

O Futuro do Pretérito: Brasília, Criatividade e Visualides¹

Anelise W. MOLINA²

Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF

RESUMO

O presente trabalho reflete sobre a Brasília como ambiência catalisadora da criatividade. Partimos de características de criação e chegamos aos dias atuais, com dois cliques lançados em 2013. Pretendemos trabalhar com a hipótese de que Brasília é uma cidade vocacionada a abrigar projetos criativos, emprestando a estes seu caráter inovador. Entre os objetivos do presente trabalho estão: apontar fatores estimulantes e inibidores da criatividade; fazer conexão entre a concepção urbanística da cidade e tais fatores; a partir dessa conexão, analisar produções recentes. Foram feitas entrevistas semiestruturadas e uma revisão bibliográfica focada na concepção do Plano Piloto, em criatividade e em linguagem audiovisual. Dessa forma, acredita-se que foi possível aproximar-se de um modo de fazer brasileiro, dotado de características próprias intimamente ligadas à cidade.

PALAVRAS-CHAVE: audiovisual; criatividade; arte; cidade; comunicação.

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

A cidade de Brasília era resultado da visão do que, imaginava-se, seria o futuro. No ano de 1957 ela foi desenhada e visionada pensando em abrigar um novo homem, uma nova civilização: Brasília é o futuro do pretérito. Embarcados nessa nave que trafega entre as visões de passado e futuro e tentando pensar como os processos de criatividade acontecem em um cenário tão peculiar e de uma história tão presente no dia a dia dos habitantes, busca-se iluminar, com base em algumas experiências recentes de criação local, como a Brasília e os brasilienses constroem seus imaginários e sua história, todos os dias, usando as ferramentas disponíveis e as referências que, em suma, são somente suas.

A cidade de Brasília, essa que habitamos, é o sítio histórico mais jovem oficialmente reconhecido pela UNESCO. Somos – nós, pois somos parte integrante do organismo que é a cidade – Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade, desde 1987, tombados e sacramentados; física e estruturalmente inertes; orgânica e humanamente mutantes. Brasília, essa cidade inventada, foi, desde seu começo quase deserto e de transferências forçadas de

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 19 a 21 de maio de 2016. Texto elaborado para a Disciplina de Comunicação Audiovisual, Cultura e Criatividade do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília.

² Mestra em Comunicação Social pela Universidade de Brasília; Professora na Universidade Católica de Brasília. email: anelise.molina@gmail.com

funcionários públicos, um lugar que gestou manifestações com caráter de ruptura. Tomamos como exemplo a literatura, a música e o cinema. Os poetas que cantam a solidão e a beleza do cerrado, o *rock* que rompe o silêncio bucólico ao rés do chão, sob os blocos e superquadras, e os cineastas que usam esse cenário único para expressar o universo interior do sonho. Parece, por vezes, um lugar dotado de características – históricas, humanas e urbanísticas – que incentivam uma certa transgressão, uma luta contra o tédio e onde se tem a certeza de que algo há para ser construído, bem como continuamente modificado. Mas será Brasília, de fato, uma cidade propensa a abrigar cada vez mais iniciativas criativas e geradoras de ativos intangíveis ligados ao fluxo de informação, comunicação e conhecimento?

Brasília é conhecida por seu planejamento, por suas avenidas largas, por sua imponência e por seus ares de monumento a céu aberto. A cidade, concebida em 1957 pela mente de um filósofo do humano, o Professor Lúcio Costa, é também alvo de críticas. A Brasília da utopia e do sonho de Dom Bosco, lugar da riqueza inconcebível e a terra da promessa, por onde correria leite e mel, foi traçada sobre a marca emblemática do sinal da cruz, como marca de posse, segundo o próprio Lúcio Costa, e com a rigidez da retícula das superquadras, dos setores e da sobriedade do concreto aparente. Um paradoxo nasce aqui: uma cidade que promete devolver o chão ao pedestre, que se propõe a resolver determinados entraves referentes à gradação social e que parte de um modelo de singeleza absoluta é, no aqui e agora inexorável do julgamento cotidiano, vivida como uma metrópole elitista e segregadora onde somente quem tem carro ou, ainda mais precisamente e cruelmente falando, quem habita o Plano Piloto, projetado, tombado e intocável, tem acesso a esse ativo intangível - a qualidade de vida.

A Brasília modernista é a marca de uma época, de um movimento e de uma concepção do que seria o futuro. O Relatório do Plano Piloto, texto apresentado como memorial descritivo da proposta urbanística submetida ao concurso de 1957, fornece-nos diversas pistas de como a proposta de Brasília foi gestada sob um regime de simplicidade e, sobretudo, sob um ponto de vista de extrema humanidade e de crença na bondade do homem. Envolve marcas de um pensamento ligado ao Movimento Modernista Europeu, certamente, mas também ao Comunismo (COSTA, 1995). Dentro dessa ambiguidade e dificuldade de classificação, vislumbra-se a possibilidade da formação de um povo aberto às novas correntes, de formação multiétnica e multicultural. Brasilienses nativos, que vestem confortavelmente a identidade brasiliense, têm em sua maioria, aproximadamente,

até 35 anos. Cresceram em Brasília e dela absorveram o que ela pode fornecer como matéria prima criadora, viveram e ajudaram a construir a Brasília das pessoas - aquelas que a reconhecem como sua.

O presente trabalho pretende refletir sobre como a cidade, mais precisamente o Plano Piloto, influenciou o processo criativo de artistas – no recorte proposto aqui – em audiovisual, nascidos em Brasília. Tenta entender e comprovar a hipótese principal de que Brasília, em razão de determinantes próprios de sua formação, é uma cidade especialmente vocacionada a abrigar iniciativas e projetos criativos, emprestando a estes seu caráter inovador. Fatores estimulantes e inibidores da criatividade serão analisados, tentando trazer mais luz sobre a criatividade brasiliense, seus processos e suas características específicas.

O professor Lúcio, já no início do texto do Relatório do Plano Piloto, fornece-nos algumas pistas do que, muitos anos depois, o presente trabalho procura investigar:

“A cidade deve ser concebida não como simples organismo capaz de preencher satisfatoriamente e sem esforço as funções vitais próprias de uma cidade moderna qualquer, não apenas como urbs, mas como civitas, possuidora dos atributos inerentes a uma capital. E, para tanto, a condição primeira é achar-se o urbanista imbuído de uma certa dignidade e nobreza de intenção, porquanto, dessa atitude fundamental decorrem a ordenação e o senso de conviniência e medida capazes de conferir ao conjunto projetado o desejável caráter monumental. Monumental não no sentido de ostentação, mas no sentido de expressão palpável, por assim dizer, consciente, daquilo que vale e significa. Cidade planejada para o trabalho ordenado e eficiente, mas ao mesmo tempo cidade viva e aprazível, própria ao devaneio e à especulação intelectual, capaz de tornar-se, com o tempo, além de centro de governo e administração, num foco de cultura dos mais lúcidos e sensíveis do país” (COSTA, 1957, p. 22).

Portanto, o Plano Piloto será nosso solo, onde buscaremos encontrar os vestígios que ajudaram a construir o cenário atual, bem como projetar um pouco do que será o futuro criativo desse lugar que foi, em seu momento de criação, uma imagem do que seria o futuro. Brasília e sua forma de criatividade vieram em primeiro lugar, buscando, a partir disso, o produto que mais se adequaria a elucidar os questionamentos de pesquisa.

2. OBJETO

Partimos, como base para o trabalho que foi desenvolvido, com a escolha dos produtos criativos a serem analisados, produtos que fossem, ao mesmo tempo, relevantes no cenário da produção criativa da cidade e que respondessem a certos parâmetros de autoria. Assim, foram selecionados dois videoclipes, lançados no ano de 2013, e dirigidos por

brasilienses nativos entre 28 e 34 anos. As bandas também são locais, com seus componentes de Brasília, e fazem música autoral. O primeiro videoclipe é da Banda SexyFi, dirigido por Santiago Dellape e André Miranda³ e o segundo, da banda Delta Foxx⁴, dirigido por Tarcisio Boquady.

Em primeiro lugar, vale pontuar algumas razões para a escolha do produto videoclipe, em especial. A decisão foi tomada, principalmente, devido ao entendimento de que o videoclipe é, entre as produções em formato de vídeo, a que tem mais desapego das formas de narrativa tradicionais, bem como é um produto que nos permitiria acesso também à música produzida em Brasília, o que nos traria um universo mais dinâmico de reflexão. “O videoclipe carrega consigo as possibilidades da fruição musical e da imagem, não como representação, mas como uma associação de sensações caleidoscópicas.” (JANOTTI JR, 2008, p. 04). Sendo assim, o videoclipe mostrou-se como formato ideal para que pudessemos apreender, mais eficientemente, as informações demandadas pela presente proposta.

Além disso, o videoclipe é, como texto audiovisual diferenciado, uma modalidade de vídeo que produz diferenciações operando em linguagem comum e é também um marco de contato, tácito mas poderoso, entre aquele que produz e aquele que consome, podendo gerar assim um apelo inegável e um forte poder de produção de sentido. Como peça de um aglomerado crescente e veloz de produtos audiovisuais amplamente distribuídos, muitas vezes, somente pela *web*, o videoclipe é uma amostra de um potente universo simbólico e de sua densidade de informação, capaz de construção rápida de imaginários. Outro aspecto importante e decisivo na escolha do videoclipe como objeto é o fato de a maioria deles desenrolar-se em torno de um mesmo tema. Em suma, já contando com uma base, que é a canção, define cenários e concentra um determinado repertório icônico-cenográfico, fazendo variações sobre esse conjunto de itens (LEGUIZAMÓN, 2001), o que facilita análise, já que o que se pretende encontrar está intimamente ligado ao cenário presente nas imagens. Em outras palavras, o videoclipe é capaz de criar, por meio de uma micronarrativa concentrada e potente, um conceito forte e claro:

“A determinação de um 'conceito' também se refere ao processo de abstração em artes plásticas: quando se extraem certas características de uma situação, caráter ou estado de coisas para desenvolver e fornecer uma imagem sintética, uma idéia extraída que sugere um sentimento ou cria um impacto” (LEGUIZAMÓN, 2001 p. 255).

³ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=QreZ6RZkIA0>

⁴ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=dbcJr3jSYd4>

Atentos a bases estruturais da linguagem de videoclipe como a fruidez, o dinamismo e a densidade de informação, partimos, então, para a seleção do *corpus*. Após a seleção dos produtos de audiovisual que julgamos pertinentes, tomamos a decisão de orientar a pesquisa com foco no processo criativo, investigando, sobretudo, as decisões e soluções adotadas para a realização. Em suma, conferindo atenção aos diretores e ao seu processo de criação.

3. METODOLOGIA

Para tentar elucidar com clareza o papel da formação dos autores e a influência desta no processo de criação, seu *background* e suas formas de trabalho, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com dois diretores, um de cada videoclipe. As entrevistas foram realizadas no mês de dezembro de 2013. O principal objetivo do contato direto com os realizadores foi ouvir e registrar sem ruído as experiências e as impressões dos mesmos sobre como é criar na cidade, suas potenciais motivações e possíveis obstáculos, bem como estabelecer um histórico de como eles constroem sua identidade criativa, a partir da sua identidade de brasiliense. O fator tempo também foi alvo de perguntas, pois sabendo que “o quando determina o que é relevante” (ALBERT; RUNCO, 1999, p. 16) foi questionado também o panorama atual, a cena criativa em desenvolvimento na cidade e como os diretores estariam inseridos nela. Além das entrevistas, realizou-se também a revisão bibliográfica de textos que exploram os diversos aspectos da criatividade, além de leituras relativas à linguagem do videoclipe e também sobre a história de Brasília e biografia de Lúcio Costa.

Em seguida, passou-se a pensar a cidade como estrutura ativa no processo de formação do sujeito criativo, assim como a família e a escola. Ela atua como fator ativo no desenvolvimento da criatividade individual, desde o nascimento. A importância de uma cidade com características históricas tão únicas vai desde a formação de parâmetros estéticos diferenciados até uma flexibilidade maior em relação às tradições e novas formas de pensamento. Como um cenário cultural em plena formação, que tem seus principais construtores em sua primeira geração, Brasília é, ao mesmo tempo, carente e abundante de novos desenhos e soluções criativas. Na verdade, encarou-se os próprios limitadores da cidade – a história e cena cultural recentes, a baixa mobilidade urbana, a permanente chegada e saída de pessoas, entre outros – como potenciais catalisadores de determinadas formas de criatividade. Iniciativas artísticas e voltadas ao fomento da economia criativa são

abundantes, refletindo o grande esforço – existente entre muito que habitam a cidade – de abastecer a mesma com vida e identidade.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

Tendo como conceito de criatividade soluções novas e satisfatórias que, não somente resolvam problemas ou atendam demandas, mas que também produzam sentido, a criatividade, no cenário brasileiro, está atrelada definitivamente ao ambiente da cidade. Ambiente ao mesmo tempo flexível e estruturado que, segundo Lubart, é o mais estimulante. Aquele que fornece regularidade – e, portanto, limites – e oscilações, introduzindo a flexibilidade, mas também regras na vida e nos hábitos (LUBART, 2001). Não importa o quanto dotado seja determinado indivíduo, ele não terá a menor chance de atingir qualquer meta criativa se seu ambiente não o abastecer de determinadas condições favoráveis.

A cidade paradoxal, ao mesmo tempo regular e mutante; sem passado, mas que seria espelho do futuro; e construída a partir do nada, por pessoas obstinadas que fizeram do sonho uma realidade completa, fornece, segundo nosso entendimento, o ambiente mais favorável para o desenvolvimento de características no indivíduo imprescindíveis à criatividade: uma grande parcela de curiosidade e uma mente aberta para absorver novos pensamentos e gerar novas ideias, bem como um grau quase obsessivo de perseverança para fazer com que essas ideias adquiram corpo e operem alguma mudança no sistema simbólico existente. Uma mudança que não afeta o modo de sentir, de pensar e de ver a realidade não pode ser considerada uma mudança em termos criativos. Produtos criativos atuam em tal campo simbólico, passam a modificar padrões estéticos e reverberam no inconsciente, tais mecanismos fazem deles objetos efetivamente relevantes. Os conceitos criados pelos produtos criativos devem atingir a coletividade e ser avaliados por ela, para que se possa distinguir manifestações meramente bizarras de conceitos genuinamente criativos (CSIKSZENTMIHALYI, 1997-1999). Dentre as particularidades de tal coletividade, não podemos deixar de considerar a parcela de especialistas, que produzem e consomem, em um processo retroalimentar, também o público em geral, ao qual se destinam os produtos.

Outro aspecto perfeitamente aplicável ao ambiente promovido pela cidade de Brasília, é o fato de esta ser um ambiente de permanente troca de informações e identidades, permanente afluência de pessoas novas e de diferentes raízes culturais, não somente brasileiras, mas também internacionais. O intercâmbio envolve sociedades

localizadas em uma confluência entre diversos extremos culturais e capazes de beneficiar-se mais facilmente da sinergia de diferentes ideias que são tão importantes para o processo criativo. Provavelmente por isso as mais incríveis manifestações artísticas e muitas inovações das ciências desenvolveram-se em cidades que eram centros de troca (CSIKSZENTMIHALYI, 1999).

Finalmente pode-se afirmar que Brasília, por sua condição de capital federal e patrimônio cultural, tem seu repertório simbólico próprio muito acessível, por exemplo, nos vários museus e centros culturais. Além do mais, pode ser parcialmente acessado com uma simples caminhada pelas superquadras. O habitante do Plano Piloto recebe uma quantidade permanente de informação visual que está consubstancialmente ligada à concepção estética da cidade.

5. DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS AUDIOVISUAIS SELECIONADOS

Tendo como base os conceitos de criatividade revisados, passamos então a analisar alguns aspectos dos vídeos selecionados como exemplos. No processo de decisão pelos dois videoclipes citados, foram encontrados vários fatores que os interligam e fazem com que o recorte seja coerente com a hipótese a ser investigada no presente artigo. O fato de se passarem em Brasília é, sem dúvida, o elemento de interligação principal, mas também foram importantes o fato de os dois clipes lidarem, de certa forma, com as carências de uma adolescência tardia e com o relacionamento do sujeito com a cidade e as reverberações que essa relação teria na vida cotidiana. Levando em consideração a ligação entre processos criativos e relações de afeto, a escolha aconteceu pensando em fazer a conexão entre a forma de criação dos produtos e a ligação de seus criadores com a cidade.

5.1. Sexy Fi e O Pequeno Dicionário das Ruas

O vídeo é gravado em Brasília, na Asa Sul e na Asa Norte (somente a sequência do passeio de micro-ônibus executivo *Zebrinha* acontece fora do Plano Piloto), e tem como principal foco a figura da vocalista. Ela acorda, em uma cena diurna, em um apartamento que pode ser o dela, depois de uma festa. Com a casa destruída, ela vai até a sala e encontra os pais, com os rostos desfigurados por um trabalho de quadriculação. Então começa um passeio pelo bloco, *pilotis*, superquadra, passagem subterrânea, Eixão – avenida principal da cidade, que faz a ligação entre a Asa Norte e a Asa Sul – sempre acompanhada por personagens emblemáticos do jovem folclore urbano de Brasília. Depois ela parte para um

percurso a bordo de um Zebrinha, pequeno ônibus laranja, característico da capital. Ela retorna ao Bloco, toca o interfone – outro elemento emblemático – e nele canta a frase “Boto fé!”, gíria bastante usada pelos jovens brasilienses. A banda toca com ela debaixo do bloco. Esse percurso desenvolve-se com a protagonista nua, permitindo concluir que se trata daquele clássico sonho em que nos surpreendemos em ações cotidianas, mas estamos sem roupa.

Após um corte brusco e seco na cena, a protagonista acorda novamente, na mesma cama, mas agora vestida e durante a noite, com a já referida festa em andamento. Seus pais estão na sala, desta vez, jogando cartas. Bem na hora do refrão “Boto fé!”, a vitrola pega fogo, com o disco da banda rodando. O porteiro, outra figura clássica do imaginário do Plano Piloto, resolve chamar a polícia, em função do barulho, que nessa sequência é a própria banda tocando no apartamento. A polícia acaba com a festa e a vocalista aparece com sua imagem quadriculada, sem identificação. A última cena é o disco da banda queimado na vitrola.

O vídeo, apresentado em dois momentos (dia e noite), mostra, além dos elementos constantes na música, algumas referências visuais que fazem parte do constante visual brasiliense, como o cobogó, os *pilotis*, as passagens subterrâneas habitadas por delinquentes e pela polícia e as crianças que brincam na quadra. Além disso, trata do tema da incerteza do jovem adulto que ainda não tem uma vida financeira própria, mora com os pais e quer prolongar a adolescência o máximo possível.

Como temática, tanto a música, como o vídeo tratam de temas ligados à cidade e têm como referência o acervo visual do cotidiano. Apesar de fugir dos cartões postais, vale-se de elementos clássicos da arquitetura modernistas para dar identidade e acentuar o caráter local.

5.2. Delta Foxx e Can't Stop Loving You, Yeah!

Valendo-se de uma narrativa menos linear, o vídeo trabalha com dois universos opostos: sonho e realidade. Gravado também no plano piloto, onde a Asa Sul seria o cenário para as cenas sonhadas e a Asa Norte, para as cenas reais, o clipe e a música falam da relação entre dois jovens: o menino apaixonado e sofrendo pela menina. Entre momentos de solidão, quando ele sonha com ela, e momentos reais, na companhia dos amigos e da própria menina, quando ela mesmo assim, aparece como um fantasma, uma lembrança

permanente, o vídeo desenrola-se com a busca do menino em entender por que a menina não o ama e, ao mesmo tempo, tentando se divertir.

O vídeo também é gravado com cenas diurnas e noturnas e tem como cenários as superquadras e os pontos emblemáticos da arquitetura de Brasília (cobogós, *pilotis*, blocos, Eixão etc.). Apesar de a letra da canção não trazer em si elementos próprios e característicos da cidade, nota-se uma forte ligação do vídeo com a mesma. Valores como a juventude e a vida no Plano Piloto são evidentes, como o quanto a pós-adolescência pode trazer sofrimentos e incertezas características do período, como a dificuldade de encontrar a menina dos seus sonhos.

6. “BRASÍLIA É O FUTURO DO PRETÉRITO”

Com a frase que intitula o tópico, André Miranda, cineasta brasileiro de 31 anos, fala da sua infância na Asa Sul, onde foi ver um mendigo pela primeira vez aos 10 anos de idade, e de como ter a infância no Plano Piloto, a adolescência no Guará e um retorno, no início da vida adulta, para a Asa Sul teve influência sobre suas referências criativas. Ele diz que a própria separação entre o Plano Piloto e as Cidades Satélites é marca da criatividade exercida nos dois lugares. Existem tensões que ficam claras em qualquer produção brasileira, e isso contribui para reforçar ou para derrubar as barreiras.

Para ele, a maior contribuição que Brasília dá a quem nasce e cresce nela é a liberdade de poder criar seus próprios referenciais, tanto na vida, como na profissão. E, mais ainda, para ele a pressão que o brasileiro sofre para ser aprovado em um concurso e investir em uma carreira segura, no serviço público, apenas aumenta a incidência, cada vez maior, de iniciativas que estão fugindo do padrão. Isso se contrapõe à estabelecida ideia de que em Brasília somente se pode fazer concurso e não existe mercado de trabalho nem na iniciativa privada, muito menos no meio criativo ou das artes. André diz ser um exemplo disso. Com pais bancários e irmão que seguiu a mesma carreira, vê cada vez mais pessoas dispostas a arriscar ser uma ovelha negra e construir a pluralidade da identidade brasileira.

André trabalha com filmes de publicidade e também produz cinema autoral. Apesar do ambiente aparentemente inóspito, acredita que Brasília tem muito a ver com seu processo de criação, já que suas referências visuais são fortemente ligadas aos lugares onde cresceu e os colegas de trabalho, técnicos, atores, roteiristas e demais parceiros, que acabam sendo todos de Brasília também.

Já o jovem produtor Tarcisio Boquary, de 26 anos, que na infância morou no Plano Piloto e hoje mora no Park Way, tem muito fortes e marcados dois momentos da vida, levando em consideração a influência da cidade. A infância bucólica na Asa Sul e a adolescência de festas, na Asa Norte. Ele acredita que a experiência e a vivência tem reflexo claro no clipe selecionado para esse artigo e que sua motivação por rodar o vídeo entre os dois extremos do Plano Piloto traduz um entendimento do que seria, para ele, o local do descanso, da calma, da pureza e o local da descoberta, da noite e da construção da maturidade.

Outro fator que foi importante nas decisões tomadas na construção das tomadas do vídeo é o pedestre. Para Tarcisio, a narrativa está ligada a valores de juventude e de vida pedestre e diurna. Trata-se de uma tentativa de contribuir para a construção de uma cultura de cidade ocupada pelas pessoas, com mais convívio e mais encontros.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho, englobando a pesquisa teórica e a investigação empírica realizada por meio das entrevistas, deixou claro a grande influência que Brasília pode exercer sobre seus criativos e o enorme potencial cultural, humano e econômico que a cidade tem, latente, desde a sua concepção.

Elementos recorrentes nos dois produtos reafirmam alguns aspectos mais evidentes dessa influência, como a arquitetura residencial e os pontos viários da cidade, mas também fazem descobrir outros, mais sutis. Entre eles, o sonho e o devaneio, que aparecem no texto de Lucio Costa e nos dois clipes. A cidade de espaços amplos seria esse lugar onde você pode descansar, pensar e até cochilar e sonhar. Viver a cidade é como estar em um sonho e percorrer os seus cenários remete ao devanear.

Escapando dos cartões postais clássicos, o brasiliense busca, em sua construção identitária e em sua busca criativa e autoral, reafirmar que a vida, de verdade, acontece nas superquadras, entrequadras e espaços não oficiais, onde as pessoas se encontram. O encontro cotidiano é muito valorizado, a caminhada, o esforço para usar o transporte alternativo ao carro. Observa-se que existe uma necessidade de construir algo que se oponha à ideia que o *outsider* tem de Brasília. A grande concentração do esforço criativo do brasiliense está em construir a cidade que não seja a tão apedrejada como cidade dos carros e das ruas desertas, e sim a cidade do sol, do tempo bom e dos espaços abertos. Cidade onde

quem mora, vive e trabalha na rua, apesar de todos os obstáculos que a cidade impõe, sente-se agraciado por pertencer a um lugar único e cheio de peculiaridades estéticas que constrói, ele próprio, seres humanos dispostos a serem o que a cidade espera deles.

REFERÊNCIAS

ALBERT, Robert S.; RUNCO, Mark A. *A history of research on creativity*. In: STERNBERG, Robert. J. (Ed.) *Handbook of creativity*. New York: Cambridge University Press, 2006 [1999].

AMABILE, Teresa. *Creativity in context*. New York: Perseus Books, 1996.

BOQUADY, Tarcisio. Tarcisio Boquady: depoimento [dez. 2013].

Entrevistador: Anelise Wesolowski Molina. Brasília: FAC-UnB, 2013. 53 min de gravação digital. Entrevista concedida em função do presente artigo para a Disciplina de Comunicação Audiovisual, Cultura e Criatividade do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Unversidade de Brasília.

COSTA, Lúcio. Lúcio costa: *Registro de uma vivência*. São Paulo: Empresa das Artes, 1995.

_____. *Relatório do Plano Piloto De Brasília*. Brasília, Distrito Federal: NOVACAP, 1957.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. *Creativity – flow and the psychology of discovery and invention*. New York: Harper USA, 1997.

_____. *Implications of a systems perspective for the study of creativity*. In: STERNBERG, Robert. J. (Ed.) *Handbook of creativity*. New York: Cambridge University Press, 2006 [1999].

JANOTTI, J.S. *O Videoclipe Como Forma de Experiência Estética na Comunicação Contemporânea*. Disponível em: http://www.sergiomattos.com.br/liv_tvregionais08.html> Acesso em: 23/10/13.

LEGUIZAMÓN, Juan Anselmo. *Exploraciones Musicovisuales. Cuadernos*. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy, San Salvador de Jujuy, n. 17, 2001.

LUBART, Todd. *Psicologia da criatividade*. Porto Alegre: Artmed, 2007.

MIRANDA, André. André Miranda: depoimento [dez. 2013].

Entrevistador: Anelise Wesolowski Molina. Brasília: FAC-UnB, 2013. 42 min de gravação digital. Entrevista concedida em função do presente artigo para a Disciplina de Comunicação Audiovisual, Cultura e Criatividade do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Unversidade de Brasília.