com o meio em que se vive e consigo mesmo. Portando nesse sentido a música com suas expressões, habilidades, possibilidades, procedimentos, considerações e todo seu desenvolvimento, mostram-se capaz de adquirir conhecimentos únicos e resultados extraordinários, despertando noções de respeito e abrindo espaços para outras aprendizagens, demonstrando sua real necessidade em todos os sentidos, principalmente no contexto escolar.

Segundo Macedo (2005, p.10):

[...] o desenvolvimento e aprendizagem expressam, assim, as duas fontes do conhecimento: uma endógena, que é interior a uma pessoa, grupo ou sistema; e outra exógena, que se produz no exterior. No primeiro caso, como o desafio é desdobrar-se para fora, conservando uma identidade ou envolvimento. No segundo, o que interessa é incorporar algo que, sendo externo, há de se tornar nosso individual ou coletivamente.

A aprendizagem expressa um novo conhecimento, espacial e temporalmente determinado. Espacial porque se trata de juntar uma coisa à outra. Temporal porque essa ligação modifica ou acrescenta algo ao que era, ou não era antes dessa apreensão.

Desenvolvimento refere-se a um processo construtivo que, ao se voltar para dentro, inclui, ao mesmo tempo amplifica-se, desdobra-se para fora. Ao envolver, marca sua função espacial, reversível, de abertura para todas as possibilidades ou combinações ao se negar, expressa sua condição necessária, irreversível e histórica que, inserida no fluxo de existir, só pode desenrolar-se conservando sua identidade no jogo de suas transformações.

Na dimensão lúdica temos o hábito de classificar os jogos e brincadeiras, ou musicalização na aprendizagem, sejam por seus conteúdos, materiais, preferências ou estruturas.

Nesse capítulo, a ideia é sugerir indicadores para inferir a dimensão lúdica por esse tipo de arte. Antes disso, talvez, seja interessante lembrar a diferença entre julgamentos com base em conceitos (que nos possibilitam fazer classificações) e julgamentos com base em conceitos (que nos permitam fazer observações, ajustamentos e avaliações não conceituais).

Quando se trabalha com indicadores, o desafio é aprender a observar partes, elementos, detalhes que nos permitem supor um todo que só pode ser apresentado de modo incompleto, que não pode ser percebido

totalmente. Possibilita, também, antecipar ou corrigir algo que ainda não é que ainda não se realizou completamente. O objetivo é apresentar cinco indicadores que permitam inferir a presença do lúdico nos processos de aprendizagem ou desenvolvimento. Favorecendo a observação da dimensão lúdica nas atividades escolares. Para isso, defendemos que, na perspectiva das crianças, elas apresentem as seguintes qualidades: Macedo (2005), "terem prazer funcional, serem desafiadoras, criarem possibilidades ou disporem delas, possuírem dimensão simbólica e, expressarem-se de modo construtivo ou relacional".

A hipótese é que, se soubermos observar a presença maior ou menor do lúdico, poderemos compreender resistências, desinteresses e toda a sorte de limitações que tornam, muitas vezes, a escola sem sentido para as crianças. Além disso, nosso objetivo é desfazer certos mal-entendidos de que lúdico significa necessariamente algo agradável na perspectiva daquele que realiza a atividade. Se fosse só assim, poderíamos, por exemplo, vir a serem reféns das crianças. Dispomos de leis que exigem do poder público, em todos os níveis, uma aplicação mínima de seus recursos orçamentários em favor da educação de crianças e jovens. Valorizar o lúdico nos processos de aprendizagem significa, entre outras coisas, considerá-lo na perspectiva das crianças.

Para elas, apenas o que é lúdico faz sentido.

ARTE NA PICHAÇÃO

Além da música, outra forma de arte é a pichação. Há muito tempo, a pichação sempre foi conceituada como ato de vandalismo. De enfeiamento do patrimônio público ou privado, do empobrecimento de uma cidade deteriorando o visual belo e simétrico de fachadas de prédios e assim por diante. Com o tempo a sociedade foi vendo que a pichação e o próprio grafite eram formas pura de expressar a arte, e de retratar a realidade subumana da sociedade local onde o artista havia manifestado a pintura, ou a retratação de uma expressão velada da corrupção e descaso dos nossos governantes.

Assim como muitos tipos de arte, a pichação, dependendo do ponto de vista, pode ser considerada arte na forma estrita da palavra. Assim como muitos podem achar horroroso, outros, assim, tem o mesmo direito de considerar algo extraordinariamente bonito, belo não só do ponto de vista estético, mas da comunicação. É como se pudesse, através da pichação, passar uma mensagem, um recado de ódio a todo descaso a jovens da periferia a aos marginalizados. Assim como muitos adolescentes e jovens, revoltados com a injustiça social, descaso dos políticos com a educação, emprego e saúde, devolvem os maus-tratos em raiva contra o sistema na forma de assaltos, sequestros e crimes, outros o fazem na forma de pichação. É uma maneira de dizer ao mundo que ele existe, que não é massa, mas ser humano, indivíduo que quer atenção, que ser ouvido, que protesta não por protestar, mas para que seus representantes os representem de fato, que faça valer o cargo que ocupa. Normalmente são os jovens que empreendem tais manifestações, pois se veem na tenra idade já sem esperança e sem futuro.

Mesmo sabendo que os resultados não surgem da noite para o dia, a esperança que haja impacto forte nas pessoas e mudança social é o que os alimenta, é o que mantém a chama da possibilidade de mudança acesa, fazendo todos parar para refletir. O interessante é que o pichador faz sua publicidade de alerta de forma pacífica, sem derramar sangue, sem violência. Todo o ódio reprimido contra uma sociedade injusta e egoísta, ele descarrega toda a adrenalina escalando muros, subindo paredes, se equilibrando em parapeitos. Assim como o rap, ser pichador requer excelente preparo físico, andar com lata spray de tinta escalando vários andares sem cair, fugir da polícia e do morador é uma forma não só de colocar para fora toda energia juvenil acumulada, mas de protestar mostrando que o enfeiamento dos traços artísticos ainda é mais bonito do que os maus-tratos à vida, à natureza.

Ninguém quer ver seu imóvel pichado, ou prédios de uma cidade com marcas de tinta, cidades ou ruas com assinaturas de desconhecidos. A definição dessa e de outras artes é muito relativa e pessoal. Tudo depende das informações e da formação de cada indivíduo, de que forma ele ve e quer ver o mun-

do, a sociedade, pois dependendo desses fatores tudo passa ser um lixo ou um luxo. Se alguém nasceu em famílias com ótima formação sócio-política ela terá uma visão diferenciada, com maior abertura ao diálogo, caso contrário, os jovens pichadores da periferia e os rapers serão tachados como anarquistas, desordeiros. Toda arte tem o poder de despertar na pessoa a beleza e o incomodo, revertendo conceitos estabelecidos, gerando novas visões e cumprindo seu papel social e político, chegando onde as palavras vetadas e proibidas não conseguem chegar.

As pichações ganharam as ruas de São Paulo, o grafite ganhou São Paulo, aquela gerando incomodo e indignação, esta, embelezando muros quebrados e caídos contrastando a realidade social da cidade. Entre tantas pichações, uma que chama sempre atenção é uma pintura de uma criança esquelética com uma arma na mão, numa das colunas situada na avenida Amaral Gurgel, no centro de São Paulo, que por sinal muito bem desenhada. Ali, vê- se claramente a realidade social de muitas crianças de famílias de rua que, por não ter amor e amparo familiar necessário, descamba para o caminho tortuoso da vida: a droga e a delinquência, um caminho sem volta. Portanto arte retrata a vida, e o feio na arte se torna belo quando visto por outros olhos.

A ARTE NA HISTÓRIA

Dentre tantas linguagens em se manifestar contra um poder que se estabelecia na década de 60, a arte foi uma delas e teve seu papel fundamental como voz ativa reivindicadora, anarquista e desestabilizadora de regras e lei rígidas coercitiva contra a sociedade que não tinha opção de escolha e liberdade. Muitos foram os símbolos que fazia valer o pedido de mudanças, mudanças estas que o povo desejava, mas não sabiam muito bem como fazer.

Nesse período, o país era assolado e assolado pelo golpe militar voltando- se contra todos que tinham poder de raciocínio, de pensamento. Muitos lutaram contra o poder político de então para encontrar um caminho que pudesse solucionar seus anseios pela liberdade e paz.

Nesse período relacionado ao campo artístico, além de estampas e figuras espalhadas em lugares estratégicos, havia um boom de músicas, de canções de protestos, via mensagens subliminares embutidas nas próprias canções efervescendo as ruas marcadas nesse campo político-social nacional.

Um dos movimentos forte na ocasião era o estudantil e passaram a se unir junto ao povo formando o famoso UNE(União Nacional dos Estudantes) em centros populares de cultura, onde havia uma maior concentração de pessoas. Nessa ocasião o meio artístico começa a entrar em ação atuando fortemente através da música, com a tropicália, festivais e veiculação em rádios. Muitas emissoras e músicas foram perseguida, e muitos artistas tiveram que deixar o país. Uma música que retrata bem essa época foi a de Chico Buarque de Holanda, “Meu caro amigo”, nela, ele em vez de ir pessoalmente falar com um amigo, ele usa um meio de comunicação para talvez despistar a polícia. A letra: “Meu caro amigo me perdoe, por favor, se eu não lhe faço uma visita. Mas como agora apareceu um portador, mando notícias nessa fita.” Foi a forma mais comum de se fazer ouvir naquele tempo. Ela continua assim: “Aqui na terra estão jogando futebol, tem muito samba muito choro e rock’n’roll. Uns dia chove e noutros dias bate sol, mas o que eu quero é lhe dizer que a coisa aqui está preta.” Nessa segunda estrofe Chico ambientaliza o cenário caótico do Rio, dias bons de sol e samba, que é a beleza natural da cidade em contraste com a barbárie sofrida pelo povo.

O contexto vivido era de repressão, sequestro e tortura a toda e qualquer produção cultural e artística, a tudo e a toda ideia que pudesse ser interpretada contra os militares, mesmo que não tivesse ligação direta aos seus interlocutores. Em 1975 quando o jornalista Vladimir Herzog foi torturado até a morte nas instalações do exército de São Paulo, foi desencadeada uma onda de protestos da classe média. Nessa ocasião, Roberto Carlos apareceu cantando num programa de televisão, pois tinha muita estima pelo governo pelas canções de cunho romântico e não de protesto, não que Roberto era a favor do regime militar, mas era do seu perfil, silencioso, mas não ingênuo, que tam-

bém se beneficiava com uma concessão de uma rádio FM. Para o governo, era uma posição conveniente, "O perfil do Roberto Carlos era avaliado como positivo pelo regime. "Se os militares conseguissem colar sua imagem artística à de um grande ídolo popular como ele, que ainda por cima não criticava a ditadura, seria interessante para eles. Mas isso não chega a constituir apoio ou conveniência. "Houve ingenuidade política, e ponto final". Época.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho procurou mostrar a arte fora dos museus ou das telas de artistas renomados apresentando as mais diversas maneiras de sincronizar os anseios de uma nação ou povo com expressões artísticas eruditas ou populares. Verificando todo percurso da história da Arte, conclui-se que ela desde sempre foi uma excelente ferramenta de comunicação e propaganda, atingindo a seus mais nobres objetivos ou a interesses espúrios, individualistas ou egoístas. Todos os monumentos erguidos eram celebrativos às conquistas de vitorias de seus exércitos e figuravam os maiores exemplos da propaganda-arte. Assim como a arte sacra teve seu momento e sua melhor forma de expressar através da propaganda a existência do céu e inferno. Todo impacto de certos produtos à sociedade é protagonizado por estudos estatísticos tendo a arte, apresentada nessa pesquisa, como estratégia-meio aos fins a serem alcançados, buscando ao máximo passar uma imagem clara e inequívoca. Vimos que a arte na sua expressão musical na educação é também outra forma de atrativo que leva ao aprendizado de qualidade. Sendo que todo matiz artístico também pode ser considerado como arte. Assim, todo potencial artístico tem seu melhor objetivo a atingir, sua meta a alcançar e de mãos dadas com a arte a sacralidade de se fazer história que já existiu e sempre existirá.

BIBLIOGRAFIA

GOMBRICH, E. H. História da Arte. 16ª edição – Rio de Janeiro: LTC, 1999.

BRÉSCIA, Vera Lúcia Pessagno. Educação Musical: bases psicológicas e ação preventiva. São Paulo: Átomo, 2003.

BRITO, Teca Alencar. Música na Educação Infantil: proposta para integração social da criança.
2.ed. São Paulo: Peirópolis. 2003.

MACEDO, Lino de. PETTY, Ana Lúcia Sícoli. PASSOS, NovimarChriste. Os jogos e olúdico na aprendizagem escolar. Porto Alegre: Artmed. 2005.

CÉSAR, Newton. Direção de Arte em Propaganda. 5ª edição – São Paulo: Futura, 2000.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. 3ª edição – São Paulo: Editora Campus, 1999

Estudos de Viviani -Pesquisa e Inteligência de Mercado voltada em entender o público feminino <www.sophiamind.com.br> Acesso em 11 de maio de 2011

Revista Època do mês de abril