

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ  
Centro de Filosofia e Ciências Humanas – CFCH  
Escola de Comunicação – ECO  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura

Rachel Fontes Sodré

**Tintas nos muros:**  
**Um estudo sobre a produção de grafite no Rio de Janeiro**

Dissertação de mestrado  
Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Janice Caiafa

Rio de Janeiro  
Maio de 2008

Rachel Fontes Sodré

**Tintas nos muros:  
um estudo sobre a produção de grafite no Rio de Janeiro**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Janice Caiafa

Rio de Janeiro  
2008

Sodré, Rachel Fontes

Tintas nos muros: um estudo sobre a produção de grafite do Rio de Janeiro / Rachel Fontes Sodré. Rio de Janeiro, 2008.  
x, 239 f. :il.

Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) –  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2008.

Orientador: Janice Caiafa

Comunicação – espaço urbano. 2. Grafite urbano contemporâneo.  
3. Juventude e práticas culturais urbanas. 4. Rio de Janeiro. I. Caiafa, Janice (orient.) . II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação III. Título

Rachel Fontes Sodré

Tintas nos muros:  
Um estudo sobre a produção de grafite no Rio de Janeiro

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura, sob orientação da Professora Doutora Janice Caiafa.

Rio de Janeiro, 26 de maio de 2008.

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Janice Caiafa, Doutora em Antropologia, Cornell University, E.U.A.

---

Prof. Dr. Eduardo Granja Coutinho, Doutor em Comunicação, ECO/UFRJ

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Patrícia Burrowes, Doutora em Comunicação, PUC/RJ

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Regina Célia de Paula, Doutora em Artes Visuais, UERJ

## **Agradecimentos**

Ao Pai Celestial, meu tudo em todo tempo, por me ajudar a concluir mais esta etapa da minha vida.

Ao Léo, amor e amigo, pela parceria e pelo apoio constante.

À minha família, pais e irmãos, pelo amor incondicional, pelos incentivos, pela ajuda e pelos momentos de alegria e ternura.

Às mulheres da minha família, em especial mamãe, vovó Else e prima Martinha pelo carinho e pelos cuidados dispensados ao Matheus enquanto eu escrevia este trabalho, e à tia Zilda pelo afeto e pela amizade

Às amigas Annie Karen e Valéria.

À Janice Caiafa pela amizade, por tudo o que me ensinou e pela orientação carinhosa.

Aos grafiteiros e grafiteiras que contribuíram para a esta pesquisa compartilhando comigo suas memórias, suas experiências e suas opiniões.

Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Eco, que acolheu a mim a às minhas idéias.

Ao Cnpq por apoiar esta pesquisa.

## RESUMO

SODRÉ, Rachel Fontes. **Tintas nos muros: Um estudo sobre a produção de grafite no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

As cidades são importantes espaços de vivência e de comunicação onde processos subjetivos significativos podem acontecer. Além das construções e do intenso fluxo humano e de veículos, as ruas dos centros urbanos também abrigam uma gama diversificada de signos visuais, imagens de origens diversas, com aspectos, finalidades e tamanhos igualmente variados. Esta dissertação tem por objeto um dos elementos que compõem o conjunto da comunicação urbana. Trata-se do grafite urbano contemporâneo que, na forma de painéis multicoloridos, personagens e letras elaboradas, prolifera pelos muros, viadutos e tapumes das grandes cidades. A partir da leitura de diferentes autores, pesquisa em diversas mídias e do trabalho de campo etnográfico, que incluiu entrevistas e a observação participante, apresento e analiso o grafite urbano contemporâneo, com enfoque especial nas produções cariocas, procurando recontar sua história, destacar seus principais aspectos e apontar seus principais personagens. Sempre tendo em vista a estreita relação que o grafite mantém com o espaço público da urbe, evidencio a tensão causada pela atual institucionalização de sua estética, incorporada ao mercado de consumo, ao circuito da arte canônica e à indústria cultural.

## ABSTRACT

SODRÉ, Rachel Fontes. proliferar **Tintas nos muros: Um estudo sobre a produção de grafite no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

The cities are important spaces of experience and communication where meaningful subjective processes may happen. In addition to buildings and the intense flow of people and vehicles, the streets of the urban areas also harbor a diversity of visual signs, images from different origins, with aspects, finalities and sizes varied as well. The object of this dissertation is one of the components of the urban communication. It is the contemporary urban graffiti that proliferates by walls, viaducts and taproots of the big cities as multicolored panels, characters and elaborated letters. Based on the reading of different authors, on research in different medias and on the ethnographic fieldwork that included interviews and the participant observation, I present and analyze the urban contemporary graffiti, focusing specially the production made in the city of Rio de Janeiro, trying to tell its history, to show its most important aspects and to point out its main personages. Always considering the close relation between graffiti and the city's public spaces, I demonstrate the tension caused by the present institutionalization of its aesthetics, absorbed by the consumption market, by the circuit of canonical arts and by the cultural industry.

## Lista de ilustrações

Fig.01: Muro do Jôquei Clube, na Rua Jardim Botânico. (Fonte: Rachel Sodré).....	102
Fig.02: Grafite feito pelos grafiteiros Ment, Stile22 (Nação Crew), SWK e Duim (Santa Crew) em SantaTeresa, em 2005. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacaocrew">www.fotolog.com/nacaocrew</a> ).....	103
Fig.03: Produção do grupo Rimas e Tintas (Acme, O Crespo, Machintal e Cove). Fonte: <a href="http://www.fotolog/acme_dv">www.fotolog/acme_dv</a> .....	103
Fig. 04: Trabalho assinado pelo grafiteiro Airá (Rimas e Tintas).Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/acme_dv">www.fotolog.com/acme_dv</a> .....	104
Fig.05: Intervenção do grafiteiro Ment (Nação Crew) no Hip Hop Voador edição 1, dia 07/09/2004. Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> .....	106
Fig.06 Fig.06 Bush com chifres. Grafite feito pelo Ment perto da Rodoviária Novo Rio. Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> .....	106
Fig.07: Bandido com asas. Personagem recorrente nos grafites do Acme, representa as crianças do tráfico e os picadores mortos. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/acme_dv">www.fotolog.com/acme_dv</a> ).....	106
Fig. 08: Fig. 08: Aposentado. Grafite do Akuma, em Niterói. (Fonte: <a href="http://www.graffiti.org/brazil">www.graffiti.org/brazil</a> ).....	107
Fig. 09: Batalha de MC com político. Intervenção dos grafiteiros Airá e Acme, do grupo Rimas e Tintas. (Fonte: <a href="http://www.fotolog/nacao">www.fotolog/nacao</a> ).....	107
Fig.10:Tag do grafiteiro Preás. (Fonte: <a href="http://www.preas.multiply.com">www.preas.multiply.com</a> ).....	115
Fig.11: <i>Bombs</i> dos grafiteiros Acme e Eco. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/marceloeco">www.fotolog.com/marceloeco</a> ).....	116
Fig.12: <i>Piece</i> do grafiteiro Ment. (Fonte: <a href="http://www.ment1.multiply.com">www.ment1.multiply.com</a> ).....	116
Fig. 13: <i>Whole car</i> realizado pelo Acme em trem da Supervia em evento promovido pela CUFA. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/acme_dv">www.fotolog.com/acme_dv</a> ).....	117
Fig. 14:Assinatura do Preas em 3D.(Fonte: <a href="http://www.preas.multiply.com">www.preas.multiply.com</a> ).....	118
Fig. 15: Freestyle do Eco. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/marceloeco">www.fotolog.com/marceloeco</a> ).....	119
Fig. 16: Freestyle do Acme. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/acme_dv">www.fotolog.com/acme_dv</a> ).....	119
Fig. 17 Produção dos grafiteiros Acme, Beam, O Crespo, Afa, Dab e Kiko. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacaocrew">www.fotolog.com/nacaocrew</a> ).....	120



Fig 18. Grafite do Akuma. (Fonte: <a href="http://www.graffiti.org/brazil">www.graffiti.org/brazil</a> ).....	159
Fig 19. Selo. (Fonte: <a href="http://www.graffiti.org/brazil">www.graffiti.org/brazil</a> ).....	161
Fig 20. Cangaceiro. Trabalho do Akuma na exposição Fabulosas Desordens. (Fonte: <a href="http://www.graffiti.org/brazil">www.graffiti.org/brazil</a> ).....	162
Fig 21. Eco boca de fumo. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/marceloeco">www.fotolog.com/marceloeco</a> ).....	163
Fig 22. Pannel em bar da Lapa. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/marceloeco">www.fotolog.com/marceloeco</a> ).....	165
Fig 23. Personagem e versículo bíblico. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/marceloeco">www.fotolog.com/marceloeco</a> ).....	166
Fig 24. Acme e seu auto-retrato. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/acme_dv">www.fotolog.com/acme_dv</a> ).....	167
Fig 25. Bandido armado. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/acme_dv">www.fotolog.com/acme_dv</a> ).....	170
Fig 26. O Outro lado da favela. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/acme_dv">www.fotolog.com/acme_dv</a> ).....	170
Fig 27. Logomarca da Nação Crew. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	171
Fig 28: Grafite produzido pelo Ment e pelo Bragga. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> )....	175
Fig. 29: Índia. Tela assinada pelo Ment. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	175
Fig. 30: Face Brasil. Grafite do Airá no Catumbi. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	175
Fig. 31: Paulinho da Viola. Grafite do Ment em Botafogo. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	175
Fig. 32: Cristo Redentor. Grafite na sala do secretário de cultura da cidade do Rio de Janeiro. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	176
Fig. 33: Favela. Grafite do Ment. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	176
Fig. 34: Construções urbanas. Grafite feito por Ment e Preas no Vidigal. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	176
Fig. 35: Futebol. Grafite do Chico. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	177
Fig. 36: Casebre. Grafite do Bragga. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	177
Fig. 37: Cabeça de Cofre. Personagem recorrente nos grafites do Preas, em alusão ao capitalismo. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	177

Fig. 38: Mulher com lata d'água na cabeça. Grafite do Chico no muro da Produtora do Gilberto Gil, na Gávea. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	177
Fig. 39: Composição do Bragga. Mescla de elementos urbanos e de natureza. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	178
Fig. 40: Menino negro. Grafite de Airá “O Crespo”. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> )....	178
Fig.41: Mural na Presidente Vargas. Produção com a participação de Chico, Ment e Preas. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/nacao">www.fotolog.com/nacao</a> ).....	179
Fig.42: Flesh Beck Crew. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/fleshbeckcrew">www.fotolog.com/fleshbeckcrew</a> ).....	181
Fig.43: Shimus ilustram biquínis da grife Blue Man. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/fleshbeckcrew">www.fotolog.com/fleshbeckcrew</a> ).....	182
Fig.44: Coca-cola: Trabalho sobre layout pré-estabelecido. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/fleshbeckcrew">www.fotolog.com/fleshbeckcrew</a> ).....	182
Fig.45: Trabalho no stand da Oi no Fashion Rio 2007. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/fleshbeckcrew">www.fotolog.com/fleshbeckcrew</a> ).....	182
Fig.46: Nina ilustra outdoor na campanha Tim Festival. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/fleshbeckcrew">www.fotolog.com/fleshbeckcrew</a> ).....	183
Fig.47: Nina e Shimu no muro do Jôquei Clube do Rio de Janeiro. (Fotografia: Rachel Sodré).....	186
Fig.48: Porta de loja no Jardim Botânico. (Fotografia: Rachel Sodré).....	187
Fig.49: Grafite em mobiliário urbano. (Fotografia: Rachel Sodré).....	187
Fig.50: Nina, Bebê Idoso e Shimu em explosão de cores no Jardim Botânico (Fotografia: Rachel Sodré).....	187
Fig.51: Produção da FBC na rua Jardim Botânico. (Fonte: <a href="http://www.fotolog.com/fleshbeckcrew">www.fotolog.com/fleshbeckcrew</a> ).....	188
Fig 52. Trem de carga marcado pelo grafite vandal da Inde. (Fotografia: Anarkia).....	190
Fig.53. Grafite vandal em porta de loja. (Fotografia: Anarkia).....	191

Fig 54. Grafite vandal em container (Fotografia: Anarkia).....193

Fig 55. Grafite vandal em vagão de trem da Supervia. (Fotografia: Anarkia).....193

## Sumário

<b>Introdução.....</b>	<b>11</b>
<b>Capítulo 1: Mundialização e cultura: o lugar da cultura no mundo contemporâneo.....</b>	<b>20</b>
<b>1.1 O conceito de cultura.....</b>	<b>21</b>
<b>1.2 Contexto cultural contemporâneo.....</b>	<b>31</b>
<b>1.2.1 Entendendo o momento: o contexto da globalização.....</b>	<b>33</b>
<b>1.2.2 As configurações culturais num mundo globalizado.....</b>	<b>38</b>
<b>Capítulo 2: A comunicação na cidade.....</b>	<b>45</b>
<b>2.1 Imagens urbanas: a comunicação visual na cidade.....</b>	<b>47</b>
<b>2.1.1 As imagens da cidade.....</b>	<b>49</b>
<b>2.1.2 Polifonia urbana.....</b>	<b>54</b>
<b>2.2 Cidade e produção de subjetividade.....</b>	<b>62</b>
<b>2.3 A tomada das ruas: usos políticos do espaço urbano.....</b>	<b>76</b>
<b>Capítulo 3: Tintas nos muros.....</b>	<b>82</b>
<b>3.1. Grafite: algumas definições e momentos importantes.....</b>	<b>86</b>
<b>3.1.1 Anos 1960: grafite, protestos e transgressão.....</b>	<b>88</b>
<b>3.1.2 Anos 1970, 1980 e 1990: o grafite dos guetos, o hip hop e a internacionalização.....</b>	<b>91</b>
<b>3.1.3 Tintas nos muros brasileiros.....</b>	<b>96</b>
<b>3.2. O grafite urbano contemporâneo.....</b>	<b>108</b>
<b>3.2.1 Aspectos gerais: motivações, técnicas e estilos.....</b>	<b>109</b>
<b>Capítulo 4: Tintas no Rio.....</b>	<b>128</b>

<b>4.1. Primeiras tintas: surgimento e evolução do grafite urbano contemporâneo no Rio de Janeiro.....</b>	<b>134</b>
<b>4.2. O cenário atual.....</b>	<b>143</b>
<b>4.3 Pela cidade: grafite e comunicação urbana.....</b>	<b>155</b>
<b>4.4 Os grafiteiros cariocas.....</b>	<b>164</b>
 <b>Capítulo 5: Tinta além dos muros: as diferentes facetas e usos do grafite carioca.....</b>	 <b>197</b>
 <b>5.1 Grafite como agenciamento.....</b>	 <b>197</b>
<b>5.2 As diferentes facetas do grafite carioca.....</b>	<b>200</b>
<b>5.2.1 Emoldurado e embalado para viagem: a institucionalização e seus efeitos.....</b>	<b>202</b>
<b>5.2.2 Função social.....</b>	<b>217</b>
<b>5.2.3 Grafite urbano: devires menores e revolucionários.....</b>	<b>222</b>
 <b>Considerações finais.....</b>	 <b>227</b>
 <b>Referências bibliográficas.....</b>	 <b>233</b>
 <b>Anexos.....</b>	 <b>238</b>

## Introdução

Os grafites urbanos podem sobressair na paisagem das cidades por todo um conjunto de características — por suas cores vivas e proporções avantajadas, em alguns casos, pelo estilo elaborado e mesmo pela contundência e originalidade da interpelação que preparam. Destacam-se assim, de diversas maneiras, dos demais signos visuais que compõem o intrincado conjunto de imagens da comunicação urbana — os letreiros do comércio, outdoors, cartazes publicitários, placas, pichações e outras inscrições.

Assim sendo, após alguns minutos de passeio pelas ruas da cidade, é provável que nem mesmo a pessoa mais desatenta ignore as imagens coloridas que proliferam por muros, viadutos, tapumes, paredes de prédios públicos e outros espaços livres da urbe. Seja na forma de grandes painéis que ocupam muros inteiros, como pequenas pinturas ou assinaturas espalhadas aleatoriamente por eles, o grafite<sup>1</sup> é hoje parte integrante do cenário urbano. O repertório dos “escritores de parede”<sup>2</sup> é bastante amplo e diversificado, inclui denúncias de mazelas sociais, sátiras políticas, personagens que remetem ao universo infantil, assinaturas em letras estilizadas e imagens abstratas. Não há regras, nem um padrão dominante, a criação fica a critério das preferências e do estilo pessoal do grafiteiro e das suas ideologias.

Um aspecto importante destas inscrições é a interpelação que podem fazer aos transeuntes, transmitindo-lhes mensagens, evocando-lhes sensações ou emoções ou simplesmente chamando-lhes a atenção para suas imagens repletas de cores que, não raro, modificam a paisagem dos locais onde são efetuadas.

---

<sup>1</sup> Adoto aqui a grafia corrente no português escrito, diferente dos grafiteiros que utilizam o termo *graffiti* – plural do substantivo italiano *graffito*.

<sup>2</sup> Os grafiteiros também são chamados de escritores. Cf. DENNANT, 1997; SPIGELMAN, 2005; POATO, 2006 e TOBIN, 1995.

Entretanto, é importante notar que não é apenas nos espaços públicos das grandes cidades que as imagens do grafite proliferam. Se sairmos das ruas e entrarmos em museus e galerias de arte ou, até mesmo, em *shopping centers*, corremos o risco de reencontrar essa mesma estética transposta para as telas e adaptada a uma série de objetos como camisetas, bermudas, bonés, tênis, guarda-chuvas, cadernos, agendas, peças de decoração e tudo o mais que a imaginação dos artistas/grafiteiros/designers conceber – e o desejo dos clientes cobiçar. Mas a onipresença do grafite não pára por aí. Deparamos-nos com esta linguagem também em vinhetas, campanhas publicitárias e em multicoloridos cenários de programas de televisão. Enfim, parece que a arte das ruas atravessou os limites da marginalidade e do estigma que marcaram suas origens, conquistando fama, *status* e valor comercial.

Assim, considerando a multiplicação de tais inscrições nos muros da urbe e a incorporação desta linguagem das ruas ao mercado, ao discurso publicitário e ao circuito da arte canônica acredito ser importante examinar não apenas a produção urbana do grafite e o modo como este se insere nos processos comunicacionais citadinos, mas também o processo que o institucionaliza e mercantiliza.

A meu ver, a validade de tal estudo deriva do fato de ser a cidade, lugar onde o grafite se inscreve, o espaço concreto de nossos deslocamentos diários e onde se travam relações sociais. Trata-se, ainda, de um ambiente onde ocorrem importantes processos comunicacionais que podem, de modos diversos, interpelar os cidadãos, mobilizando afetos e produzindo subjetividades. O meio urbano configura-se, portanto, como importante espaço de vivência humana e onde ocorrem processos de comunicação bastante significativos, como indica Caiafa<sup>3</sup>.

Além disso, dada a origem urbana do grafite e os usos marginais e transgressores ao quais ele se prestava no início, importa avaliar se, e em que medida, a institucionalização desta estética

---

<sup>3</sup> CAIAFA, 2002a, *passim*.

interfere ou modifica as produções urbanas, bem como o processo comunicacional nos quais estas estão inseridas.

Tendo em vista todas essas questões, proponho-me aqui a recontar a história do grafite urbano contemporâneo, sobretudo o produzido na cidade do Rio de Janeiro na última década, procurando entender o atual cenário da produção de grafite carioca. Ao longo desse relato, chamo a atenção para o modo como esta linguagem se insere na dinâmica da comunicação citadina e teço reflexões acerca da aparente tensão entre os usos urbanos – os quais chamarei também de menores<sup>4</sup> - e institucionais – ou maiores - do grafite.

Opto por falar em produção de grafite *na* cidade do Rio de Janeiro em vez de produção de grafite *da* cidade do Rio de Janeiro, pois a primeira expressão me parece mais adequada à configuração do cenário amplo e aberto que pretendo descrever aqui, enquanto a segunda me sugere uma prática mais estanque e hermética. Amplitude e abrangência, aláís, são propriedades do grafite contemporâneo, uma vez que este é um fenômeno cultural de dimensões internacionais, que abrange estilos e estéticas variados e que pode ou não estar relacionado ao *hip hop* e a outras práticas culturais urbanas.

Considerando o caráter transfronteiriço do movimento, percebe-se que o grafite que aqui se faz guarda relações com aqueles que são produzidos em outras cidades e estados brasileiros. Tais relações podem se manifestar, por exemplo, por meio dos constantes diálogos e intercâmbios entre os grafiteiros. Com frequência, artistas de outras cidades do Brasil e do mundo vêm pintar no Rio, nessas ocasiões, destacam-se do grupo ao qual pertencem e estabelecem parcerias novas e provisórias que podem durar o período de estada na cidade, um fim de semana, um dia ou apenas o tempo necessário para pintar um muro. Os grafites que produzem nesses

---

<sup>4</sup> Uso aqui as palavras maior e menor como conceituadas por Deleuze e Guattari em “Postulados de linguística” e em “Kafka: por uma literatura menor”. Essa questão será desenvolvida no capítulo 4.



breves encontros não são nem paulistas, nem mineiros, nem brasileiros, nem novaiorquino, nem cariocas, mas frutos de arranjos momentâneos e passageiros. Não são grafites *do* Rio de Janeiro, mas *no* Rio de Janeiro.

Um outro dado importante da produção carioca é o fato de que os grupos que aqui atuam não estão restritos pelos limites físicos da cidade. Grafiteiros de cidades vizinhas podem integrar o cenário do grafite carioca – e, como constatei, frequentemente o fazem. Além disso, como também pude verificar, os eventos e encontros de artistas estropolam as fronteiras municipais. Em decorrência disso, grafiteiros moradores de outras cidades da região metropolitana do Rio de Janeiro, assim como os eventos e encontros que lá acontecem, foram considerados em meu estudo (não porque eu tenha planejado, mas como consequência do modo como o cenário e as relações intergrupais se organizam). Obviamente, o foco deste trabalho está nos grupos e grafiteiros cariocas (com destaque para as *crews* Nação, FleshBeck, Inde e para o grafiteiro Acme), mas não desconsidere eventos e nomes importantes do cena do grafite no Rio pelo simples fato de estarem fisicamente localizados além das fronteiras geográficas da cidade. Atores importantes como os grafiteiros Fábio Ema, Marcelo Eco e Akuma, por exemplo, são das cidades de São Gonçalo e Niterói, respectivamente. Além destes, grafiteiros da baixada Fluminense ( Bob e Kaja do coletivo Posse 472) também foram ouvidos e tiveram seus relatos considerados em minha análise.

Antes de prosseguir, faço aqui uma ressalva: as páginas que se seguem contêm – ou pretendem conter – não apenas as histórias e os registros do grafite carioca, mas contam também, inevitavelmente, a história da minha própria experimentação da cidade e de seus processos e circuitos comunicativos. É importante deixar isso bem claro logo no início para que os eventuais

leitores que se aventurarem nessa leitura, não alimentem a esperança de encontrar aqui uma verdade pronta e fechada sobre o que quer que seja o grafite carioca.

Primeiro porque essa verdade não existe. O grafite carioca encontra-se em construção, evolução, transformação. É feito por pessoas que mudam, que se adaptam às necessidades da vida e aprendem com elas. É tocado e influenciado pelo que vem de fora – de fora do Brasil, da cidade, do circuito do grafite e pelo entorno dos grafiteiros – e por circunstâncias e elementos internos ao círculo dos grupos executores, por questões particulares da metrópole que o acolhe e pela subjetividade dos artistas urbanos.

Segundo, porque estas linhas nascem das minhas impressões e das impressões das pessoas que entrevistei. São produto de uma observação e de uma análise tão pessoais como costumam ser olhar do etnógrafo e o trabalho do escritor<sup>5</sup>. Não tenho a ilusão, nem a pretensão de uma total imparcialidade. Assumo, entretanto, o compromisso de ser fiel ao que vi e ouvi.

Desse modo, este relato pode começar contando que o meu interesse pela comunicação urbana foi despertado em 2000 quando passei a morar no Rio de Janeiro. Essa mudança não foi uma experiência nova e inquietante que estimulou tanto os meus sentidos quanto minha imaginação. As paisagens, as luzes, as cores, as imagens e os sons próprios da metrópole, assim como a diversidade de estilos de seus moradores me fascinaram desde o início. Assim, ao longo dos seis anos em que circulei pelos bairros cariocas, me permiti mergulhar na atmosfera da cidade, me aventurar em seus itinerários, decorar os nomes das ruas, memorizar pontos de referência e admirar repetidas vezes as mesmas paisagens. Foi assim que me tornei leitora de paredes.

---

<sup>5</sup> Clifford chama a atenção para o caráter subjetivo da escrita etnográfica. Ele escreve: “a escrita etnográfica está do começo ao fim imersa na escrita. Esta escrita inclui, no mínimo uma tradução da experiência para a forma textual. O processo é complicado pela ação de múltiplas subjetividades e constrangimento políticos que estão acima do controle do escritor.” (CLIFFORD, 2002, p. 21). Em um raciocínio semelhante, Crapanzano compara o trabalho do etnógrafo ao ofício do tradutor.

A pesquisa sobre ônibus cariocas<sup>6</sup>, iniciada em 2002, me incentivou a mergulhar mais fundo no cenário que me fascinava e me levou a desenvolver um novo olhar sobre o meio urbano, além de uma outra maneira de compreender suas características e os processos de comunicação nele gerados. Dessa forma, durante três anos de iniciação científica tive a oportunidade explorar empiricamente a cidade e de conhecer textos que ressaltam a importância dos centros urbanos na atualidade, justamente pelo caráter dos processos subjetivos e de comunicação gerados no interior deste meio tão rico em fluxos humanos, econômicos, culturais e comunicativos. Ao fim deste período, continuei a me interessar pelas questões do meio urbano, sobretudo pelos processos comunicativos e subjetivos que nele têm lugar.

A escolha do grafite como objeto de pesquisa foi efeito do interesse e da curiosidade gerados pela observação e pela vivência da cidade ao longo daqueles anos. Foi assim, que, em 2005, comecei a olhar ainda mais atentamente para os grafites cariocas procurando entender as motivações de seus produtores. Afinal, quem eram as pessoas que pintavam aqueles muros? Com quais objetivos? De que forma estariam inseridos no processo de comunicação urbana? Qual seria a dinâmica de produção de grafite na cidade do Rio de Janeiro? Quais as particularidades do grafite carioca? E suas conexões com outros movimentos culturais e com o grafite produzido em outros lugares? Essas foram algumas das questões que pautaram minha pesquisa e que tive a oportunidade de propor aos grafiteiros que entrevistei.

Já no início da pesquisa, tinha consciência da institucionalização do grafite, pois via esta linguagem reproduzida na mídia, em anúncios publicitários e em objetos de consumo. O questionamento desse processo de incorporação do grafite pelo *mainstream* foi o outro pilar da minha pesquisa. Queria entender melhor como se dava tal processo, o modo como os grafiteiros

---

<sup>6</sup> De 2002 a 2005 fui bolsista de iniciação científica da pesquisa Jornadas Urbanas, coordenada pela antropóloga Janice Caiafa, que, em 2003, publicou o livro homônimo pela FGV.

se comportavam e reagiam diante disso, se haveria conseqüências aos grafites produzidos nas ruas e à comunicação urbana.

Iniciada a pesquisa, deparei-me com um cenário muito mais amplo e diversificado do que pretendia encontrar. Descobri que iniciar uma investigação requer muito mais do que simplesmente arregaçar as mangas e se pôr a trabalhar. Implica também estar disposto a se despir de concepções previamente formuladas, a colocar as próprias crenças e hipóteses à prova e a estar pronto para abrir mão de formulações relativamente bem assimiladas. Exige, por isso, um exercício de humildade que requer do pesquisador a disposição de rever seus conceitos e admitir, em algum momento, que talvez saiba menos do que imagina.

Confesso que meu primeiro contato empírico com o objeto de investigação me deixou bastante desconfortável, pois a ida ao campo me proporcionou surpresas e descobertas pelas quais não esperava (ou que não desejava encontrar), destruiu algumas suposições e embaçou um objeto de estudo que, até então, parecia bem nítido. Refeita do susto, me deparei com um fenômeno complexo e bem mais rico do que julgava a princípio. A cidade é muito maior do que eu, há mais muros grafitados do que jamais serei capaz de catalogar e a cada dia surgem novos grafites, enquanto outros são transformados – pela ação do tempo, dos pichadores, pela própria vida urbana – ou simplesmente apagados. Dei-me conta, também, de que os grafiteiros são gente de carne e osso, com almas muito mais complexas e contraditórias do que os estereótipos que eu esperava encontrar.

Assim, ao susto inicial se seguiram novos desafios e inúmeras descobertas, os quais relato no decorrer das próximas páginas.

Tendo em vista que o grafite é considerado um fenômeno cultural da atualidade, inicio este trabalho com uma breve discussão acerca do conceito de cultura, buscando encontrar a interpretação do termo que melhor se ajuste à análise do meu objeto de estudo. Ainda no primeiro

capítulo, desenvolvo uma reflexão a respeito da, assim chamada, globalização e de seus efeitos sobre as práticas culturais. Isso porque acredito que estudar a produção de grafite no Rio de Janeiro hoje, ou qualquer outra prática cultural inscrita num mundo que se globaliza, requer um olhar que seja, ao mesmo tempo, atento ao seu entorno e capaz de se dirigir para além das fronteiras nacionais; exige perceber, ver e ouvir o que está perto, auscultar a cidade em que vivemos, sem deixar de considerar o macrocosmo do qual ela faz parte.

Portanto, para analisar a produção das inscrições urbanas, acredito ser necessário considerar também o meio no qual emergem e onde se tornam importantes elementos comunicacionais: a cidade. É nas superfícies cinzentas dos muros, paredes, viadutos e tapumes das urbes que as letras e desenhos coloridos tomam forma. É através da ocupação desses espaços que os grupos grafiteiros ganham voz e visibilidade em meio ao fluxo intenso de carros, pedestres e informações que povoam a vida dos centros urbanos. Uma vez gravadas nas ruas e avenidas da cidade, as pinturas e inscrições feitas por eles passam a fazer parte do imenso coral polifônico da comunicação urbana, integrando um conjunto de elementos capazes de compor e recompor subjetividades.

Assim sendo, no segundo capítulo, volto meu olhar para o meio urbano e para as particularidades dos processos subjetivos e comunicacionais que nele se geram. Apresento a cidade como “campo semântico”<sup>7</sup> e lugar de experimentação da alteridade no interior do qual subjetividades, criadoras ou não, podem ser geradas. Um espaço, portanto, onde importantes processos comunicativos, subjetivos e políticos acontecem.

O capítulo três trata do grafite urbano sob diferentes aspectos. Traz algumas definições, um panorama dos fatos e eventos que marcaram sua evolução ao longo das últimas quatro décadas no

---

<sup>7</sup> MOLES, 1987, p. 18

Brasil e no mundo, além da descrição de seus aspectos mais relevantes. Nesta parte da dissertação, começo a mostrar o grafite como um fenômeno plural e multifacetado.

A partir do capítulo seguinte, passo a apresentar os resultados da minha vivência de campo e dos meus encontros com os grafiteiros cariocas. Esta parte da dissertação é, portanto, simultaneamente, uma combinação das minhas observações e impressões com os relatos, pensamentos e idéias dos meus entrevistados.

No quarto capítulo, apresento, em breve perspectiva histórica, as circunstâncias que contribuíram para a atual conformação do circuito carioca de produção de grafites. A isso se segue a descrição do presente cenário, suas principais características e os nomes que se destacam.

Em seguida, encerro evidenciando as multiplicidades do grafite carioca contemporâneo, assim como seu caráter instável e as tensões que o atravessam, propondo compreendê-lo nos termos dos agenciamentos descritos por Deleuze e Guattari. Apresento também as diferentes dimensões que a pesquisa de campo me revelou: a produção urbana, a institucionalização da linguagem do grafite e a utilização da mesma com fins filantrópicos.

## Capítulo 1: Mundialização e cultura: o lugar da cultura no mundo contemporâneo

O grafite urbano está na moda. Podemos vê-lo em quase todo lugar: na televisão colorindo cenários e vinhetas, em anúncios e capas de revistas, emoldurado em telas penduradas em paredes de museus e galerias de arte, estampando todo tipo de produto – de tênis a agendas, bonés e *skates*. Em jornais e revistas são freqüentes reportagens a respeito do grafite urbano, que costuma aparecer sob os mais variados títulos: cultura, moda, comportamento, arte, educação, ação social... Parece que o grafite urbano é onipresente e polivalente. Grafiteiros, consumidores e apreciadores dessas inscrições se apressam em rotular o grafite como um bem cultural, entretanto, não se preocupam em discutir o conceito de cultura e seu *status* no mundo contemporâneo.

O grafite será entendido aqui como uma prática cultural urbana, por isso, antes de iniciar minha abordagem acerca da produção de grafite, acho relevante pensar o conceito de cultura. Desse modo, tento responder as seguintes questões: o que é cultura? Como trabalhar este conceito já tão banalizado? Que referenciais teóricos utilizar para melhor abordá-lo?

Em seguida, abordo o *status* das práticas culturais e da produção de cultura dentro do contexto da, assim chamada, globalização, procurando entender os múltiplos aspectos deste fenômeno, bem como suas implicações nas práticas humanas e sociais que recebem o nome de cultura. Assim, partindo da leitura de diferentes autores a respeito da globalização e seus impactos na sociedade e nas práticas culturais contemporâneas, investigo o modo como tais práticas se configuram e interagem num mundo considerado global, a fim de, primeiramente, compreender as relações entre elas e, mais adiante, entender de que maneira a produção de grafite na cidade do Rio de Janeiro se insere neste contexto.

## 1.1 O conceito de cultura

Cultura: uma única palavra, múltiplas conotações. Do senso-comum às diversas correntes da antropologia muito já se disse e escreveu sobre o conceito de cultura, com diferentes abordagens e compreensões. A idéia de cultura já foi, portanto, ampla e exaustivamente explorada por muitos autores, o que deu origem a uma variedade de interpretações, muitas das quais discordantes entre si. Não é meu objetivo aqui estudar todas essas vertentes, entretanto, para efeito de contextualização, exporei breve e superficialmente algumas dessas acepções.

Para o senso-comum, a palavra cultura é quase sinônima de conhecimento adquirido por intermédio do cultivo da mente, constituindo um conjunto de bens simbólicos intelectuais que confere erudição ao indivíduo que o possui. Esta noção confunde-se, portanto, com a de cultura elevada, erudita, e aparece no dicionário como o oposto de ignorância.

A palavra presta-se também a outros usos corriqueiros, sendo utilizada tanto para aludir a todo tipo de manifestação artística – teatro, música, pintura, dança etc. -, como para designar o conjunto de aspectos que caracterizam a existência social de grupos, povos ou nações - sistema de valores, crenças, hábitos, idioma, comidas e vestuários típicos etc. É nesse último sentido que se fala, por exemplo, em cultura brasileira, cultura hippie, cultura indígena. É nesse sentido também que pensarei a cultura do grafite, pois, como veremos nos próximos capítulo, trata-se de muito mais do que uma simples técnica de pintura, remete a uma prática cultural e social de grupos urbanos com atitudes e características próprias.

Por enquanto, me atenho às aplicações da palavra cultura e apresento um breve histórico dos usos e das interpretações que o termo já conheceu ao longo da história.

Cultura é uma palavra de origem latina derivada do verbo *colere*, que significa cultivar. Desse modo, em seu sentido original, está relacionada às atividades agrícolas. Pensadores



romanos ampliaram esse significado utilizando o termo cultura para indicar refinamento pessoal, educação e sofisticação, um uso que, como vimos, se estende até os nossos dias.

Comentando essa importante mudança semântica, Eagleton chama a atenção para o fato de que a palavra que inicialmente denotava apenas um processo completamente material tem seu significado metaforicamente transportado para as questões do espírito. Entretanto, a idéia de um processo ativo, que requer esforço e dedicação permanece. Nessa acepção a cultura é entendida como auto-cultura, auto-moldagem, um cultivo que fazemos a nós mesmo<sup>8</sup>.

Dentro da perspectiva evolutiva da História universal do século XVIII, o conceito de cultura aproxima-se do de civilização, significando “etapa evolutiva das tradições e valores de um lugar ou período específico”<sup>9</sup>. Para que a civilização se desenvolva, “para que o Estado floresça, precisa incutir em seus cidadãos os tipos adequados de disposição espiritual”<sup>10</sup>. Assim, a cultura é entendida como “uma espécie de pedagogia ética que nos torna aptos para a cidadania política ao liberar o eu ideal ou coletivo escondido dentro de cada um de nós”<sup>11</sup>. Aqui, a idéia de cultivo subsiste, um cultivo dos cidadão pelo Estado.

Como sinônimo de civilização, o conceito de cultura contrasta com o de barbárie e remete a um Estado realizado. Nesta noção, as idéias de progresso, evolução e processo histórico estão fortemente implicadas, um pensamento que se enquadrava perfeitamente no impulso iluminista, com seu culto ao auto-desenvolvimento secular e progressivo, como explica Eagleton.

A idéia de que as culturas evoluem linearmente rumo a um ponto ideal, fazem do evolucionismo uma perspectiva etnocêntrica que desconsidera a alteridade e trata como atrasados os povos e sociedades que não se enquadram no padrão europeu. É importante lembrar que o pensamento evolucionista é contemporâneo do imperialismo europeu e funcionou como modo de

---

<sup>8</sup> EAGLETON, 2005, p.16.

<sup>9</sup> Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa.

<sup>10</sup> EAGLETON, op. Cit., p.16

<sup>11</sup> *Ibidem*.

legitimar a dominação colonial e a subjugação a qual as nações industrializadas sujeitavam os povos tidos como “primitivos”.

Williams mostra que a equiparação das idéias de cultura e civilização é questionada pelo movimento romântico, pois esta acepção remeteria exclusivamente a aspectos exteriores da convivência social, como polidez e etiqueta, e a um estado artificial. Assim, na virada do século XIX, surge um sentido alternativo de cultura, relacionado a “impulsos mais humanos”, à subjetividade e às singularidades individuais. Desse modo, associou-se cultura com religião, arte, família e instituições e práticas de significados e valores.<sup>12</sup>

Foi também sob influência do movimento romântico e em contraposição ao universalismo iluminista que se questionou o etnocentrismo da corrente evolutiva, passando-se a relacionar cultura às tradições herdadas do passado, aos modos de vida dos diferentes povos, valorizando-se, portanto, as diferenças culturais. Cultura denota, nesse sentido, tudo o que caracteriza uma população humana, ou mais, uma entidade que não apenas identifica, como também é capaz de conferir coerência e organicidade a um coletivo. A partir de então, passou-se a falar em culturas, no plural.

Guattari chama atenção para o fato de que se, por um lado, renunciou-se a uma referência geral em relação à cultura branca, ocidental e masculina, por outro, estabeleceu-se uma espécie de policentrismo cultural, uma multiplicação do etnocentrismo.<sup>13</sup>

Este mesmo autor demonstra que não se pode separar a produção de sentido - aquilo o que ele chama de “atividades de semiotização” - numa esfera à parte designada como a da “cultura”, pois esta última está articulada à outras dimensões – dimensões concretas - da vida social. Segundo ele, o isolamento das atividades semióticas em domínios estanques e autônomos retira-

---

<sup>12</sup> WILLIAMS, 1979, p. 20 e 21.

<sup>13</sup> GUATTARI, 2005, p.24.

as de suas realidades políticas, colocando-as a favor do mercado e dos interesses do capitalismo. É nesse sentido que Guattari afirma que o conceito de cultura é reacionário.

A respeito da vinculação das atividades semióticas às dimensões concretas da vida social, podemos recorrer à Bakhtin. Criticando o “objetivismo abstrato” <sup>14</sup> da lingüística estruturalista proposta por Saussure, Bakhtin chama a atenção para aspectos como a mutabilidade das formas lingüísticas, a dinâmica do desenvolvimento histórico, a concretude do contexto, a polissemia de significações, o processo evolutivo contínuo da língua.

A cultura também pode ser entendida desse modo, sendo necessário pensá-la, portanto, não como algo cristalizado, um sistema acabado transmitido inalterado de geração a geração, mas como um fato vivo, em constante evolução e transformação, em conexão com o seu tempo histórico e com as práticas humanas, tornada polissêmica pelos diferentes usos. É também polifônica, atravessada por heterogeneidades, marcada pela diversidade, construída no diálogo, na interação entre os diferentes grupos e práticas, determinada pelo contexto.

As asserções de Bakhtin me remetem ao materialismo cultural proposto por Raymond Williams. Trata-se de uma perspectiva que considera as condições materiais da produção cultural, que é, nesta ótica, concebida como parte de uma totalidade abrangente. Assim sendo, atenta-se à vinculação entre a cultura e a realidade objetiva dentro da qual ela emerge.

Esta abordagem nega que a esfera cultural goze de autonomia absoluta, pois entende que o contexto político e social, a história da produção, as circunstâncias materiais que envolvem o artista no momento da criação, assim como seu diálogo com outros produtores também fazem parte da obra.

---

<sup>14</sup> BAKHTIN, 2002.

Desse modo, como indica Facina, toda obra de arte está historicamente situada, e deve, por isso, ser considerada fruto de seu tempo<sup>15</sup>. Em outras palavras: toda criação artística é “um produto histórico, produzido numa sociedade específica, por um indivíduo inserido nela por meio de múltiplos pertencimentos”<sup>16</sup>. O artista, portanto, “é sempre um indivíduo de carne e osso, sujeito aos condicionamentos que seu pertencimento de classe, sua origem étnica, seu gênero e o processo histórico do qual é parte lhe impõem. Sua capacidade criativa se desenvolve num campo de possibilidades que limita sua liberdade de escolha”<sup>17</sup>.

Ao considerar a dimensão histórico-sociológica das obras de arte, o materialismo cultural se contrapõe à concepção idealista da cultura, que a considera um mundo autônomo e especial, sem qualquer relação com as outras esferas da sociedade, alheio, portanto, à vida material concreta. Nessa perspectiva, a cultura se torna auto-explicativa, pois é entendida como um campo fechado, sem conexão com as outras dimensões da vida social. Diante de tal isolamento e autonomia, a capacidade de criação humana estaria resguardada das interferências externas, da realidade objetiva e de suas influências sociais, econômicas, políticas etc. Conseqüentemente, a separação do campo da produção cultural da vida comum, aristocratiza-o, reservando-os aos gênios e às “pessoas de gosto”, além de valorizar a cultura como o mais nobre âmbito da atividade humana.

A adoção de uma perspectiva materialista requer cuidado e atenção para não conduzir aos raciocínios reducionistas, deterministas e economicistas que caracterizam uma de suas vertentes: o materialismo mecânico ou vulgar, o qual reduz a cultura a uma dimensão superestrutural dependente e determinada pela história material. Trata-se de uma abordagem que define a cultura

---

<sup>15</sup> FACINA, 2004.

<sup>16</sup> *Ibidem*, p.10.

<sup>17</sup> *Ibidem*.

como “um campo secundário no qual idéias, arte, costumes, crenças etc. simplesmente espelhariam a infra-estrutura ou base econômica”<sup>18</sup>.

Raymond Williams se opõe a essa corrente e sai em defesa de um materialismo cultural mais humanista. Ele rejeita a concepção de base e superestruturas como entidades concretas e separáveis e se contrapõe à teoria do reflexo, que concebe os fenômenos culturais como meros reflexos da base econômica, determinados por ela de modo simples e sem qualquer capacidade de intervir e influenciar a dinâmica desta.

Como alternativa ao determinismo econômico, Williams propõe um “interacionismo radical: a interação mútua de todas as práticas”<sup>19</sup>. Nesse sentido, a cultura estaria “perpassada por todas as práticas sociais e constitui a soma do inter-relacionamento das mesmas”<sup>20</sup>. Ao chamar a atenção para as complexidades das verdadeiras relações entre base e superestruturas, Williams indica que as forças produtivas, as condições econômicas, o regime sócio-político, a psique do homem e as várias ideologias que refletem as propriedades dessa psique são elementos indissolúveis na prática e que não constituem, portanto “áreas ou elementos separados, mas o todo, as atividades e produtos específicos de homens reais”<sup>21</sup>. Assim, ele reconhece a existência de “ligações indissolúveis entre produção material, instituições e atividades políticas e culturais, e consciência”<sup>22</sup>.

Dentro dessa perspectiva, a determinação do econômico sobre o ideológico pode acontecer apenas em termos da fixação de limites (determinação negativa) e da atuação de pressões (determinação positiva). Nessa ótica, os limites são os “pressupostos e condições ‘definidas’ e ‘objetivas’”<sup>23</sup> que funcionam como condicionadores da agência humana, definindo

---

<sup>18</sup> *Ibidem*, p.19.

<sup>19</sup> HALL, 2003, p.137.

<sup>20</sup> *Ibidem*, p.136.

<sup>21</sup> WILLIAMS, *op. cit.*, p.84.

<sup>22</sup> *Ibidem*.

<sup>23</sup> WILLIAMS, *op. cit.*, p.89.

o terreno das operações e estabelecendo a matéria-prima do pensamento. Assim, as circunstâncias materiais funcionam como uma “rede de restrições das condições de existência do pensamento prático e do cálculo sobre a sociedade”<sup>24</sup>.

Entretanto, a determinação não é apenas o estabelecimento de limites, de modo que a sociedade não deve ser entendida como uma mera “‘casca morta’ que limita a realização social e individual. É sempre também um processo constitutivo com pressões muito poderosas que se expressam em formações políticas, econômicas e culturais e são internalizadas e se tornam ‘vontades individuais’.”<sup>25</sup>

A determinação é entendida, desse modo, como um processo complexo e inter-relacionado de limites e pressões, para o qual concorrem forças múltiplas e interativas, estruturadas em situações históricas particulares.<sup>26</sup>

Da abordagem cultural proposta por Williams, me parece válida a vinculação das práticas culturais à concretude do contexto histórico que o abrange. Coerente também é a indicação de que não acontece determinação direta e mecânica da, assim chamada, base sobre as atividades semióticas. Entretanto, a perspectiva do autor enrijece quando coloca as circunstâncias materiais como uma rede de limites e restrições para o pensamento, a ação e a criação humanos.

Uma boa alternativa a essa rigidez que cerceia as possibilidades de semiotização é pensar o campo cultural nos termos do agenciamento proposto por Deleuze e Guattari. Segundo Caiafa, os agenciamentos são “conexões ou arranjos concretos de elementos heterogêneos (de linguagem, de poder, formas sociais etc.) que se inscrevem e se estabilizam num meio mas que mergulham numa zona incerta que os pode desestabilizar”<sup>27</sup>.

---

<sup>24</sup> HALL, *op. cit.*, p.291.

<sup>25</sup> WILLIAMS, *op. cit.*, p. 91.

<sup>26</sup> *Ibidem*, p. 92.

<sup>27</sup> CAIAFA, 2000., p.62.

Ao explicar a natureza dos agenciamentos, Deleuze e Guattari propõem um modelo de dois eixos. No eixo horizontal, um agenciamento comporta dois segmentos: numa ponta está o agenciamento maquínico (de caráter material, social e não discursivo, inclui os corpos, as paixões, as ações e a mistura de corpos em sociedade) e, no outro extremo, os agenciamentos coletivos de enunciação (de caráter discursivo, efetuam a linguagem). Cortando transversalmente essa linha, há um eixo vertical que, de uma parte, contém os “lados reterritorializados” que estabilizam o agenciamento e, de outra, as “pontas de desterritorialização” que podem desestabilizar as formalizações<sup>28</sup>.

Em outras palavras, os agenciamentos são arranjos instáveis compostos por elementos heterogêneos que interagem e se influenciam mutuamente; comportam tanto sua formalização e a cristalização de seus componentes como as possibilidades, sempre presentes, de sua transformação.

Assim, devemos pensar os agenciamentos não como composições estáveis, mas como arranjos em equilíbrio provisório e que comportam as vias de sua própria guinada. “Sempre há uma linha de fuga”, escreve Deleuze, sobre a qual “as coisas se passam, os devires se fazem, as revoluções se esboçam”<sup>29</sup>.

Uma característica importante dos agenciamentos é o fato de não existir uma dimensão predominante, diferente do modelo marxista de base e superestrutura, onde a primeira determina a segunda, que, por sua vez, nada mais é do que um reflexo da infra-estrutura subjacente. Deleuze e Guattari explicam que “um agenciamento não comporta nem infra-estrutura e superestrutura, nem estrutura profunda e estrutura superficial; mas nivela todas as suas dimensões em um mesmo plano de consistências em que atuam as pressuposições recíprocas e as inserções mútuas”<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> Cf. DELEUZE e GUATTARI, 1995, p.29, e CAIAFA, *op.cit.*, p.62.

<sup>29</sup> DELEUZE, 1992, p.61.

<sup>30</sup> DELEUZE e GUATTARI, *op. cit.*, p. 32.

Desse modo, não se pode dizer que são os agenciamentos maquínicos que determinam os agenciamentos de enunciação ou vice-versa, do mesmo modo, não se deve supor que as linhas de fuga seriam meras respostas ou reações às formalizações.

Assim, nesse aspecto, o pensamento desses autores se assemelha ao de Williams quando este critica o determinismo econômico e a teoria do reflexo, indicando que as forças produtivas, as condições econômicas, o regime sócio-político, a psique do homem são elementos indissolúveis na prática, não constituindo, portanto, áreas separadas. Entretanto, para o pensador marxista, as condições materiais continuam a limitar e a restringir a ação e o pensamento humanos, não mais em termos de uma determinação automática, mas através do estabelecimento de pressões e limites, como vimos acima. É essa limitação que a noção de agenciamento, com suas linhas de fuga e a constante possibilidade de transformação, permite superar.

Apostando na perspectiva proposta por Deleuze e Guattari, equiparo a cultura a um agenciamento. Em outras palavras, o campo cultural é composto por elementos heterogêneos, de caráter instável e atravessado por linhas de fuga capazes de desterritorializar formalizações e fazê-lo entrar num novo devir.

Adoto também a idéia de que as práticas culturais relacionam-se e interagem com o contexto do qual fazem parte, estabelecendo com este relações recíprocas e contingenciais. Desse modo, as criações artísticas são percebidas não como simples espelho do mundo social, mas como parte constitutiva dele. Uma obra de arte, assim como a literatura a respeito da qual Facina escreve, expressa “visões de mundo que são coletivas de determinados grupos sociais”. Tais visões são “informadas pela experiência concreta” dos grupos que as formulam, mas são também construtoras dessa experiência; elas compõem, portanto “a prática social material dos indivíduos e dos grupos sociais aos quais eles pertencem ou com os quais se relacionam”.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> FACINA, *op. cit.*, p.25.



Assim sendo, conforme indicam os trabalhos de Williams e também de Facina, analisar a cultura a partir de um ponto de vista materialista requer considerar os contextos históricos e sociais dentro dos quais emergem as práticas culturais, sabendo que estes não as determinam mecanicamente. É fundamental também reconhecer que os sistemas culturais não se fecham em unidades autônomas e homogêneas, mas que estão em constante interação entre si e com a vida social e material que os abrangem, perspectiva que nos aproxima da dinâmica dos agenciamentos proposta por Deleuze e Guattari.

Essa perspectiva indica a existência de uma relação recíproca entre as práticas culturais e o contexto social de onde emergem. Em decorrência disto, pode-se supor que os grafites urbanos, entendidos como produção cultural, carregam pistas sobre as comunidades ou grupos sociais aos quais seus criadores estão vinculados, e podem, portanto, ajudar a entender os modos de vida e valores dos jovens que as produzem. Podem também, como vimos, *interferir* na vida social e nas práticas culturais e materiais dos grupos e comunidades onde são produzidos e consumidos.

Aqui cabe uma observação importante: *interferir* é diferente de *determinar*. Faço essa ressalva, pois, ao longo da minha pesquisa, percebi que crenças exageradas na capacidade de intervenção das práticas culturais na realidade concreta podem resultar na supervalorização da esfera cultural, e em sua conseqüente autonomização. Por isso, chamo a atenção para o perigo que há em idealismos simplistas. Este cuidado nos preserva de essencialismos e de uma atitude celebrativa ingênua e excessivamente otimista que vê as práticas culturais como portadoras de soluções para problemas políticos e sociais que são determinados por uma convergência complexa de fatores e que requerem, portanto, ações que extrapolem o âmbito da esfera cultural. No Rio de Janeiro, são exemplos da idealização da esfera da cultura as apostas que jovens, ongs, escolas, associações de moradores, entre outras entidades, fazem no grafite e no *hip hop*, tomados

como movimentos culturais capazes de “salvar” adolescentes e jovens da criminalidade. Entendo que o grafite, assim como o esporte, a música, a dança e outras formas de arte podem, sim, ser adotados como ferramentas auxiliares na educação e na socialização de crianças e jovens, entretanto acredito que outras ações precisam estar englobadas nesse processos. É necessário, por exemplo, cuidar da educação formal, das relações familiares, dar acesso à saúde, a oportunidades de trabalho, além de sanar uma série de problemas sociais que fazem parte da vida e das comunidades onde essas pessoas residem.

Ainda a respeito da relação entre obras de arte e a realidade material de onde elas emergem, é possível intuir que a alteração dos contextos de produção e consumo dessas mesmas obras, como sua incorporação ao mercado cultural, por exemplo, oferece novos limites e outros repertórios simbólicos e materiais, o que pode transformá-las significativamente. Estas últimas questões serão retomadas e desenvolvidas no terceiro capítulo, no tópico “Muito além dos muros : diferentes facetas e usos do grafite”.

## **1.2 Contexto cultural contemporâneo**

Estudar manifestações culturais e comportamentos de grupos sociais, requer, antes de tudo, lançar um olhar atento e analítico para o meio no qual tais práticas estão inseridas e para as circunstâncias do momento no qual se dá sua eclosão. Isso porque as práticas dos diferentes grupos humanos não surgem isoladas, mas no bojo de uma sociedade, marcada por traços culturais e interações sociais particulares e na qual vigoram condições específicas de produção e circulação de bens - tanto materiais como imateriais - aspectos que contribuem para a compreensão do contexto que possibilita sua aparição.

Nesse sentido, acredito que o estudo da cultura contemporânea e da atual configuração mundial, nos seus aspectos econômicos, políticos, culturais e sociais, me ajudará a melhor compreender o meio e o momento histórico no qual se situa o grafite produzido na cidade do Rio de Janeiro. Acredito que esta expressão cultural não pode ser entendida fora do contexto do meio técnico-científico-informacional<sup>32</sup> de um mundo globalizado, no qual vigoram a lógica da eficácia, o pensamento unificador<sup>33</sup>, proliferam as novas tecnologias da comunicação e onde, desenvolvem-se, numa velocidade jamais vista pela humanidade, a ciência e a tecnologia.

O olhar que lanço sobre a globalização enfoca prioritariamente dois aspectos que podem ser identificados neste fenômeno: o esforço por homogeneizar o planeta e a perversidade contida na lógica do lucro e da eficácia que impulsionam o processo de planetarização. Dentro desta abordagem, procuro evidenciar como tais características perpassam os alicerces do processo de globalização e se refletem nos efeitos provocados por ele na economia, na política, na cultura e na vida social de toda a humanidade (em diferentes proporções e de modos bem diversos, como veremos).

Tento indicar também a centralidade dos constantemente renovados aparatos tecnológicos e a liberdade de circulação dos fluxos financeiros em nível global como, ao mesmo tempo, condições de possibilidade e características mais marcantes da, assim chamada, globalização.

### **1.2.1 Entendendo o momento: o contexto da globalização**

---

<sup>32</sup>Expressão proposta por Miltos Santos para caracterizar a configuração geográfica do atual período histórico. Cf. SANTOS, 1997.

<sup>33</sup> Cf. AMARAL, 2005.

Globalização, mundialização da economia, capitalismo mundial integrado, neoliberalismo, são algumas das muitas expressões utilizadas para caracterizar o atual estágio do sistema capitalista e que remetem a uma mesma realidade: o processo de transnacionalização do sistema produtivo e de atualização do liberalismo<sup>34</sup>.

O fenômeno é uma tendência que impera e se impõe num esforço de unificação e homogeneização planetárias a serviço do capital internacional, num contexto em que a economia assume proporções mundiais, sendo dominada pelo sistema financeiro e pelo “império do dinheiro”<sup>35</sup>. O atual momento histórico, considerado por Santos o ápice da internacionalização do capitalismo, é um fenômeno multifacetado com dimensões econômicas, sociais e culturais, com implicações diversas nas diferentes esferas nacionais.

Na verdade, o evento conhecido sob o rótulo genérico de globalização, configura-se pela conjunção de diversos fatores que tornaram possível o atual arranjo mundial: a queda do regime socialista, que pôs fim à divisão bipolar do mundo; a internacionalização do capital; a emergência de novas tecnologias que aceleram os fluxos de comunicação e informação, transformando tanto os processos de produção e circulação de bens materiais e culturais, como as relações sociais. É também peculiar deste momento a centralidade que os aparatos tecnológicos vêm ganhando tanto na vida cotidiana do cidadão comum como em processos produtivos, comerciais, políticos, de comunicação etc.

Boaventura aponta como traços marcantes deste período a ampliação e o aprofundamento das interações transnacionais, com a globalização dos sistemas produtivos e das transferências financeiras e a disseminação, à escala global, de informações e imagens<sup>36</sup>. Santos, por sua vez, ao enumerar os fatores que contribuem para explicar a “arquitetura da globalização”, fala da

---

<sup>34</sup> SODRÉ, 2004, p. 11.

<sup>35</sup> SANTOS, 2005.

<sup>36</sup> BOAVENTURA, 2005, p.25.

unicidade do conjunto de técnicas que envolve o planeta, da “interdependência e solidariedade do acontecer” que caracterizam a “convergência dos momentos” e da mais-valia à escala mundial como motor único das ações globais.<sup>37</sup>

Esse movimento pode ser facilmente identificado com o empenho, por parte dos agentes hegemônicos, no sentido de unificar e homogeneizar o planeta. No processo de formação de um mercado global, são impostas normatizações em nível mundial, o que transforma profundamente aspectos da vida política, da economia, da cultura e da sociedade dos países e os coloca a favor do capital internacional, personificado nas empresas multinacionais e nas agências financeiras internacionais.

Esse movimento é acompanhado por um discurso ideológico, difundido planetariamente, que celebra, sustenta e justifica a globalização apregoando as benesses de se viver em uma aldeia global e proclamando um suposto caráter irreversível de tal estado de coisas. Para o bem do capital, que se tornou a “divindade maior”<sup>38</sup> do atual estágio do capitalismo, os atores hegemônicos do sistema, via canais de comunicação globalizados, produção e difusão em escala mundial de produtos culturais e discursos, se empenham na homogeneização e unificação dos mercados consumidores, políticas estatais, sistemas jurídicos e até mesmo subjetividades.

O avanço conhecido pela ciência e pelas tecnologias no último quartel do século XX pode ser entendido como um dos fatores que possibilitou, ou pelo menos potencializou, o atual estágio de integração mundial conhecido como globalização. As novas técnicas de produção, transporte e comunicação acentuaram a mobilidade do capital, dos fluxos humanos e comunicacionais, a fragmentação da produção de mercadorias e sua comercialização em nível global, além de terem potencializado a emergência de uma nova classe social transnacional. Assim, podemos

---

<sup>37</sup> SANTOS, *op. cit.*, p. 24.

<sup>38</sup> SODRÉ, *op. cit.*, p. 77.

concordar com Santos quando ele afirma que “o mundo torna-se unificado em virtude das novas condições técnicas, bases sólidas para a ação humana mundializada”<sup>39</sup>.

Entretanto, apesar de apontar a relevância das inovações tecnológicas para a configuração global do mundo, Santos se preocupa em historicizar a técnica colocando-a par a par com os processos políticos que a acompanham. Para ele, a história humana se faz pela combinação das ações do homem aos sistemas de produção e de transformação da natureza. Nesse sentido, a globalização é entendida como resultado tanto de um sistema de técnicas como das ações que procuram assegurar um mercado dito global.<sup>40</sup>

Assim, o neoliberalismo se apresenta como outro dado essencial para a composição do presente momento. Podemos definir o neoliberalismo como um conjunto de decisões e ações políticas e econômicas que agem no sentido liberalizar os fluxos mundiais de capital. A ideologia neoliberal é, segundo Sodré, “uma plataforma econômico-político-social-cultural, empenhada em governo mínimo, fundamentalismo de mercado, individualismo econômico, autoritarismo moral e outros”.<sup>41</sup>

Desse modo, tornado fluido e veloz pelas novas tecnologias e tendo seu caminho pavimentado pelas políticas neoliberais, o capital internacional, cada vez mais liberado dos constrangimentos territoriais, promove um “ordenamento mercadológico do mundo”, transformando-se na lógica que rege todos os outros domínios da vida. Por conseguinte, a sociedade passa a se organizar em torno do império perverso do dinheiro, cujo impulso de acumulação tornou-se uma espécie de justificativa auto-explicativa para todos os efeitos negativos desta política econômica. É nesse sentido que Santos fala da “tirania do dinheiro”.

---

<sup>39</sup> SANTOS, *op. cit.*, p.37.

<sup>40</sup> *Ibidem*, p.23.

<sup>41</sup> SODRÉ, *op. cit.*, p. 14.

Este autor considera a globalização uma fábrica produtora de perversidade, por ser um sistema que tem a competitividade como regra geral da vida e o “dinheiro em estado puro” como motor da economia e da sociedade. Nesse contexto, esmaece a idéia de solidariedade e a violência estrutural do sistema aparece nas ações dos estados, das empresas e dos indivíduos. A economia, dessocializada, substitui o conceito de cidadão pelo de consumidor e o critério de inclusão deixa de ser o direito e passa a ser a solvência.<sup>42</sup>

Esse movimento é acompanhado pela aquiescência diante da lógica puramente financeira das grandes instituições transnacionais, que, alçadas ao posto de atores centrais da economia mundial, visam apenas ao lucro e são isentas de preocupações éticas. Elas não pertencem aos territórios onde se implantam, não estabelecem ali elos comunitários; apenas chegam para explorar durante o tempo que lhes convier. Desse modo, os investidores móveis e desenraizados envolvidos em processos produtivos flexíveis e multilocais, se vêem liberados do “dever de contribuir para a vida cotidiana e perpetuação da comunidade”. O poder, agora desarraigado, escreve Bauman, “é livre para explorar e abandonar às conseqüências dessa exploração. Livrar-se das responsabilidades pelas conseqüências é o ganho mais cobiçado e ansiado que a nova mobilidade propicia ao capital sem amarras, que flutua livremente”<sup>43</sup>.

O aumento do poder das empresas transnacionais, acompanhado do empenho internacional em diminuir cada vez mais os possíveis entraves à mobilidade dos fluxos financeiros, provoca impactos nas economias nacionais, que perdem parte de sua autonomia e passam a ser reguladas em função dos interesses do capital internacional. Desse modo, os estados deixam, progressivamente, de lado seu papel de gestor dos interesses sociais para se colocar a serviço do mercado mundial.

---

<sup>42</sup> BOAVENTURA, *op. cit.*, p.35.

<sup>43</sup> BAUMAN, 1999, p. 16.

Boaventura explica que o modelo de desenvolvimento orientado para o mercado é o único compatível com o novo regime global de acumulação, motivo pelo qual se faz necessário impor, à escala mundial, políticas de ajustamento estrutural. Desse modo, os países periféricos tornam-se alvo de pressões por parte dos países centrais e das empresas e órgãos financeiros transnacionais para se adaptarem jurídica e institucionalmente ao sistema mundial. Assim, os mercados internos são liberalizados, indústrias e serviços, inclusive aqueles voltados para o bem estar social, são privatizados, flexibilizam-se as relações de trabalho, etc.<sup>44</sup>

Santos chama a atenção para o fato de que não se trata do desaparecimento ou da diminuição do estado, mas de sua retirada estratégica do setor social. Em outras palavras, o estado “se omite quanto ao interesse das populações e se torna mais forte, mais ágil, mais presente a serviço da economia dominante”.<sup>45</sup>

É importante observar que, paradoxalmente, apesar do desenvolvimento do conhecimento técnico-científico, com o surgimento de técnicas e saberes que, ao menos teoricamente, poderiam proporcionar a melhoria da qualidade da vida humana, a pobreza e a exclusão social proliferam assustadoramente relegando grandes parcelas da população do planeta à miséria, à fome e à morte. A despeito das novíssimas inovações tecnológicas, a mortalidade infantil permanece; surgem novas doenças e antigas, supostamente erradicadas, retornam com força total; dois bilhões de pessoas sobrevivem sem água potável; a fome atinge 800 milhões de pessoas em todo o mundo.<sup>46</sup>

Este quadro evidencia o que Santos chama de pobreza estrutural globalizada<sup>47</sup>, uma situação de pobreza produzida globalmente em consequência das políticas neoliberais e que se torna ainda mais acentuada pela omissão do estado quanto aos seus deveres sociais.

---

<sup>44</sup> BOAVENTURA, *op. cit.*, p.36 – 39.

<sup>45</sup> SANTOS, *op. cit.*, p.66.

<sup>46</sup> *Ibidem*, p. 59.

<sup>47</sup> *Ibidem*, p. 72.



### 1.2.2 As configurações culturais do mundo globalizado

Acredita-se que a intensificação dramática de fluxos transfronteiriços de bens, capital, trabalho, pessoas, idéias e informação originou convergências, isomorfismos e hibridizações entre as diferentes culturas nacionais, sejam ela estilos arquitetônicos, moda, hábitos alimentares ou consumo cultural de massa. Contudo, a maior parte dos autores sustenta que, apesar de sua importância, estes processos estão longe de conduzirem a uma cultura global.<sup>48</sup>

A integração das relações financeiras e humanas em nível global construiu um mundo que, ao mesmo tempo, demanda e permite a mundialização de algumas práticas culturais. Isso só é possível graças às neotecnologias da comunicação e à globalização dos *mass media*, que difundem, por todo planeta, os mesmos universos simbólicos, sistemas de crenças e valores e hábitos de consumo, tornando-os mundializados e dando origem ao que Appadurai chama de “esferas públicas diaspóricas”<sup>49</sup>. Nesse processo, uma nova cultura, pretensamente global, sobrepõe-se às multiplicidades e peculiaridades das tradições locais, transformando-as em algum grau.

Da universalização sónica da aliança entre meios de comunicação de massa, tecnologia e economia de mercado, resulta o que Sodré chama de “tecnocultura” – uma maneira tanto de designar “o campo comunicacional enquanto instância de produção de bens simbólicos ou culturais”, como de aludir   “impregnação da ordem social pelos dispositivos maquínicos de estetização ou culturalização da realidade”, num momento em que imagens estetizantes se disseminam por toda parte.<sup>50</sup> Tudo isso sugere, segundo ele, “uma espécie de reinvenção da cultura”<sup>51</sup>, em que a comunicação aparece como “novo *locus* do destino da cultura”<sup>52</sup>.

---

<sup>48</sup> BOAVENTURA, *op. cit.*, 47.

<sup>49</sup> APPADURAI apud BOAVENTURA, *op. cit.*, p.45.

<sup>50</sup> SODRÉ, 2001, p.7.

<sup>51</sup> *Ibidem*.

<sup>52</sup> *Ibidem*, p. 36.

Nesse novo contexto, “não se trata mais apenas”, Sodré escreve, “de cultura entendida como formação excelente das almas, desenvolvimento das potencialidades individuais”. Trata-se

da estratégia circulatória do sistema de mercadorias e de um tipo de liberalismo econômico caracterizado pela maior velocidade de seu fluxo (capitais, mercadorias, pessoas, idéias). Os meios de comunicação de massa, os bancos de informação, os satélites de comunicação, as infovias, as tecnologias de hipermídia ou do hipertexto constituem a forma mais visível desse capitalismo transnacional que redimensiona formas de comportamento e de percepção.

O surgimento de uma cultura transnacional não se dá modo democrático ou espontâneo. O isomorfismo das práticas culturais é um requisito de suma importância para a construção de um mercado consumidor global, e isso porque planetariza desejos e hábitos de consumo. Obviamente, trata-se de um sistema cultural forjado e difundido globalmente pelos atores hegemônicos, os quais detêm o controle dos sistemas técnicos e os utilizam segundo seus interesses. Se somarmos a isso o fato de que não são quaisquer valores e artefatos culturais que se globalizam, mas, sobretudo, os ocidentais, parecerá mais legítimo falar em *tendência* à ocidentalização da cultura mundial do que na emergência de uma cultura global propriamente dita.

Destaco aqui a palavra *tendência* para evidenciar que o impulso de homogeneização mundial aparece, fundamentalmente, como propensão generalizada, o que não impede que resistências e reapropriações locais dos modos globais assegurem, em algum grau, a sobrevivência das multiplicidades e possibilitem o surgimento práticas culturais híbridas. Desse modo, os signos globais ao mesmo tempo em que impactam e modificam as práticas culturais regionais, são transformados e reconfigurados localmente. Assim, homogeneização e fragmentação cultural aparecem como duas tendências constitutivas da globalização.<sup>53</sup>

O principal agente produtor de homogeneização é a indústria cultural mundializada. Via meios de comunicação de massas, se espalham pelo planeta as normalizações necessárias à formação de um

---

<sup>53</sup> APPADURAI apud BOAVENTURA, p. 46.

mercado global, assim como os discursos que celebram e justificam a globalização. Santos identifica a presença e a influência, em toda parte, de uma cultura de massas que busca homogeneizar e impor-se sobre a cultura popular. O primeiro movimento é, segundo ele, “resultado do empenho vertical unificador, homogeneizador, conduzido por um mercado cego, indiferente às heranças e às realidades atuais dos lugares e das sociedades”<sup>54</sup>. Assim, o mercado impõe, com maior ou menor força, “elementos mais ou menos maciços da cultura de massa, indispensável ao reino do mercado, e à expansão paralela das formas de globalização econômica, financeira, técnica e cultural”<sup>55</sup>.

É nesse sentido que Guattari afirma que a cultura funciona de modo complementar ao capital: ela ocupa-se da sujeição subjetiva, enquanto este, da sujeição econômica. Para ele, a dominação do capital se estende aos níveis mais íntimos do desejo e da produção de subjetividades, num contexto em que a cultura de massa funciona como elemento fundamental para a produção de subjetividade capitalística, pois produz “indivíduos normalizados, articulados uns aos outros segundo sistemas hierárquicos, sistemas de valores, sistemas de submissão”<sup>56</sup>. No sistema capitalístico essa produção é industrial e se dá em escala internacional e gera “sistemas de conexão direta entre as grandes máquinas produtivas, as grandes máquinas de controle social e as instâncias psíquicas que definem a maneira de perceber o mundo”<sup>57</sup>.

É importante, mais uma vez, indicar que estes processos de homogeneização e sugestão de uma cultura transnacional baseada nos valores ocidentais e na lógica de conformação de um mercado consumidor global não se dão sem conflitos e resistências por parte dos setores sociais alvos das tentativas de apagamento das diferenças. A globalização não produz somente homogeneização, ela também gera heterogeneidades. Isso porque os diferentes territórios mundiais e seus povos recebem e reagem de modos diversos às normalizações institucionais, à uniformização tecnológica e à generalização das práticas culturais.

---

<sup>54</sup> SANTOS, op. cit., p. 143

<sup>55</sup> *Ibidem*.

<sup>56</sup> GUATTARI, op. cit., p.22.

<sup>57</sup> *Ibidem*, p.35.

Na contramão da produção de subjetividades serializadas e conformes aos interesses do capital há o que Guattari denomina de “processos de singularização”<sup>58</sup>, que são

Maneiras de recusar todos esses modos de endocodificação preestabelecidos, todos esses modos de manipulação e de telecomando, recusá-los para construir modos de sensibilidade, modos de relação com o outro, modos de produção, modos de criatividade que produzam uma subjetividade singular. Uma singularização existencial que coincida com um desejo, com um gosto de viver, com uma vontade de construir o mundo no qual nos encontramos, com a instauração de dispositivos para mudar os tipos de sociedade, os tipos de valores que não são os nossos<sup>59</sup>

Além disso, o caráter perverso da lógica neoliberal produz fome, miséria, exclusão social, desemprego, entre outras mazelas, o que estimula reações em todo o planeta. Desse modo, estados, regiões, classes ou grupos sociais vitimizados pelas trocas desiguais resistem, tanto através de ações locais como por meio de organizações solidárias transnacionais.

À medida que a internacionalização do capitalismo se acirra, multiplicam-se as ações de grupos transnacionais no sentido de minimizar seus impactos, denunciar e combater seus efeitos negativos. É o que podemos chamar de globalização de resistência. Esta mobilização contra-hegemônica, em nível mundial, se vale dos mesmos artefatos tecnológicos que tornaram possível a globalização dominante.

As atividades e organismos de resistência, apesar de muito diversificados e heterogêneos – pois englobam diferentes grupos subalternos e seus aliados - visam à luta pela emancipação das classes dominadas por mecanismos de opressão ou de exploração. Incluem-se aqui: movimentos e organizações no interior das periferias do sistema mundial; redes de solidariedade transnacional; articulações entre organizações operárias dos países integrados nos diferentes blocos regionais; organizações transnacionais de direito humanos; ongs transnacionais de militância anticapitalista; redes de movimento e associações indígenas, ecológicas ou de

---

<sup>58</sup> Voltarei a essa questão em um capítulo subsequente.

<sup>59</sup> *Ibidem*

desenvolvimento alternativo; movimentos literários e artísticos na periferia do sistema mundial em busca de valores culturais alternativos, não imperialistas, contra-hegemônicos.<sup>60</sup>

Santos aponta a formação formas culturais “mistas sincréticas” e identifica nelas um potencial de resistência da cultura local à cultura de massas globalizada, admitindo a possibilidade de uma revanche da primeira sobre a segunda. Nesse caso, escreve, “a cultura popular exerce sua qualidade de discurso dos ‘de baixo’, pondo em relevo o cotidiano dos pobres, das minorias, dos excluídos, por meio da exaltação da vida de todos os dias” <sup>61</sup>. Aí, os instrumentos da cultura de massas são reutilizados, mas o conteúdo não é global, “nem a incitação primeira é o chamado ao mercado global, já que sua base se encontra no território e na cultura local herdada”.

E nesse sentido que Santos destaca a importância do espaço compartilhado, considerando-o a “base da ação reativa”. Segundo ele, “o mundo da globalização doente é contrariado no lugar”, que acolhe o novo ao mesmo tempo em que resiste às mudanças “guardando o vigor da herança material e cultural”. Ao contrário dos espaços globalizados, o espaço compartilhado permite a união, a cooperação entre os homens e a solidariedade. <sup>62</sup>

A cidade, palco de constituição da vida concreta da maioria das populações, enfrenta seu tempo a partir do espaço, criando e recriando “uma cultura com a cara do seu tempo e do seu espaço e de acordo ou em oposição aos ‘donos do tempo’” <sup>63</sup>. Dentro dessa perspectiva, Santos atribui aos espaços urbanos e às ações humanas que neles se processam um grande potencial de resistência. Ele acredita que é nesse espaço – denso e concreto em oposição às virtualizações e telemediações dos espaços virtuais – onde, a partir da convivência com a necessidade e com o

---

<sup>60</sup> BOAVENTURA, *op. cit.*, p. 67 – 69.

<sup>61</sup> SANTOS, *op. cit.*, 144

<sup>62</sup> SANTOS, 1997, p.36 – 39.

<sup>63</sup> SANTOS, 2005, p.132.

outro se elabora a “política dos de baixo”<sup>64</sup>, que tem por base de constituição a visão de mundo e os lugares dos atores não hegemônicos do sistema. “Gente junta cria cultura e, paralelamente, cria uma economia territorializada, uma cultura territorializada, um discurso territorializado, uma política territorializada”, escreve.

Trata-se de um novo tipo de política - baseada no cotidiano vivido por todos e alimentada pela necessidade de continuar existindo - que não guarda nenhuma relação com a política institucional, esta fundada na ideologia do crescimento, da globalização e conduzida pelo cálculo.

<sup>65</sup>

Essa discussão me leva de volta ao grafite, prática cultural urbana contemporânea “com a cara do seu tempo e do seu espaço”, um bom exemplo de “cultura territorializada” que carrega em si “um grande potencial de resistência”. A esse respeito, Estrella explica que o grafite “desafia o ‘*establishment*’ visual e formal da cidade”<sup>66</sup> ao propor uma visualidade poética fundada em referências à vivência local, em total contraste com os símbolos do sistema financeiro transnacional (os anúncios publicitários, os *shopping centers*, as fachadas de arquitetura global dos grandes arranha-céus etc.). “A tensão poética que o *graffiti* provoca é entre os padrões globais de consumo e a singularidade dos relevos culturais e sociais da cidade”<sup>67</sup>, escreve ela. Assim, encerro este capítulo com a indicação da força potencial que há no grafite urbano, questão que reaparecerá mais adiante em vários pontos deste trabalho.

---

<sup>64</sup> *Ibidem*.

<sup>65</sup> *Ibidem*, p.132 e 133.

<sup>66</sup> ESTRELLA, Charbelly. A visualidade de São Paulo e o vocabulário popular do graffiti – a poética dos gêmeos. In: POATO, 2006, p. 15.

<sup>67</sup> *Ibidem*, p. 21

## **Capítulo 2: A comunicação na cidade**

No capítulo anterior, apresentei o grafite como prática cultural e indiquei o lugar e o *status* da cultura no mundo contemporâneo. Conclui mostrando que do meio urbano podem emergir práticas sociais e culturais que se oferecem como contrapartida ao esforço de uniformização da cultura levado a cabo pelos meios de comunicação de massa e cujo objetivo maior é a formação de um mercado consumidor global.

Dando continuidade a esse raciocínio, apresento, neste capítulo, a cidade como espaço que possibilita tal resistência, destacando a importância dos processos subjetivos e de comunicação que nela têm lugar.

Primeiramente, chamo a atenção para a relevância dos centros urbanos, sobretudo das grandes metrópoles, no mundo contemporâneo. Estes locais são espaços de referência, pois são palco de importantes processos políticos, econômicos, culturais, sociais e de acontecimentos e decisões que influenciam a sociedade como um todo. Para evidenciar a importância das cidades nos dias de hoje, destaco que a grande maioria da população mundial vive no meio urbano, que também é o centro dos fluxos e trocas econômicos, pólo central das produções industrial e cultural e palco das principais decisões políticas. Praticamente, tudo o que há no mundo moderno – desde opções de educação e lazer, até inovações técnicas – nasce e cresce nas cidades. Além disso, “é nas cidades onde se realiza ou controla, por meio de um terciário agigantado e sofisticado, o essencial da atividade (produtiva)”<sup>68</sup>, escreve Milton Santos.

De acordo com Guattari, “a cidade produz o destino da humanidade: suas promoções, assim como suas segregações, a formação de suas elites, o futuro da inovação social, da criação em todos os domínios”<sup>69</sup>.

Dessa forma, o que ocorre nas grandes cidades tende a influenciar a vida não apenas da população urbana, como também dos moradores das áreas rurais. Se considerarmos as principais metrópoles, capitais internacionais do mundo globalizado e capitalista, veremos que os acontecimentos de toda ordem que nelas se processam podem, em diferentes graus, repercutir nos “subespaços”<sup>70</sup>.

---

<sup>68</sup> SANTOS, 1997, p.75.

<sup>69</sup> GUATTARI, 1992, p. 173

<sup>70</sup> Para Santos, os lugares hoje se hierarquizam. Os espaços hegemônicos “se instalam no processo de globalização, como o lugar da produção e das trocas de interesse mundial (...)e onde se instalam as forças reguladoras da ação nos demais lugares” (Santos, 1994:46), os subespaços, chamados apenas a colaborar.



À cidade como um todo, teatro da existência de todos os seus moradores, superpõe-se essa nova cidade moderna seletiva, cidade técnico-científica-informacional, cheia das intencionalidades do novo modo de produzir, criada, na superfície e no subsolo, nos objetos visíveis e nas infra-estruturas, ao sabor das exigências sempre renovadas da ciência e da tecnologia. Espaço minoritário dentro da aglomeração, espaço não dominante do ponto de vista da extensão, é, todavia, o espaço dominador dos processos econômicos e políticos, cuja lógica implacável se sobrepõe e comanda a dos demais subespaços quantitativamente dominantes na paisagem, mas qualitativamente subordinados quanto às suas funções<sup>71</sup>

Para além dos aspectos produtivo, comercial e funcional, apresento aqui a cidade como “campo semântico”<sup>72</sup> e lugar de experimentação da alteridade no interior do qual subjetividades, criadoras ou não, podem ser geradas, um espaço, portanto, onde importantes processos comunicativos e subjetivos acontecem. Evidencio a riqueza da comunicação visual que prolifera pelas ruas e lugares públicos da urbe, a potencialidade dos encontros inesperados que ali acontecem e a tomada deste meio por movimentos artísticos e sociais que se contrapõem ao neoliberalismo global e às suas consequências.

## **2.1 Imagens urbanas: a comunicação visual na cidade**

A cidade é o lugar onde o grafite surge e prolifera – é a partir da multiplicação das inscrições deixadas por anônimos em muros, monumentos, viadutos, edifícios, tapumes etc. que esta linguagem visual ganha notoriedade e conquista outros espaços, como a mídia, os estúdios dos designers, os museus e as galerias de arte. Mesmo midiaticizado e mercantilizado, o grafite guarda uma estreita relação com a rua. Portanto, para melhor compreendê-lo é necessário olhar atentamente para a cidade, que é suporte material para a arte do spray e espaço de sociabilidade onde os grafiteiros e seus grupos agem e interagem.

---

<sup>71</sup> Santos, *op. cit.*, p. 76

<sup>72</sup> MOLES, 1987, p. 18

Por esses motivos, o grafite é apontado por muitos como um dos signos da urbanidade contemporânea e de seus jovens habitantes. Entretanto, as imagens dos grafites não são as únicas que caracterizam a paisagem das cidades, há muitos outros elementos visuais compondo o conjunto da imaginária urbana<sup>73</sup>: placas, cartazes, letreiros, *outdoors*, grafites, pichações, estátuas, monumentos históricos etc.

A alocação de tais elementos no meio urbano faz deste um privilegiado espaço de comunicação, onde ocorrem processos comunicativos, cuja importância decorre de sua potência em interpelar os cidadãos, tomando parte na produção de subjetividades, de sua abrangência – é uma comunicação massiva, no sentido de que atinge todos os indivíduos que circulam pela cidade – e de seu caráter cotidiano – afinal, a urbe é o lugar onde se dão deslocamentos os diários.

É também uma comunicação quase obrigatória, já que os transeuntes são submetidos a ela involuntariamente todos os dias ao longo de seus trajetos. Ao contrário dos processos comunicacionais levados a cabo pelos diferentes meios de comunicação de massa, os quais dependem da vontade do espectador em interagir com eles – seja comprando o jornal, ligando a televisão ou indo ao cinema -, a comunicação das ruas é quase um imperativo, pois não temos nenhum poder de decisão a respeito dos *outdoors*, cartazes, pichações e outros signos que nos interpelarão em nossos deslocamentos urbanos.

Entretanto, involuntariedade não é sinônimo de passividade. Como indica Canevacci, a comunicação urbana é do tipo dialógica e não unidirecional. Nesse sentido, podemos dizer que os

---

<sup>73</sup> Paulo Knauss, define imaginária urbana como “o conjunto das imagens da cidade, que encontram seus suportes materiais em objetos identificados com o espaço público da cidade”. Em outras palavras, “a imaginária urbana define-se pelo acervo de imagens identificadas com a cidade”, um universo que é amplo e diversificado, abrangendo peças escultóricas como estátuas, monumentos, chafarizes e etc., inscrições urbanas como as pichações e os grafites, além de cartazes, letreiros, vitrines, e todo tipo de publicidade ao ar livre. Ainda segundo ele, “as imagens urbanas se constituem em elemento de organização do espaço e da história da cidade. Demarcam simbolicamente a cidade, na medida que assumem conteúdos significativos, que são socialmente cosntruídos”. Cf. KNAUSS, 1998, p. 45, 46 e 20.

cidadãos são mais do que meros espectadores do aparato comunicacional urbano, são atores que dialogam constantemente com seus aspectos, (re) construindo seus significados.

Um edifício ‘se comunica’ por meio de muitas linguagens, não somente com o observador mas principalmente com a própria cidade na sua complexidade: a tarefa do observador é tentar compreender os discursos ‘bloqueados’ nas estruturas arquitetônicas, mas vívidos pela mobilidade das percepções que envolvem numa interação inquieta os vários espectadores com os diferentes papéis que desempenham. Espectadores que por sua vez, ao observarem por meio de sua própria bagagem experimental e teórica, agem sobre as estruturas arquitetônicas, aparentemente imóveis, animando-as e mudando-lhes os signos e o valor no tempo e também no espaço. Existe uma comunicação dialógica entre um determinado edifício e a sensibilidade de um cidadão.<sup>74</sup>

Em perspectiva que também aponta a participação ativa dos atores urbano no processo de comunicação que estes estabelecem com a cidade, Bedran afirma

Como em qualquer experiência perceptiva, a leitura do espaço urbano concentrada em todos os seus elementos móveis e fixos, está relacionada a uma atividade particularizada, individualizada pelo seu observador. Determinados aspectos são apreciados como fragmentos misturados à experiência individual, assim a imagem da cidade está contida na grandiosa imagem contemporânea (...) Ela pode falar universalmente, mas sempre será particularizada por seu espectador. Sujeita ao prazer em sua apreciação, envolve subjetividades de quem a experimenta.<sup>75</sup>

Mais do que dialogar com a paisagem que os cerca e re-significar as imagens urbanas atribuindo elas sentidos particulares, os cidadãos podem passar do papel de receptores para o de emissores, pois, como veremos mais adiante, a cidade se oferece como um imenso suporte para ação e livre expressão dos indivíduos. Assim, práticas como as intervenções artísticas, pichações, grafites, entre outras inscrições urbanas, se oferecem como possibilidades de anônimos tomarem parte ativamente no processo de comunicação urbana.

---

<sup>74</sup>CANEVACCI, 1997, p.22.

<sup>75</sup>BEDRAN, 2001, p. 136.

Por hora, apresento a comunicação da cidade e suas principais características: visualidade e heterogeneidade – da qual decorre a polifonia urbana.

### **2.1.1 As imagens da cidade**

A cidade é um mundo de ruas e casas, de objetos e imagens; é um campo semântico de sinais luminosos e tabuletas de lojas, de injunções e solicitações, uma paisagem artificial criada pelo homem, o elemento fundamental da cultura do ocidente. É neste meio que a imagem se impõe<sup>76</sup>

Entendo o meio urbano como um cenário de abundantes fluxos e trocas simbólicas e comunicacionais. Sair às ruas nas grandes cidades – e mesmo nas de porte médio -, sobretudo nos centros comerciais, é mergulhar num universo imagético de signos comunicacionais, que nos cercam por todos os lados. Placas, toda a sinalização de trânsito, letreiros, vitrines, fachadas de prédios e lojas, peças publicitárias dos mais variados tipos e tamanhos, pichações, grafites, monumentos históricos, estátuas e outros elementos dos conjuntos arquitetônico e paisagístico compõem a paisagem visual das cidades contemporâneas, que podem, dada tal diversidade de estímulos visuais e de informação, ser compreendidas como ricos campos de comunicação.

Esse amplo e diversificado conjunto de elementos que compõem a imaginária urbana chama a atenção dos passantes, os interpela e com eles se comunica de diferentes maneiras: informando os nomes das ruas, indicando o sentido do tráfego, convidando ao consumo, lembrando fatos históricos ou heróis do passado, colorindo a paisagem e oferecendo-se como arte urbana, como é o caso do grafite.

Uma característica marcante desta comunicação que se processa nas ruas das cidades é seu caráter predominantemente visual. As imagens prevalecem em relação à linguagem verbal, e mesmo quando há apenas texto – como acontece em alguns letreiros, pichações e cartazes – as

---

<sup>76</sup> MOLES, *op. cit.*, p. 18 e 19

letras são estilizadas, desenhadas, com cores e formas dando o tom da mensagem que se quer transmitir.

Moles indica que a imagem é mais percuciente e mais facilmente assimilável do que o texto<sup>77</sup>, o que é fundamental para que a comunicação seja eficaz no ambiente urbano, onde o intenso fluxo de pessoas e veículos, a profusão de signos comunicacionais e o ritmo cada vez mais acelerado da vida humana requerem mensagens de fácil apreensão e imediata compreensão. Para que o indivíduo possa se mover e se localizar com relativas segurança e desenvoltura numa metrópole é quase indispensável ser capaz de, num lance de olhar, reconhecer, assimilar e categorizar não apenas os conteúdos semânticos contidos nos meios de comunicação urbana, como também pessoas e objetos.

É dentro deste contexto que a linguagem visual, capaz de interpelar o passante e comunicar-lhe em poucos segundos, pode ser considerada a linguagem urbana por excelência. Em outras palavras, “a necessidade de uma representação de fácil e rápida assimilação com alto nível de abrangência e grande poder de sedução pelos estímulos que produz, fez com que a linguagem visual se tornasse a linguagem urbana”, escreve Zuccolotto.<sup>78</sup>

Dessa forma, é a visualidade da comunicação urbana que garante sua eficácia. Seu caráter predominantemente visual, com formas e cores destacando-se do cenário cinzento da cidade, nos interpela, prende nosso olhar, anuncia mensagens e informações, estimula sensações e produz afetos. A visualidade urbana comunica não só à nossa razão, mas principalmente aos nossos sentidos.

Como veremos mais adiante, os diferentes elementos da imaginária urbana possuem estéticas e intenções comunicativas bastante distintas. Há, entretanto, uma característica comum:

---

<sup>77</sup> *Ibidem*, p.21.

<sup>78</sup> ZUCCOLLOTTO, 2001, p. 33.

todos eles podem ser apreendidos através do olhar. Mesmo em cartazes publicitários onde há texto, as imagens exercem função primordial. Grafites, pichações e inscrições de fachadas de lojas optam por letras estilizadas, desenhadas, com cores e formas dando o tom da mensagem.

Discorrendo acerca dos cartazes publicitários que proliferam em nossas cidades, Moles explica que eles surgiram da necessidade de difundir informações a partir de um momento em que a “aceleração do fluxo de trocas individuais obrigava a se tentar fazer passar para o espírito do receptor mais elementos em menos tempo. Daí o crescente papel representado pela imagem, mais percuciente e mais assimilável que o texto”<sup>79</sup>. Ele observa que, embora seja muito comum haver palavras acompanhando as imagens do cartaz, o texto é, na maioria das vezes, muito sumário.

O papel que a imagem cumpre no meio urbano vai além de garantir a eficácia da comunicação. Segundo Knauss, as imagens da cidade dão sentido à urbanidade, pois organizam e caracterizam os diversos espaços da urbe, demarcando simbolicamente a cidade<sup>80</sup> e funcionando como referências espaciais. A imagem de um objeto urbano pode também, em alguns casos, estabelecer uma relação identitária com o espaço, tornando-se símbolo da comunidade – é o caso do Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, e da Torre Eiffel, em Paris<sup>81</sup>.

A constituição do acervo de imagens urbanas se caracteriza por operações de significação, que organizam simbolicamente o tempo e o espaço da cidade ao instaurar referências universais no cotidiano da vida urbana. Frequentemente, esse movimento relaciona-se com motivações da conjuntura social, atualizando e redefinindo constantemente o significado das imagens urbanas. Nesses termos, a imaginária urbana se define como produção histórica, servindo à construção de discursos acerca do passado e instaurando emblemas de poder que representam a sociedade e identificam suas estruturas sociais.<sup>82</sup>

---

<sup>79</sup> MOLES, *op. cit.*, p. 21.

<sup>80</sup> KNAUSS, *op. cit.*, p. 12.

<sup>81</sup> *Ibidem*, p. 40.

<sup>82</sup> *Ibidem*, p.16.

Assim, na perspectiva defendida por Knauss, a cidade é entendida como território simbólico e as imagens urbanas como formas de significar e demarcar o ambiente urbano, que é, portanto, “um produto social, resultado das disputas em torno da significação do território” <sup>83</sup>. Nesse sentido, atenta-se a atuação dos cidadãos sobre os espaços físico e simbólico da urbe.

É importante notar, portanto, que os diversos elementos que compõem o acervo da imaginária urbana são fruto da ação e da apropriação do meio urbano por diferentes sujeitos: o estado é responsável pela colocação das peças escultóricas e artísticas que, segundo Knauss, constroem discursos acerca do passado e instauram “emblemas de poder” <sup>84</sup>; anônimos apropriam-se dos espaços livres em muros, paredes de prédios, portas de lojas, marquises, tapumes, colunas e laterais de viadutos, entre outros, onde deixam suas inscrições ilegais, que expressam desde opiniões e sentimentos de seus autores à denúncias políticas e sociais; as peças publicitárias, as vitrines e fachadas de lojas e centros comerciais dão visibilidade aos valores da economia capitalista e às marcas das empresas transnacionais.

A respeito das diversas intervenções humanas no espaço urbano, Knauss afirma ainda que “no contexto social da cidade, a inscrição na paisagem urbana revela as formas como os diferentes sujeitos sociais se integram na urbanidade. De modo breve, a cada tipologia de inscrição na paisagem correspondem sujeitos sociais peculiares” <sup>85</sup>.

É nesses termos que Knauss caracteriza a cidade como “produto da capacidade humana de inscrever sua presença no ambiente desnaturalizado” <sup>86</sup> e evidencia “o caráter social da imagem urbana e da paisagem construída” <sup>87</sup>. Assim,

---

<sup>83</sup> *Ibidem*, p.13.

<sup>84</sup> *Ibidem*, p. 15.

<sup>85</sup> *Ibidem*, p. 33.

<sup>86</sup> *Ibidem*, p. 32.

<sup>87</sup> *Ibidem*, p. 35.

A imagem urbana se revela como um produto historicamente situado, condicionado por sujeitos sociais específicos. Além disso, a promoção da imagem inscreve na cidade um objeto demarcado com um conteúdo específico, que dialoga com o contexto social, provocado por uma intervenção na ordem espacial.<sup>88</sup>

Diante disso e tendo em vista que a imaginária urbana é um conjunto heterogêneo e composto por elementos oriundos de grupos sociais tão diversos, é possível concluir que as diferentes imagens da cidade podem, por vezes – e freqüentemente o fazem - carregar mensagens contraditórias e concorrentes entre si. Nesse sentido, acredito ser possível entender o fenômeno da comunicação urbana no contexto de uma luta simbólica não só pelo território da cidade como também na disputa de idéias e posições subjetivas que nela se geram.

Um outro aspecto importante acerca da comunicação visual urbana é a ressonância entre as imagens que vemos na TV, revistas e jornais e aquelas que (re) encontramos nas ruas. Cartazes publicitários reforçam campanhas veiculadas na mídia; vitrines expõem e oferecem modas e estilos de vida propostos por telenovelas e celebridades; inscrições comentam situações tornadas coletivas pelos meios de comunicação ou incorporam símbolos e elementos consagrados da mesma forma. Além disso, muito comumente produtos midiáticos extrapolam as barreiras do audiovisual e invadem o “mundo real”, que se oferece como suporte para anunciá-los. A oferta simbólica urbana, escreve Canclini, “é renovada por uma constante interação do local com redes nacionais e transnacionais de comunicação”<sup>89</sup>.

Em contrapartida, algumas imagens e manifestações culturais que nascem nas ruas ingressam na mídia. Como exemplo, cito a fama que ganharam as inscrições do “profeta” Gentileza e a penetração da estética do grafite nos meios de comunicação, que foi adaptada em cenários de videocliques, programas de televisão, vinhetas e explorado pelos anúncios publicitários.

---

<sup>88</sup> *Ibidem*, p. 34.

<sup>89</sup> CANCLINI, 2003, p. 285



### 2.1.2 Polifonia urbana

Como nos *videoclips*, andar pela cidade é misturar músicas e relatos diversos na intimidade do carro com os ruídos externos. Seguir a alternância de igrejas do século XVII com edifícios do século XIX e de todas as décadas do século XX, interrompida por gigantescas placas de publicidade onde se aglomeram os corpos esguios das modelos, os novos tipos de carro e os computadores recém-importados. Tudo é denso e fragmentário. Como nos vídeos, a cidade se faz de imagens saqueadas de todas as partes...<sup>90</sup>

Como vimos, o conjunto da imaginária urbana é composto por muitos e diferentes elementos. Como mostrarei aqui, os diversos signos comunicacionais que compõem o cenário das cidades, aparentemente formando uma massa disforme e homogênea de mensagens de todo o tipo agrupadas ao acaso, possuem origens, estéticas, conteúdos e propósitos bastante singulares.

Levando em conta tal variedade de signos emitidos simultaneamente no espaço urbano, é possível considerar a cidade como um ambiente polifônico, pois atravessado por diversas vozes nem sempre consonantes.

A esse respeito, Canevacci escreve: “a cidade em geral e a comunicação urbana em particular comparam-se a um coro que canta com uma multiplicidade de vozes autônomas que se cruzam, relacionam-se, sobrepõem-se umas às outras, isolam-se ou se contrastam...”<sup>91</sup>

Em perspectiva semelhante, Canclini, compara a cidade a um *videoclip* – “montagem efervescente de imagens descontínuas”<sup>92</sup> – pois nela “tudo é denso e fragmentário. Como nos vídeos, a cidade se faz de imagens saqueadas de todas as partes”<sup>93</sup>, escreve.

---

<sup>90</sup> *Ibidem*, p.156.

<sup>91</sup> CANEVACCI, 1997, p.17.

<sup>92</sup> CANCLINI, *op. cit.*, p.153.

<sup>93</sup> *Ibidem*, p.156.

Tendo em vista o conceito de polifonia, identifico algumas das “vozes” que fazem parte do grande “coro” urbano, utilizando como fatores de classificação aspectos como: “intenção comunicativa”<sup>94</sup>, legalidade (ou ausência dela) e características estéticas comuns.

O espaço polifônico e heterogêneo da urbe abriga uma diversidade bem maior de elementos comunicacionais do que aqueles que eu seria capaz de descrever aqui, por me detenho aos signos de comunicação urbana que por sua visualidade transmitem algum tipo de mensagem, informação ou sensação. Neste grupo estão englobadas semióticas diversas, verbais e não verbais, elaboradas ou não com finalidade de comunicar. Dentro desta perspectiva, considero os seguintes elementos: o espaço construído, as diferentes modalidades de mídia exterior e as inscrições marginais, entre as quais figura o grafite urbano contemporâneo.

a) O espaço construído: arquitetura, paisagismo e urbanismo

Neste grupo estão englobados os diversos elementos que compõem o espaço construído das cidades: edifícios, monumentos, estátuas, esculturas, praças e todo tipo de construção.

Apesar de alguns componentes deste grupo – como prédios, praças e outros tipos de edificações - não serem elaborados com finalidade comunicativa, acredito que sua visualidade é capaz de produzir enunciados e interpelar os cidadão. Eles podem, por exemplo, dar pistas sobre a época em que foram construídos, conter forte simbolismo histórico (no caso de prédios antigos ou monumentos) ou comercial (no caso de *shopping centers*, lojas, galerias comerciais etc.); podem ser esteticamente atraentes, não chamar a atenção ou até mesmo desagradáveis ao olhar,

---

<sup>94</sup> Expressão proposta por Pauli. Segundo ela, “o cenário urbano está habitado por muitas imagens que podem ser classificadas de acordo com sua intenção comunicativa, enquanto os grafites pretendem gerar um efeito social de forte carga ideológica ou pelo menos transgressora de uma ordem estabelecida, as mensagens publicitárias buscam o consumo do anunciado, sendo sua intenção funcional ao sistema social, econômico e/ou político estabelecido”. Cf. PAULI, 2004.

estimulando no observador sensações de sujeira, descuido, abandono, perigo entre tantas outras possíveis.

De acordo com Guattari, as construções podem nos fornecer discursos e manipular em nós “impulsos cognitivos e afetivos”. “Quer tenhamos consciência ou não, o espaço construído nos interpela de diferentes pontos de vista: estilístico, histórico, funcional, afetivo... Os edifícios e construções de todos os tipos são máquinas enunciantes”<sup>95</sup>, escreve.

Também podemos encontrar em Benjamin indicações a respeito da comunicabilidade do espaço construído nas cidades. Ele concebe a arquitetura como “uma obra de arte cuja recepção se dá coletivamente”. Esta recepção de que fala o autor acontece de forma despercebida pela massa. Segundo ele, “a massa distraída” “faz a obra de arte mergulhar em si, envolve-a com o ritmo de suas vagas, absorve-a em seu fluxo”. Trata-se do que Benjamin chama de “recepção tátil”, que se efetua pelo hábito, sob a forma de uma “observação casual”. Outra maneira de perceber uma obra arquitetônica é através de um olhar contemplativo, atento e cuidadoso, o que caracteriza a “recepção ótica”<sup>96</sup>. A proposição de Benjamin de que os edifícios e construções arquitetônicas são obras de arte passíveis de recepção, reforça minha percepção do espaço construído como elemento comunicativo. A arquitetura comunica mesmo que os indivíduos não percebam conscientemente sua posição de receptores.

A vivência do espaço construído das cidades pode tanto apontar no sentido de uma percepção racional dos aspectos funcionais, estéticos e da historicidade das construções, como pode envolver faculdades subjetivas, evocar sensações e mobilizar afetos.

Assim, por um lado, podemos extrair dos aspectos físicos, estéticos e funcionais das construções, informações e enunciados que funcionam como expressão de uma sociedade ou de

---

<sup>95</sup> GUATTARI, 1992, p.158.

<sup>96</sup> BENJAMIN, 1993, p. 193

uma época, pois, como pegadas em uma trilha, a intervenção humana no espaço deixa traços e marcas culturais, econômicos e tecno-científicos da sociedade que ali viveu e do momento histórico em que se deu sua construção. Dentro desta perspectiva, Schulz afirma:

Desde a antiguidade, as configurações urbanas caracterizam-se como um sistema de informação e de comunicação, pois os objetos arquitetônicos revelam a história das cidades. Todo recorte espacial mostra um conjunto de monumentos e de ruínas, de marcas portadoras de informações, onde o tempo permanece inscrito (...) As camadas sedimentares são feitas de regiões de sensibilidade e campos de legibilidade, de conteúdos e de expressões. As estruturas urbanas e os objetos arquitetônicos permitem a experiência de um passado que se modifica incessantemente a partir da relação com o presente.<sup>97</sup>

Minha constatação da comunicabilidade do espaço construído da urbe é reforçada pela indicação de Knauss acerca do caráter narrativo das esculturas urbanas, as quais, segundo ele podem ser pensadas “a partir de sua estrutura narrativa que é elaborada a partir da referência alegórica ao espaço e ao tempo histórico da ação histórica tematizada pela escultura”<sup>98</sup>. Ele chama a atenção para o fato de que a narrativa escultórica articula a escultura, a história e a cidade – uma vez que “a história encarnada na escultura dialoga com as instituições e os tempos da história da cidade”<sup>99</sup>.

Outra sugestão quanto ao caráter comunicativo do espaço construído diz respeito à capacidade que este possui de oferecer uma vivência subjetiva, evocando sensações, mobilizando afetos. Em outras palavras, a vivência do espaço não se limita a uma percepção meramente racional dos aspectos funcionais, estéticos e da historicidade do espaço construído, mas “envolve de forma complexa as faculdades subjetivas”<sup>100</sup>.

---

<sup>97</sup> SCHULZ, 1995, p. 9

<sup>98</sup> KNAUSS, 2001, p. 10

<sup>99</sup> *Ibidem*.

<sup>100</sup> CAIAFA, 2002, p. 102.

Neste sentido, os elementos arquitetônicos podem ser consideradas “máquinas de sentido, de sensação”<sup>101</sup>, como observa Guattari. A respeito da experimentação subjetiva do espaço, Caiafa escreve:

O espaço construído parece conservar, misteriosamente, experiências que ali se passaram. Pela interpelação que realiza, dir-se-ia, pelo abrigo que oferece, pelo tipo de ocupação que provoca, por enfim mobilizar hoje como antes afetos e souvenirs, pela experiência subjetiva que se torna possível<sup>102</sup>

Esta discussão acerca da função subjetiva das construções urbanas será retomada e aprofundada mais adiante, no tópico “Cidade e produção de subjetividade”.

#### b) comunicação institucional: publicidade ao ar livre

Nesta cozinha de sentidos que é o espaço urbano das cidades de hoje, a visualidade que se expressa a partir da imagem publicitária ao ar livre, traduz parte de uma identidade do contemporâneo<sup>103</sup>.

As palavras de Bedran transcritas acima expressam com clareza o que a experiência de habitar uma cidade capitalista comprova: as imagens publicitárias estão tão integradas ao cenário da urbe, que é praticamente impossível pensar o espaço urbano hoje sem considerar estes elementos comunicacionais.

Deste grupo fazem parte as diversas modalidades de mídia exterior, encontradas em tamanhos e suportes variados: *outdoors*, painéis que compõem a apresentação externa de instalações comerciais, painéis digitais e iluminados, letreiros luminosos, *busdoors* etc.

---

<sup>101</sup> GUATTARI, *op. cit.*, p. 158

<sup>102</sup> CAIAFA, *op. cit.*, p. 102

<sup>103</sup> BEDRAN, *op. cit.*

Estes signos, que contêm elementos verbais e/ou imagens, podem ser considerados legais ou oficiais, uma vez que provavelmente possuem permissão legal para ocupar o espaço público de onde comunicam. É possível também sugerir que, provavelmente, são produzidos por grupos mais privilegiados que têm acesso ao poder econômico e/ ou político.

De acordo com Rabaça e Barbosa, a publicidade ao ar livre tem como características “grande poder de comunicação, apelo visual e leitura instantânea, grandes dimensões, colocação em locais de boa visibilidade e onde transita intenso fluxo de pessoas”<sup>104</sup>. Tais aspectos atendem à necessidade de, em meio ao aglomerado de fluxos e informações visuais que proliferam nas grandes cidades, fazer com que os anúncios publicitários sobressaíam, chamando a atenção do transeunte e passando sua mensagem. A visualidade expressa na mensagem publicitária

Para se fazer valer exige princípios do design aplicados à percepção da forma, cor e luz que associados a conceitos que exacerbam características dos produtos, são capazes de oferecer visibilidade notória. Para isto, a imagem da publicidade no espaço urbano se agigantou, proliferou suportes múltiplos e tornou-se cada vez mais sintética e sedutora, numa transposição de sentidos<sup>105</sup>

Com suas cores, imagens e mensagens os diferentes tipos de mídia exterior gritam nas cidades suas marcas e produtos. Sua função é vender objetos, serviços, *status* e estilos de vida. Tarefa que cumprem ao estimular ou criar necessidades, seduzindo o cidadão e convidando-o ao consumo. Não gritam em uníssono, cada um anuncia seu reclame. Entretanto, a mensagem final, o grande refrão, diz a mesma coisa “Compre!”.

#### c) Comunicação marginal: inscrições urbanas

---

<sup>104</sup> RABAÇA, 2001. p. 529.

<sup>105</sup> BEDRAN, *op. cit.*

Os elementos deste grupo diferem dos descritos acima principalmente pelo seu caráter marginal. Ao contrário das peças da publicidade ao ar livre, as inscrições urbanas são freqüentemente efetuadas fora dos meios oficiais e institucionalizados de comunicação, o que os torna, em algum grau, marginais.

Se o discurso oficial da mídia e do mercado está estampado nas diferentes modalidades de mídia exterior que, juntamente com os letreiros e vitrines das lojas, reproduzem o discurso globalizado e globalizante do consumo, há imagens urbanas que nascem dos sussurros das periferias sociais e culturais. Vozes que não se enquadram no discurso emitido pela mídia de massa ou que não encontram nela eco ou expressão se apropriam ilegalmente dos espaços disponíveis na cidade para ganhar notoriedade. Tratam-se das diversas inscrições que proliferam em muros, paredes de edifícios, viadutos, tapumes, monumentos e outros espaços livres da urbe, heterogeneidade que faz deste um grupo bastante plural, pois contém elementos com estéticas e intenções de comunicação variadas.

Meio de expressão das ideologias, opiniões e do modo de vida de grupos sociais que não têm acesso aos meios de comunicação de massa, tais inscrições possibilitam também que seus executores, ou grupos que representam, conquistem notoriedade e visibilidade no meio urbano.

Marginalidade e subversão são características marcantes deste tipo de inscrição. Seja pelo caráter ilegal do modo de efetuação, pelos conteúdos veiculados ou por uma postura estética diferenciada, o caráter subversivo se faz presente.

Este grupo proposto sob o rótulo genérico de inscrições urbanas compreende subgrupos com características bastante particulares. Se o aspecto que os aproxima é a marginalidade, o tipo de agente urbano que produz a inscrição, a motivação, o conteúdo, a forma, o suporte e os materiais utilizados, assim como o grupo social que irá interagir com ela são aspectos que os diferenciam.

Lara propõe algumas categorias nas quais podemos agrupar as diferentes inscrições urbanas: panfletária, publicitária, grafiteagem e pichação.

As inscrições publicitárias possuem as características da propaganda. As frases ou marcas, em geral encomendadas por comerciantes, são pintadas com tinta cal, látex ou spray nos muros e paredes para promover produtos ou serviços. Este é, segundo Lara, um modo alternativo de anunciar ao qual se recorre por motivo de economia. Entendo que estas inscrições devem ser consideradas marginais apesar do caráter publicitário já que se trata de um meio não institucional de anunciar, sendo considerado, por isso mesmo, publicidade ilegal pela Central de *Outdoor*.

A inscrição panfletária também pode ser definida como propaganda ideológica. Trata-se da apropriação do espaço urbano por movimentos políticos ou religiosos, com o objetivo de expressar publicamente suas idéias, em geral reprimidas ou estigmatizadas pela mídia oficial, assim como os grupos que lhes dão origem. Essas inscrições assumem a forma de frases escritas à mão livre, em muros, portas, paredes, placas e cartazes elaborados com tinta, *spray*, carvão etc. No Rio de Janeiro, frases como “Só Jesus expulsa os demônios das pessoas”, “*Yankes go home*”, “*Halloween* é o cacete. Viva a cultura nacional”, “Banqueiros roubam R\$ 250.000.000.000,00 do Brasil, por ano!!!”, “Entregue sua arma e torne-se um escravo!”<sup>106</sup> são alguns dos muitos exemplos que poderíamos citar deste tipo de inscrição.

Também enquadro nessa categoria as intervenções da *culture jamming*, prática que consiste em elaborar paródias das peças publicitárias, objetivando “revelar as disparidades entre o discurso publicitário e a realidade social em que se inserem as corporações que o produzem”<sup>107</sup>. São produções que misturam “arte, mídia, paródia e atitude de outsider”<sup>108</sup>, concebidas e realizadas

---

<sup>106</sup> As três últimas frases da sequência são impressas em cartazes produzidos e espalhados pela cidade do Rio de Janeiro pela ong MV-Brasil (Movimento pela Valorização da Cultura, do Idioma e das Riquezas do Brasil). Cf. [www.mv-brasil.org.br](http://www.mv-brasil.org.br)

<sup>107</sup> CABRAL, 2007, p. 70.

<sup>108</sup> KLEIN, 2006, p.311.



por indivíduos e grupos que militam contra as ações das corporações multinacionais. Voltarei a este assunto quando abordar os usos políticos do espaço urbano.

Apesar de alguns autores não fazerem distinção entre pichação e grafite e de todos os grafiteiros entrevistados afirmarem que as duas práticas não devem ser separadas em categorias distintas, optei por buscar uma delimitação a mais precisa e específica possível. As diferenças entre essas duas linguagens são muito significativas e dizem respeito a vários aspectos tais como a técnica utilizada, os conteúdos veiculados, a motivação dos grupos que as produzem e a forma como interagem com a cidade.

O grafite e a pichação, assim como a relação entre eles, suas semelhanças e diferenças serão apresentados e discutidos no capítulo seguinte. Por hora, fica a penas o registro de que pertencem ao conjunto das inscrições marginais da cidade.

## **2.2 Cidade e produção de subjetividade**

Existe uma experiência subjetiva importante na relação com o espaço construído, com os meios de circulação, com as árvores no espaço urbano, com os animais, com as pessoas que circulam nos lugares públicos. Experiência subjetiva no sentido mesmo de que todas essas engrenagens impulsionam experiências de si.<sup>109</sup>

A compreensão da cidade como um meio em interação com a sensibilidade e as emoções dos seus habitantes não é recente e remete ao início do século XX, quando se deu a eclosão das grandes metrópoles modernas.

Em “A metrópole e a vida metal”, Georg Simmel manifesta sua preocupação com a vida psicológica do metropolitano frente à intensificação de estímulos nervosos nas grandes cidades da época. Segundo ele, o modo de vida urbano - caracterizado pelo aumento de estímulos nervosos que,

---

<sup>109</sup> CAIAFA, 2002, p. 37

através da “rápida convergência de imagens em mudança”, da “descontinuidade aguda contida na apreensão com uma única vista de olhos” e do “inesperado de impressões súbitas”, se alteram rápida e ininterruptamente - cria condições psicológicas próprias, bem específicas e adequadas a sua realidade. É neste contexto que o autor se permite intuir a existência de uma “vida psíquica metropolitana”<sup>110</sup>.

Abordagens contemporâneas a respeito da função subjetiva das cidades podem ser encontradas nos trabalhos de Félix Guattari e da antropóloga brasileira Janice Caiafa. Ao contrário de Simmel que numa postura quase negativa acredita que o metropolitano, frente à multiplicação de estímulos, desenvolve uma atitude *blasé*, o que o torna incapaz de reagir a novas emoções e embota seu poder de discriminar, tanto Guattari como Caiafa identificam aspectos positivos na experiência urbana, pois esta carrega em si o potencial de gerar subjetividades criadoras.

A função subjetiva das cidades consiste precisamente nesse trabalho com o desejo deflagrado pelas engrenagens urbanas. Ao partilharmos o espaço da cidade com outros, ao visitarmos seus edifícios, ao circularmos por suas vias, somos constantemente mobilizados ou interpelados. De uma forma complexa, os processos urbanos funcionam como fatores de subjetivação.<sup>111</sup>

Assim, baseando-me nos trabalhos de Guattari e de Caiafa, respectivamente, aposto, juntamente com eles, nas cidades como componentes fundamentais nos processos de subjetivação, espaços onde podem ser geradas subjetividades criadoras, escapando à axiomática capitalista. Para Caiafa, “a força criadora das cidades vem precisamente do ato de se chamar à rua e de se ocupá-la”<sup>112</sup>.

---

<sup>110</sup> SIMMEL, 1973, p.14

<sup>111</sup> CAIAFA, *op. cit.*, p. 37

<sup>112</sup> CAIAFA, 2001, p. 130

A ocupação coletiva gera heterogeneidades, de alguma forma misturando os habitantes, e em diferentes graus, dessegregando os meios fechados e familiares. Há um trânsito que marca as cidades e que implica também certas formas de comunicação e de produção subjetiva.<sup>113</sup>

Ela mostra que as cidades surgem produzindo um espaço de deslocamento, circulação e dispersão. A mistura e a heterogeneidade que se processam nas ruas expõem os cidadãos à experiência do estranho e do inesperado, “uma marca das cidades e precisamente o que a caracteriza como um universo de circulação e comunicação bastante singular”<sup>114</sup>. “Para além das casas familiares, a rua abriga desde o início nas cidades os encontros com estranhos, o contágio de idéias e doenças, a mistura que vem com o acesso aos lugares e a ocupação do espaço público”<sup>115</sup>, escreve ela. No pensamento desta autora, a heterogeneidade decorrente da mistura urbana, assim como a exposição à alteridade, são importantes fatores que possibilitam a deflagração de processos subjetivos.

O conceito de subjetividade trabalhado por Deleuze e Guattari e retomado por Caiafa, a concebe como produção “em constante processualidade”, atravessada por diversos fluxos e “produzida no registro social”. O sujeito é entendido como sendo apenas “um momento dos fluxos subjetivos em que esses processos se cristalizam numa identidade pessoal”<sup>116</sup>.

A subjetividade não é uma interioridade identitária marcada por uma biografia familiar, ela é produzida no registro social. Mesmo que ela venha a terminar em um indivíduo, ela é produzida no coletivo. Os componentes familiares são apenas um dos ingredientes, porque a marca dessa produção é que ela comporta componentes heterogêneos (de poder, de corpo, do espaço urbano, componentes de mídia, de linguagem etc.)<sup>117</sup>.

---

<sup>113</sup> *Ibidem*, p. 124

<sup>114</sup> CAIAFA, 2003, p. 91.

<sup>115</sup> CAIAFA, 2002, p. 18.

<sup>116</sup> CAIAFA, 2003, p. 92.

<sup>117</sup> CAIAFA, 2000, p. 64 e 65

A autora explica que Deleuze vê a subjetividade como uma “dobra”, no sentido de que ela é um “interior que se forja da exterioridade” <sup>118</sup>. Caiafa tem o cuidado de advertir que esta concepção não deve ser confundida com um simples ambientalismo, “não é a relação causal simples que vai de um meio todo pronto para condicionar um sujeito já dado que o recebe sob a forma de influência”, escreve. “Trata-se de conceber processos subjetivos em adjacência a processos sociais e materiais que os modelizam e, por sua vez, se desdobram e mudam também” <sup>119</sup>.

Processos materiais e sociais que podem ser encontrados no espaço urbano, um meio rico em signos comunicacionais, estímulos visuais e fluxos humanos e de informação que interpelam constantemente os cidadãos, imprimindo-lhes sensações em diferentes intensidades, capazes de evocar lembranças, criar afetos e de se constituir em componentes subjetivos.

As cidades, escreve Guattari, “são imensas máquinas produtoras de subjetividade individual e coletiva” <sup>120</sup>. Ainda segundo ele, os equipamentos urbanos materiais e imateriais participam da composição da experiência humana sob os mais variados aspectos. <sup>121</sup>

Dessa forma, tanto os contatos humanos que ocorrem no meio urbano – os quais identifico como sendo os equipamentos imateriais de que fala Guattari - como o espaço construído, os monumentos históricos, as praças, letreiros e vitrines de lojas, grafites, pichações e todo tipo de anúncio publicitário que prolifera pelas ruas da cidade - que entendo como sendo os equipamentos materiais -, não apenas participam dos processos comunicacionais urbanos como também podem, cada um a seu modo e de diferentes maneiras, interpelar os cidadãos gerando experiências subjetivas, que podem ou não ser criadoras.

---

<sup>118</sup> *Ibidem*, p. 65

<sup>119</sup> CAIAFA, 2002, p. 35.

<sup>120</sup> GUATTARI, *op. cit.*, p.172

<sup>121</sup> *Ibidem*.

Os processos subjetivos deflagrados nas cidades carregam a possibilidade de fazer frente às subjetividades padronizadas em consonância com a axiomática capitalista, característica extremamente importante num momento em que o capitalismo triunfa estendendo suas táticas de dominação ao nível do desejo.

Segundo Guattari, o “Capitalismo Mundial Integrado, tende, cada vez mais a descentrar seus focos de poder das estruturas de produção de bens e de serviços para as estruturas produtoras de signos, de sintaxe e de subjetividade” por intermédio, especialmente do controle que exerce sobre a mídia e a publicidade.<sup>122</sup>

Ele mostra que o poder capitalista se desterritorializou tanto em extensão – “ampliando o seu domínio sobre o conjunto da vida social, econômica e cultural do planeta” – como em intenção – infiltrando-se nos seios dos extratos subjetivo<sup>123</sup>. Guattari fala da produção de subjetividade no capitalismo como linha de montagem, da existência uma “imensa máquina de produtiva de uma subjetividade industrializada e nivelada em escala mundial” trabalhando na formação de um consenso subjetivo, da força coletiva de trabalho e da força de controle social.<sup>124</sup>

Em perspectiva semelhante, Deleuze descreve o modo sutil e não declarado por meio do qual dominação se generaliza nas sociedades de controle<sup>125</sup>. Isso acontece através dos meios de comunicação, da cultura do consumo, da expansão onipresente de uma imensa rede de informações que esquadrinha e registra movimentos, ações e posses dos indivíduos. Controla-se ao ar livre através de câmeras secretas que gravam o ir e vir dos cidadãos, bancos de dados que armazenam seus gostos e dados pessoais sem pedir permissão e reclames publicitários que, sem que se tenha consciência disso, lembram aos observadores – muitas vezes involuntários – quais

---

<sup>122</sup> GUATTARI, 2005, p.31

<sup>123</sup> *Ibidem*, p.33.

<sup>124</sup> GUATTARI E ROLNIK, 2005, p. 47 e 48.

<sup>125</sup> Em “*Post-Scriptum Sobre as Sociedades de Controle*”, Deleuze descreve o modo de organização social que substitui o modelo disciplinar que imperou dos séculos XVIII ao XX (proposto por Foucault). De acordo com Deleuze, no momento atual, o poder modula continuamente o indivíduo através de uma “formação permanente”, segundo seus interesses. Nas sociedades de controle o poder não está concentrado em instituições disciplinadoras, mas difuso, disperso como um gás. É o controle ao ar livre.

são as tendências a serem seguidas em determinada estação. Esta forma de controle, que tem a dominação subjetiva como um de seus recursos, é, segundo Caiafa, ao mesmo tempo mais generalizada e mais ampla.<sup>126</sup>

Cada vez mais, ao longo de suas transformações mais recentes, o capitalismo precisa tomar posse não só de uma força de trabalho, mas também de uma força de desejo. Portanto, ele se envolve cada vez mais com a produção de subjetividade, trabalhando com as faculdades psíquicas diretamente. Antes mesmo de assujeitar certas categorias ou segmentos sociais, ele os prepara ou reengendra.<sup>127</sup>

Diante deste quadro, Guattari diagnostica “um imenso vazio na subjetividade que tende a se tornar cada vez mais absurda e sem recursos”<sup>128</sup>. Desse modo, perante a ampliação do campo de dominação do capitalismo que infiltra-se tanto no conjunto da vida social como “no seio dos mais inconscientes estratos subjetivos”, é impossível pretender opor-se a ele apenas de fora, através de políticas tradicionais. Torna-se imperativo “encarar seus efeitos no domínio da ecologia mental, no seio da vida cotidiana individual, familiar, de vizinhança, de criação e de ética pessoal”.<sup>129</sup> Assim, para ele, o único modo de reverter o atual estado de coisas é através de uma revolução capaz de dar conta dos domínios moleculares de sensibilidade, de inteligência e de desejo, desfazendo a laminação das subjetividades e ativando singularidades.

Nessa perspectiva, os sintomas e incidentes fora das normas se configuram como índices de um trabalho potencial de subjetivação. Nesse sentido, Guattari vê como essencial a organização de novas práticas micropolíticas e microsociais e de novas práticas estéticas. Novas subjetividades podem surgir através da arte, da experiência urbana, de novas práticas na clínica psiquiátrica, de usos diferentes das tecnologias da comunicação etc. Por isso o termo “revoluções

---

<sup>126</sup> CAIAFA, 2002, p. 29 e 34.

<sup>127</sup> *Ibidem*, p. 34.

<sup>128</sup> GUATTARI, *op. cit.*, p. 30.

<sup>129</sup> *Ibidem*, p. 33.

moleculares”, porque diz respeito a buscar brechas, seguir as linhas de fuga, fazer uma “garimpagem no interstício”<sup>130</sup>.

Esta é, segundo ele, a única via possível para que as práticas sociais e políticas trabalhem para a humanidade e não para um simples reequilíbrio permanente do universo das semióticas capitalísticas.<sup>131</sup>

Nesse sentido, é possível afirmar que as cidades conspiram contra o capitalismo, pois, como demonstra Caiafa, possibilitam a dispersão e o contato com a heterogeneidade, oferecem uma vivência densa de seus espaços, situações que podem produzir mutações nos processos subjetivos e gerar subjetividades criadoras, como veremos adiante. Ao contrário do Estado que se apóia na “ressonância de focos de poder”<sup>132</sup> e na “verticalização” necessárias ao triunfo do capitalismo, as cidades, “surgem na dissipação de uma ‘horizontalidade’ – desde o início se apoiando na dispersão e não na concentração”<sup>133</sup>.

As cidades conjuram o capitalismo e o Estado justamente por sua “aventura própria”<sup>134</sup>: elas tendem sempre a emancipar-se quando na sobrecodificação do Estado se produzem brechas. E passam a funcionar na horizontalidade da dispersão, como as cidades comerciais que se tornam grandes corredores numa rede aberta com outras cidades. Nessa operação de limiares, há algo que trabalha em algum momento contra o capitalismo.<sup>135</sup>

Uma das figuras-chave deste processo de conjuração ao capitalismo é o movimento próprio das cidades “porque produz um grande espaço de exterioridade – em relação ao espaço privado do sujeito e da família”<sup>136</sup>. “A exterioridade vai chamar para fora, preparar a mistura urbana e por

---

<sup>130</sup> CAIAFA, 2000, p. 12.

<sup>131</sup> GUATTARI, *op. cit.*, p. 34 e 35.

<sup>132</sup> CAIAFA, 2002, p. 18.

<sup>133</sup> *Ibidem*, p.19

<sup>134</sup> Conceito proposto por Deleuze e Guattari, que sugerem que haveria uma aventura própria das cidades em contraste com a hegemonia do Estado. Cf. Caiafa 2002

<sup>135</sup> CAIAFA, 2002a, p.19

<sup>136</sup> *Ibidem*

vezes romper laços ou dissolver cristalizações, promovendo novos arranjos sociais”<sup>137</sup>, explica Caiafa. O contato, algumas vezes de choque, com a heterogeneidade “dispersa focos de identidade e as recorrências do familiar, introduzindo, portanto, variação nos processos subjetivos”<sup>138</sup>. A partir da imprevisibilidade que marca o contato com a alteridade, pode haver uma maior criatividade em tais processos, possibilitando a ocorrência de transformações e de produções subjetivas interessantes.

A seguir, procuro demonstrar que dependendo do uso, os equipamentos materiais e imateriais urbanos podem se prestar à produção de subjetividades tanto criadoras como ligadas aos interesses do capital.

#### a) encontros urbanos

Sair pelas ruas é se aventurar a esbarrar com estranhos e se deixar modificar por eles. Cruzar a cidade em direção lugares alheios ao nosso círculo familiar é estar sujeito aos fluxos, aos encontros que se dão ao acaso. Para Benjamin, os encontros citadinos trazem a marca do “choque”, um confronto que, segundo Caiafa, pode desempenhar um papel produtivo. “A fricção pode trazer diferenciação, desafiando o reconhecimento, tendo um efeito não necessariamente deletério mas transformador dos processos subjetivos”<sup>139</sup> escreve ela.

Caiafa mostra que a experiência da alteridade é um importante fator de subjetivação, pois a diferença pode assumir uma força criadora. O contato com a heterogeneidade possibilitada pela mistura que se processa nas ruas expõe os indivíduos a alteridades. Segundo ela, a dispersão e a circulação tornadas possíveis pela ocupação coletiva dos espaços públicos ao mesmo tempo em que nos retira dos meios seguros e conhecidos do confinamento familiar, nos expõe ao risco do

---

<sup>137</sup> *Ibidem*, p.20.

<sup>138</sup> *Ibidem*.

<sup>139</sup> *Ibidem*, p. 95



contato com o estranho e desconhecido, que pode assumir um caráter positivo ao dissolver cristalizações e nos fazer vislumbrar outros mundos, virtuais, mas passíveis de atualização.

Nesse sentido, ela explica que outrem, figura dessa alteridade, “não é simplesmente um outro com quem falo ou que me influencia, um personagem do campo perceptivo, da relação de comunicação ou da interação social, mas um princípio, um operador e que expressa um mundo possível”<sup>140</sup>. Não se trata de um objeto ou de um outro sujeito. Outrem é, antes de tudo, um “operador de diferenciação”, uma instância que nos distraí de nos mesmos ao acenar com “mundos estranhos, que não são o nosso e que podemos vir a conhecer”<sup>141</sup>.

Citando Deleuze, Caiafa mostra que, para este autor, outrem “introduz o signo do não percebido no que eu percebo”<sup>142</sup>, organizando “um ‘mundo marginal’, ‘um arco de fundo’ em que se inscrevem outros objetos, outras idéias, formando ‘todo um campo de virtualidades e de potencialidades’”<sup>143</sup>. Dentro dessa concepção é possível admitir que a presença de outrem possa dissolver identidades e as desterritorializar, conclui.

No entanto, há situações em que a experiência da alteridade pode não ser positiva. Trata-se das ocasiões em que o encontro pode ser ameaçador ou violento, o que faz com que, por excesso de proximidade, não se produzam afetos criadores, explica Caiafa. Nestas circunstâncias, prevalecem o medo e a desconfiança em relação ao outro e a diferença, em vez de representar possibilidades criadoras, traz insegurança. Em outro extremo, é a segregação e o trancafiamento em lugares seguros e familiares que impede a ocorrência de encontros deflagradores de subjetividades interessantes. Nesses casos, de acordo com Caiafa, é a distância que impede o “contágio urbano” e as possibilidades de comunicação.

---

<sup>140</sup> CAIAFA, 2003, p.97.

<sup>141</sup> *Ibidem*, p.96.

<sup>142</sup> DELEUZE apud CAIAFA 2003.

<sup>143</sup> *Ibidem*.

## b) o espaço construído

O espaço construído nos acena constantemente. As cidades se caracterizam em grande parte pela acolhida material que produzem com suas ruas, edifícios, passagens, acessos, becos. É especial a relação com o espaço da cidade porque o percebemos, por assim dizer, de todos os lados. Entramos, pisamos, habitamos esse espaço. Parece que todos os sentidos participam dessa relação, ao mesmo tempo em que há uma espécie de apreensão imediata, um conhecimento afetivo que se parece estipular por vezes ao primeiro contato com o espaço construído.<sup>144</sup>

Os edifícios e construções são engrenagens urbanas que possibilitam experiências subjetivas capazes de constituir memórias afetivas – tanto individuais como coletivas –, evocar circunstâncias já vividas e até mesmo modificar os afetos ligados a elas.

A respeito da constituição de memórias afetivas a partir da relação com o espaço, Canevacci escreve que a cidade é marcada pela “presença mutável de uma série de eventos dos quais participamos como atores ou como espectadores, e que nos fizeram vivenciar aquele determinado fragmento urbano de uma certa maneira”. Dessa forma, quando reatravessamos esse espaço, as lembranças relacionadas a ele são reativadas.

Uma cidade se constitui também pelo conjunto de recordações que dela emergem assim que nosso relacionamento com ela é restabelecido. O que faz com que a cidade se anime com nossas recordações. E que ela seja também *agida* por nós, que não somos unicamente espectadores urbanos, mas sim também atores que continuamente dialogamos com os seus muros, com as calçadas de mosaicos ondulados, com uma seringueira que sobreviveu com majestade monumental no meio de uma rua...<sup>145</sup>

Outra indicação de Caiafa quanto às relações subjetivas que se estabelecem com o espaço construído diz respeito ao modo como as diferentes configurações espaciais, com suas particularidades tanto estéticas como funcionais, nos convidam à habitação. Podemos ser acolhidos de diversas formas pelas construções, seus elementos constitutivos podem nos interpelar de

---

<sup>144</sup> CAIAFA, 2002, p.102

<sup>145</sup> CANEVACCI, *op. cit.*, p.22.

maneiras distintas e provocar sensações variadas. A hospitalidade que nos é oferecida pelos espaços que ocupamos se revela, aos olhos desta autora, como elemento deflagrador de experiências subjetivas, que podem ou não ser positivas.

c) publicidade: anexação pelo desejo

Como vimos, o capitalismo domina pelo desejo. Uma estratégia que tem sido utilizada com eficiência pelo poder para investir no campo do desejo e produzir “os assujeitados de dentro”<sup>146</sup> é a publicidade. Isso acontece num momento em que, segundo Deleuze, o marketing tornou-se instrumento de controle social<sup>147</sup>.

Os discursos, a estética, as imagens e os padrões de vida e beleza proclamados pelos anúncios que proliferam não apenas na paisagem urbana, como também no interior dos lares (via televisão, internet, mídia impressa ou mala direta) reafirmam os valores nos quais se apóia a ordem dominante e legitimam as relações de poder que a sustentam.

Não há nada de novo nas mensagens publicitárias que se apossam dos espaços públicos, ao contrário, elas só fazem reproduzir e confirmar os discursos cantados por jingles e repetidos exaustivamente por garotos propaganda. As imagens e idéias que encontramos aí são as mesmas repetidas diariamente durante o intervalo dos telejornais ou pela mocinha da novela. É um “jogo de ecos”<sup>148</sup>, como constata Canclini.

Ao contrário dos grafites, que podem funcionar como arte criadora, e da experiência positiva que pode ser provocada pela alteridade, a publicidade se presta a generalizar e a confirmar o já dito pelo poder, a reforçar sutilmente sobre as mentes o controle que já se exerce sobre os corpos e sobre os bolsos.

---

<sup>146</sup> *Ibidem*, p. 31 e 32.

<sup>147</sup> DELEUZE, 1992, p. 224.

<sup>148</sup> CANCLINI, 2003, p.290.

a) Arte urbana

O espaço urbano se oferece como suporte a uma imensa gama de manifestações artísticas. Do grafite às intervenções e performances de artistas e de coletivos, a cidade-galeria abriga obras tão plurais quanto o público que delas usufrui.

Adoto aqui a compreensão de arte sugerida por Deleuze: como resistência e criação, como a “potência de uma vida que pode existir numa linha de desenho, de escrita ou de música”. Para ele, “criar não é comunicar, mas resistir”<sup>149</sup>. Nesse sentido, nem toda intervenção urbana, nem todo grafite poderão ser entendidos como arte.

Caiafa aposta na arte como sendo capaz de “deflagrar uma experimentação subjetiva em larga escala”<sup>150</sup>. Guattari aponta na mesma direção ao afirmar que “é nas trincheiras da arte que se encontram os núcleos de resistência dos mais conseqüentes ao rolo compressor da subjetividade capitalística”<sup>151</sup>.

Caiafa explica que as máquinas estéticas “em seu trabalho criador com a expressão, podem abrir brechas nas subjetividades padronizadas (que só desenvolvem aquilo que serve à axiomática capitalista), fazendo brotar singularidades”<sup>152</sup>.

A arte é, portanto, vista como um campo criador que não se restringe somente à “existência de artistas patenteados” mas abarca também “toda uma criatividade subjetiva que atravessa os povos e as gerações oprimidas, os guetos, as minorias...”<sup>153</sup>. Caiafa esclarece o sentido da palavra criação nesse contexto. De acordo com ela, entende-se o ato de criar “não apenas ou sobretudo

---

<sup>149</sup> DELEUZE, *op. cit.*, p. 179.

<sup>150</sup> CAIAFA, 2000, p. 66.

<sup>151</sup> GUATTARI *apud* CAIAFA 2000, p.66.

<sup>152</sup> CAIAFA, *op. cit.*, p. 66.

<sup>153</sup> GUATTARI *apud* CAIAFA 2000.

como inovação num certo campo, produto pessoal de um certo autor. Num sentido forte, a criação começa quando há resistência”<sup>154</sup>.

Há uma experimentação subjetiva que acontece nos grupos marginalizados ou oprimidos que, por manterem uma distância ao mesmo tempo desejada e forçada em relação aos focos de poder, se deslocam mais facilmente da subjetividade normalizada.<sup>155</sup>

Nesse sentido, acredito que seja possível considerar o trabalho de alguns artistas urbanos como brechas no sistema, possíveis “pontas de desterritorialização”. Não se trata aqui de fazer um louvor à apropriação marginal e criminosa dos espaços públicos, mas de valorizar o trabalho contestador e inovador de artistas que elegem os muros como telas, as ruas como palco e escolhem para receptores da sua arte toda a população urbana.

Nesse sentido, acredito que o grafite, em algum grau, tem o potencial de democratizar a arte ao transferi-la dos espaços fechados e seletivos dos museus para as ruas, além de oferecer aos transeuntes uma visualidade diferente daquela generalizada pelos meios de comunicação “oficiais”.

A percepção de uma possível resistência no trabalho de alguns grafiteiros se torna mais clara ao considerarmos que a postura de alguns grafiteiros e a estética e/ou o conteúdo de alguns de seus trabalhos coincide com uma postura questionadora dos valores e práticas capitalistas. Além disso, há que se considerar que a estética do grafite nasce nas ruas trazendo algo de transgressor, de novo em relação às imagens e mensagens banalizadas e difundidas pela mídia.

Além do grafite, outras manifestações de arte podem ser encontradas nas ruas das cidades. Tratam-se das práticas de intervenção urbana, obras e ações de cunho artístico que, segundo

---

<sup>154</sup> CAIAFA, *op. cit.*, p. 59.

<sup>155</sup> *Ibidem*, p.68.

Mazetti, inspiram-se “em movimentos artísticos que remontam a uma tradição que tem seu início no Surrealismo e no Dadá-Berlim”<sup>156</sup>.

Ainda segundo ele, as intervenções urbanas se encontram nas interseções entre arte e política, conjugando experimentações artísticas e estéticas a uma postura crítica diante da realidade. As ações dos coletivos de artistas que agem no meio urbano abrangem práticas diversas, algumas de caráter lúdico e estético como: plantar flores de papel-celofane vermelho em canteiros abandonados; colar interruptores em postes; pintar folhas de dourado e recolocá-las nas árvores. Outras assumem um tom de crítica ou sátira às instituições centrais na sociedade contemporânea: disseminação de lambes-lambes com conceitos de cidade auto-sustentável pelas ruas; distribuição de notas de um real com o carimbo contendo as iniciais FMI, circundada com as palavras FOME E MISÉRIA NTERNACIONAL; alterações em *outdoors* com mensagem anticonsumistas.<sup>157</sup>

Considerando a dimensão contestadora e esteticamente não domesticada e tais intervenções e das imagens que compõem alguns grafites, admito a possibilidade de que em determinadas situações a arte urbana possa provocar “mutações subjetivas”, rompendo com um campo significacional dominante e provocando o desencadeamento de “processos de singularização”<sup>158</sup>.

Segundo Caiafa

Uma estranheza, uma alteridade que arte provoque em relação a uma forma padrão, ou a uma repetição não criadora na vida, é introduzida e vai atrair todo um conjunto. Há uma ruptura com uma situação subjetiva paralisante e acontece toda uma mutação<sup>159</sup>

---

<sup>156</sup> MAZZETTI, 2006, p. 4.

<sup>157</sup> Henrique Mazetti faz um detalhado inventário das ações de alguns coletivos que atuam no Brasil. Cf. MAZZETTI, 2006.

<sup>158</sup> Guattari explica que os processos de singularização frustam os “mecanismos de interiorização dos valores capitalísticos” e podem conduzir “à afirmação dos valores num registro particular, independente das escalas de valor que nos cercam e que espreitam por todos os lados”. Os diferentes processos de singularização têm como traço comum “um devir diferencial que recusa a subjetivação capitalística. Isso se sente por um calor nas relações, por determinada maneira de desejar, por uma afirmação positiva da criatividade, por uma vontade de amar, por uma vontade de simplesmente viver ou sobreviver, pela multiplicidade dessas vontades”. Cf. GUATTARI e ROLNIK, 2005, p.55 e 56.

<sup>159</sup> CAIAFA, *op. cit.*, p. 67

O grafite como arte criadora é uma aposta minha. Acredito nessa hipótese pois vejo muita potência no ato de sair às ruas munido de uma lata de spray. Entretanto, para que haja criação é preciso que o ato de pintar os muros venha acompanhado de uma postura de resistência aos valores capitalistas, é necessário que o grafiteiro, tornado artista, não se deixe domesticar pelo mercado e pela indústria cultural. O grafite urbano como arte precisa estar livre de quaisquer constrangimentos, o que, entretanto, nem sempre acontece. Essa questão, que foi uma das preocupações da minha pesquisa, reaparecerá nos capítulos subseqüentes. Por hora, fiquemos apenas com a indicação da potência do grafite arte em gerar processos subjetivos criadores.

### **2.3 A tomada das ruas: usos políticos do espaço urbano**

O que temos percebido é que todos aqueles eventos e ações tinham uma coisa em comum: RESGATAR. Estejamos nós resgatando a estrada dos carros, resgatando prédios de grileiros, resgatando excedentes de comida para sem-tetos, resgatando *campi* universitários como lugar de protestos e teatro, resgatando nossa voz das profundezas sombrias da mídia corporativa ou resgatando nosso ambiente visual dos *outdoors*, sempre estivemos resgatando. Recuperando o que devia ter sido nosso há muito tempo. Não “nosso” como “nosso clube”, ou “nosso grupo”, mas nosso como das pessoas. Todas as pessoas. “Nosso” como em “não os governantes” e “não as corporações”. (...) Queremos devolver o poder às pessoas. Queremos resgatar as ruas.<sup>160</sup>

Procurei até aqui apresentar o meio urbano como *locus* onde podem se desenvolver importantes processos de comunicação e de experimentação subjetiva capazes de ativar processos de singularização que rompem com a domesticação das mentes e dos desejos engendradas pelo capitalismo. Isso se daria, como mostrei anteriormente, tanto através de uma vivência densa do ambiente da urbe - que inclui o contato com a heterogeneidade e a experimentação de suas construções – como da utilização criativa dos espaços públicos.

---

<sup>160</sup> Reclaim the Streets de Toronto. Cf. Klein, 2006, p.351.

Minha reflexão acerca da cidade como arena onde os valores capitalistas podem ser contrariados não estaria completa se não abordasse os movimentos artísticos e culturais que se valem de seus espaços para denunciar, de diferentes modos, as incoerências do capitalismo neoliberal e para propor novos modos de viver e de ocupar as ruas. Será uma exposição breve e superficial, pois meu objetivo aqui é apenas registrar a existência dessas ações.

O trecho transcrito acima resume bem o tom ao mesmo tempo político e artístico que assumem as manifestações. Jovens artistas e militantes tomam de assalto as ruas das grandes cidades, apropriando-se de seus espaços, ou antes, retomando-os. Promovem uma reorganização – mesmo que efêmera – do meio urbano ao ocupá-lo de um novo modo, lutando pelo direito ao espaço não comercializado e não-colonizado – “para morar, para as árvores, para se reunir, para dançar”<sup>161</sup>, para as artes e para a comunicação.

As práticas abrangidas por esses movimentos diferem bastante entre si quanto ao modo de agir e se expressar no meio urbano, por isso, muitas e diferentes ações, manifestações e intervenções poderiam ser enumeradas aqui. Proponho-me a apresentar a *culture jamming*, as intervenções urbanas e o movimento Reclaim the Streets (RTS, Resgate as Ruas).

A expressão *culture jamming*, proposta nos anos 1980 pela banda de audiocolagem norte-americana Negativland, alude a diversas formas de sabotagem midiática. Nas ruas, a prática consiste em “parodiar peças publicitárias e usar outdoor para alterar suas mensagens”<sup>162</sup>, com o objetivo de revelar “não um significado oposto, mas a verdade mais profunda oculta sob camadas de eufemismos publicitários”<sup>163</sup>. Este “robin-hoodismo semiótico”<sup>164</sup>, que, de acordo com Klein, mistura “grafite, arte moderna, filosofia punk faça-você mesmo e molecagem antiqüíssima”<sup>165</sup> é

---

<sup>161</sup> KLEIN, op. cit., p.340.

<sup>162</sup> KLEIN, p. 308.

<sup>163</sup> *Ibidem*, p. 309.

<sup>164</sup> *Ibidem*, p. 308

<sup>165</sup> *Ibidem*, p. 310.



uma ferramenta da qual jovens militantes se servem para expressar desaprovação com as corporações multinacionais, suas campanhas publicitárias milionárias e os valores da sociedade de consumo aos quais estas servem.

Klein explica que, para os *jammers*, as ruas são espaços públicos e “uma vez que a maioria dos moradores não pode fazer frente às mensagens corporativas comprando suas próprias peças publicitárias, eles devem ter o direito de responder às imagens que nunca pediram pra ver”<sup>166</sup>. “Acho que todo mundo devia ter seu próprio *outdoor*, mas não tem”, diz o *adbuster* Jack Napier.<sup>167</sup>

As ações anti-publicitárias contemporâneas remetem às propostas e às práticas dos situacionistas, grupo artístico-político que nas décadas de 1950 e 1960 se opôs, através da produção teórica, de atos políticos e produções artísticas, à “sociedade do espetáculo”<sup>168</sup>, “ao mundo da arte e sua cultura passiva de espectadores” e ao “*ethos* antiprazer da sociedade capitalista dominante”<sup>169</sup>.

A idéia de realizar intervenções no ambiente era cara aos situacionistas. Suas ações no meio urbano, como as práticas da “*deriva*” e do “*desvio*”, consistiam em perambulações ao acaso pela cidade e estimulavam as reinterpretações do espaço a partir da experiência vivida. “*Desvio*” é uma das traduções possíveis para a palavra *détournement* (que também pode significar alteração, pilhagem ou distorção), modo como os situacionistas nomeavam o ato de arrancar uma

---

<sup>166</sup> *Ibidem*, p. 308.

<sup>167</sup> *Ibidem*, p. 312.

<sup>168</sup> Termo cunhado por Guy Debord para caracterizar “a etapa do capitalismo em que a lógica da mercadorização teria colonizado todos os âmbitos da vida, reduzindo o homem ao papel de espectador, por meio da alienação em relação à produção e da abstração generalizada, que transformaria o campo social em imagens que a sociedade assistiria passivamente”, explica Mazzeti. Nesse contexto, a “vida das sociedade nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de *espetáculos*. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação”, postula Debord em sua primeira tese. DEBORD, 1997, p.13

<sup>169</sup> KLEIN, *op. cit.*, p. 310.

mensagem, imagem ou artefato de seu contexto para atribuir-lhes um significado novo, “subversivo”<sup>170</sup>.

As ações dos *jammers* na mídia urbana são muitas, variando desde a compra de espaços publicitários para difundir seus “anticomerciais”<sup>171</sup> até a alteração das imagens, legendas e logos dos *outdoor*, o que pode ser feito mediante o uso de um mero marcador ou de programas de editoração que fazem com que toda a propaganda pareça ter sido reimpressa com a nova mensagem. Nesse último caso, o impacto da imagem resulta do fato de que as alterações produzidas pelos *jammers* integram-se tão bem à publicidade que os *outdoors* alterados parecem os originais.

As intervenções urbanas, por sua vez, possuem um caráter mais artístico e lúdico comparativamente às práticas anti-publicitárias dos *adbusters*. O que não retira seu tom político, pois são, como vimos no tópico anterior, interseções entre a arte e a política. Tais intervenções abrangem uma variedade de obras e performances produzidas por grupos que Cabral chama de “coletivos da arte”, os quais são formados majoritariamente por artistas plásticos e pessoas envolvidas no circuito das artes

preocupados em produzir uma arte em conexão com as cidades e o público; em introduzir as artes plásticas na urbe, (...) tirando-as das galerias e dos circuitos fechados; em fazer, assim, uma arte crítica dos problemas citadinos e das sociedades contemporâneas. Essa crítica é permeada por uma consciência comum de males que afetam o mundo capitalista globalizado e das conseqüências nocivas desse modelo para as relações humanas e o meio ambiente.<sup>172</sup>

Neste caso, como demonstra Cabral, “a arte é usada como ferramenta de contestação política (mesmo que nem sempre os próprios artistas ponham as coisas nesses termos)” e a relação tensa entre arte e cultura do consumo é tematizada pelos coletivos em suas produções

---

<sup>170</sup> Cf. KLEIN, 2006; MAZETTI, 2006; CABRAL, 2007.

<sup>171</sup> KLEIN, *op. cit.*, p. 314

<sup>172</sup> CABRAL, *op. cit.*, p.100.

teóricas e práticas.<sup>173</sup> Ela prossegue indicando que práticas destes grupos ecoam algumas questões relativas ao fenômeno da *culture jamming*, mas possuem também diferenças marcantes em relação a ele, uma vez que o poder das grandes corporações não constitui sua temática central. Assim

enquanto os jammers se concentram em criticar a presença nociva das grandes corporações e de seus símbolos nas metrópoles do mundo globalizado, os artistas de coletivos brasileiros estão mais voltados para questões específicas das cidades em que atuam. Produzem, por exemplo, obras de arte que satirizam o papel dos governantes locais e sua falta de vontade política para resolver problemas que atingem diretamente a população.<sup>174</sup>

O conjunto das intervenções urbanas abrange ainda diversas ações, tais como: disseminar cartazes lambe-lambe com temáticas variadas pelos muros e tapumes das cidades, pintar de dourado as folhas de uma árvore, espalhar grama sobre o asfalto, plantar flores de papel-celofane em canteiros abandonados, colar interruptores em postes, alterar *outdoors*, realizar performances teatrais nas ruas e em prédios públicos, entre outras.

Um dado importante das ações dos coletivos é o fato de serem ilegais, semelhantemente às *jams*.

O *Reclaim the Streets* consiste na realização de reuniões espontâneas em ruas movimentadas, cruzamentos importantes e trechos de rodovias, numa mescla de festa de rua, encenações teatrais e militância fruto de “colisões culturais entre Djs, militantes anticorporações, artistas políticos ou Nova Era e ecologistas radicais”<sup>175</sup>. Os eventos, que vem resgatado espaços públicos das cidades desde 1995, teve sua primeira edição em Londres, de onde se disseminou para outras cidades do mundo, como Toronto, Berlim, Sydney e Praga, entre outras.

Cabral conta que

---

<sup>173</sup> *Ibidem*, p. 102.

<sup>174</sup> *Ibidem*, p. 102 e 103.

<sup>175</sup> KLEIN, *op. cit.*, p.340.

O nascimento do *Reclaim The Streets* está intimamente ligado à proibição das festas *raves*, ocorrida em 1994 na Inglaterra. A Lei de Justiça Criminal, daquele mesmo ano, tornou todas as *raves* ilegais e deu permissão à polícia para reprimir os festeiros. Para lutar contra a nova legislação, os *ravers* fizeram alianças com outros grupos que também lutavam contra o “poder urbano” e passaram a propor a realização de *global street parties*. A atitude do poder público na Grã-Bretanha, que pretendia conter dos *ravers* e *clubbers*, resultou ironicamente em uma politização dos eventos, que se transformaram em “protestivais” – protestos-carnavais – cujos temas passaram, progressivamente, a envolver questões ambientais e sociais.<sup>176</sup>

Klein explica que eventos levaram a outro nível a filosofia da *culture jamming* de resgatar o espaço público. “Em vez de encher o espaço que não foi ocupado pelo comércio com paródias de anúncios, os membros do *Reclaim The Streets* tentam enchê-lo com uma visão alternativa de como a sociedade pode ser na ausência de controle comercial.”<sup>177</sup>

### Capítulo 3: Tintas nos muros

- Se você tivesse que definir a palavra “grafite” pra colocar num dicionário, o que você me diria? O que é grafite?

- No meu fotolog, eu tenho sempre uma frase lá que é “Tintas nos muros”, com vários “s” para ter esse som de “ssssssssss”, que é tipo do spray, né, o spray faz “ssssssssssss”. Eu acho que, sei lá, poderia resumir, de repente, nessa frase: tintas nos muros. Se alguém quiser agregar valor artístico a isso, ótimo. Se alguém quiser agregar valores capitalistas a isso, ótimo. Mas basicamente, resumindo não dá nem pra ser uma palavra, né, se puder ser uma frase: tintas nos muros.<sup>178</sup>

A princípio pode parecer fácil definir o que é grafite. A maioria das pessoas que mora nas grandes cidades contemporâneas, cujas superfícies são totalmente “tatuadas”<sup>179</sup> pelos grafites, e até mesmo aquelas que vivem em cidades médias e pequenas – onde há pouco ou nenhum

---

<sup>176</sup> CABRAL, *op. cit.*, p. 81 e 82

<sup>177</sup> *Ibidem*, p. 341.

<sup>178</sup> Trecho da entrevista realizada com o grafiteiro carioca Preas.

<sup>179</sup> Metáfora utilizada pelo autor José Manuel Valenzuela Arce para aludir à proliferação deste tipo de inscrição na superfície das cidades contemporâneas. Cf. ARCE, 1999.

grafite-, mas que assistam à televisão, freqüentem salas de cinema ou folheiem revistas, são capazes de reconhecer e identificar esta linguagem visual quando a vêem colorindo um muro.

Entretanto, confusões acontecem com freqüência. Ao longo da minha pesquisa, quando explicava a algum amigo ou parente – especialmente aos mais velhos – de que se tratava o meu trabalho, muitas vezes precisava esclarecer que não estava estudando a pichação. Apesar das diferenças, estas duas linguagens urbanas são constantemente confundidas.

Mesmo entre os próprios grafiteiros os limites que demarcam o campo do grafite são tênues e bastante nebulosos. As contradições, ou melhor, a pluralidade de interpretações, diz respeito, sobretudo, à circunscrição ou não da prática a determinados circuitos – marginal, urbano, artístico ou comercial-, seus usos e fins. Por exemplo, enquanto a sociedade de forma geral- inclusive os contratantes do grafite, como demonstra Araújo<sup>180</sup> – diferenciam nitidamente pichação e grafite, a grande maioria dos grafiteiros tende a discordar dessa distinção. Falta consenso também quanto ao costume de rotular como grafite toda e qualquer linguagem gráfica e artística nele inspirada ou semelhante a ele. Para boa parte dos grafiteiros entrevistados, a prática de grafitar é indissociável do ambiente urbano, como demonstram os trechos de entrevistas transcritos abaixo:

- O grafite, ele é isso, é expressão do ser humano em escritas. (...) Necessariamente na rua. Seja no chão, na parede, no poste. É urbano, é uma escrita urbana. (Akuma)

- O grafite verdadeiro é a cultura na rua, sem nenhuma ideologia, nem mesmo a dele próprio, vamos dizer assim, né. Mas, de certa forma, esse universo de pintar na rua e de, entre aspas, não ter nem a própria ideologia, né, colocando dessa maneira, ele gera outras direções, né. Por exemplo: a pintura, né, uma pintura institucional como é a pintura de uma galeria, né, uma pintura não institucional como é pintar um quarto de um adolescente que tem condições de bancar financeiramente uma pintura no quarto dele e contrata, né, o grafiteiro, aquilo não é grafite, mesmo que o grafiteiro faça uma letra, o retrato ali de um personagem, de uma cena, enfim, até que tenha mensagem política, mas ele foi contratado pra pintar em determinado local

---

<sup>180</sup> Cf. ARAÚJO, 2003.

deixou de ser grafite. O grafite em si ele é efêmero, né, ninguém paga, ninguém cobra, ninguém direciona, né, se vai ser político, artístico, institucional e etc. e tal, né. (Preas - Nação Crew)

- O grafite, grafite mesmo ele está na rua. Acontece é que o grafiteiro é que está saindo do ambiente da rua, entendeu, porque o grafite ele sempre vai estar na rua. Agora, o artista grafiteiro é que está começando a ir pra faculdade, tá começando a estudar mais a arte, a expor com mais frequência, a ser mais requisitado comercialmente, entendeu. Mas, o grafite, ele nunca vai sair da rua, se sair da rua ele não é grafite (...) Uma pintura numa galeria feita com spray, com a linguagem do grafite, ela não é grafite, ela é uma pintura... vamos botar uma frase pra denominar: uma pintura inspirada na linguagem do grafite, mas grafite mesmo está na rua. Isso eu tenho bem claro. (...) Quem usa a linguagem do grafite, na minha opinião, deveria criar um novo termo para isso porque confunde muito, porque essa linguagem gráfica não necessariamente é o grafite, entendeu, porque se eu crio ela numa revista... Isso aqui foi criado por um grafiteiro (apontando uma ilustração na revista *Graffiti*), mas não necessariamente isso é um grafite, né. Então tem uma confusão aí nesses conceitos (Airá, o Crespo – Rimas e Tintas e Nação Crew).

- Na verdade, acaba que a linguagem do grafite foi quase se tornando uma coisa independente na medida que... questão de aplicação, assim, quando você tem isso numa roupa, quando você tem isso numa tela, quando você tem isso em algum suporte que não seja parede na rua eu acho que tem muito mais a ver com a linguagem do que com o grafite em si, sacou. (Bragga – Nação Crew)

- (...) esse lance do grafite, do grafite raiz mesmo (...). Muitos grafiteiros hoje em dia estão seguindo por outros caminhos, estão ficando muito artistas, entendeu, galerias, exposições, grafite comercial... é uma parada – não estou dizendo que é ruim – mas, na minha cabeça, eu gosto muito da outra parte do grafite real, entendeu, que é sair pra fazer na rua... eu cresci assim, vendo isso como grafite. E eu acho que na galeria já não é tão grafite. (Stile22)

Apesar de recorrente, esse pensamento não é consensual. Há grupos que não limitam a noção de grafite à prática de pintar na rua.

- Acho que [grafite] é a arte feita na rua, que utiliza a rua como mídia, meio, forma de comunicação direta com o público, acho que é isso. Tudo pra mim que tá na rua e que alguém teve um sentimento e foi lá e interagiu é grafite. (...)Tipo, cada vez mais, o grafite invadiu os meios de comunicação. (...) Não é porque você está ali que você vai deixar de pintar na rua, entendeu. Como a gente faz, a gente tá lá na Malhação [referindo-se ao trabalho cenográfico que o grupo fez para a novela da Rede Globo], mas tá na rua. Acho que é só, tipo, tem um muro, tem uma tela, sacou, uma tela, e tem a tela da televisão. Tudo isso é mídia, né, tudo isso é intervenção. Tu vai interferir ali, tu vai interferir na televisão, tu vai interferir num outdoor, sabe. (Toz – Flesh Beck Crew)

- O grafite é arte contemporânea e está aí em galerias, entendeu, acho que uma hora isso ia acontecer. É uma expressão artística como qualquer outra, só que é usado em superfícies diferentes, né, saiu das telas pra ir pras paredes, né, e aí voltou pras telas e pras paredes dos museus, de galerias de arte. Acho que isso é legal. (Om – TPM)

Não é que o ambiente urbano não tenha importância para os adeptos dessa última corrente, eles ainda pintam na rua. Apenas conceituam como sendo grafite o trabalho que fazem em telas, tecidos e outros suportes, pois, para eles “tudo é mídia”. Nesse sentido é que se fala em “exposição de grafite” ou “ganhar a vida com o grafite”, pois não há diferenciação entre o grafite urbano, propriamente dito (o “grafite verdadeiro”, “grafite raiz” ou a “essência do grafite”, que, para os primeiros citados, se restringe à rua), e a linguagem do grafite (a transposição da estética do primeiro para os mais diversos suportes, visando ou não a fins comerciais).

Essa percepção é ainda mais comum (se não dominante) fora do círculo de grafiteiros, para comprovar este fato basta prestar atenção ao modo como a mídia trata o grafite hoje. Algumas reportagens que recolhi em 2006 ilustram bem essa “confusão de conceitos” de que fala o grafiteiro Airá: o caderno Morar Bem, do jornal O Globo, anuncia que “o grafite surge como uma tendência da decoração”<sup>181</sup>; o Segundo Caderno do mesmo jornal noticia uma exposição da “arte do grafite”<sup>182</sup>; já a Veja Rio, em matéria de capa, informa seus leitores que “O grafite ganha *status* e migra das ruas para a moda, a decoração e as galerias”, uma vez que “grifes, arquitetos e galerias de arte se rendem ao boom do grafite”<sup>183</sup>; o Estado de São Paulo, por sua vez, esclarece: “Lugar de grafite é na rua? Nem sempre. Ele está na sala de aula, na galeria de arte, nos livros e até no selo lançado pelos Correios”<sup>184</sup>.

Além dos recortes de jornal, outras citações dos grafiteiros cariocas serão usadas aqui para ilustrar a diversidade não apenas dos pontos de vista, como também do próprio cenário do grafite urbano. Tamanha pluralidade se deve ao fato de ser este um fenômeno cultural contemporâneo, ainda em conformação e em constante mutação – como “uma panela que ainda

---

<sup>181</sup> Cf. Das ruas para a casa toda. *O Globo*, 03/09/2006.

<sup>182</sup> Cf. A rua no museu. *O Globo*, 09/07/2006.

<sup>183</sup> Cf. A arte que saiu do muro. *Veja Rio*, 10/05/2006.

<sup>184</sup> Cf. São Paulo ganha exposição no Dia Nacional do Grafite. *O Estado de São Paulo*, 27/03/2006. [www.estadao.com.br](http://www.estadao.com.br). Acesso em 30/03/2007.

está sendo mexida”, me disse o Preas -, sujeito aos mais diversos usos (e abusos), apropriações e interpretações, de acordo com o grupo que dele se utilize e do contexto de onde surja. É desse caráter aberto que decorre o fato de ser livre de normalizações. Não há um manual, nem uma lista de regras. “All you can really do is go out and do it.”<sup>185</sup>, ensina Paul 107.

Início este capítulo demonstrando que a diversidade de usos e feições do grafite urbano se faz presente em seu desenvolvimento histórico, pois ele é fruto do tempo e do lugar de onde emerge, bem como das circunstâncias que envolvem sua produção, sendo, por isso, marcado e caracterizado por estes fatores. Em seguida, evidencio que o grafite urbano contemporâneo também é moldado por motivações diversas, técnicas e estilos variados, variações que também são dados de sua pluralidade.

### 3.1 Grafite: algumas definições e momentos importantes

- Como eu definiria a palavra grafite? Ah...ah... eu diria liberdade de expressão. (Acme)

“The frescos represent the history of the elite; the graffiti represents the history of the common people.”<sup>186</sup>

Os trechos de reportagens e as falas de grafiteiros transcritos no início deste capítulo ajudam a evidenciar a dificuldade em elaborar um conceito fechado e restrito para o grafite urbano contemporâneo. Adoto esta expressão para aludir à especificidade de um fenômeno que a palavra grafite seria incapaz de precisar, tendo em vista que seu significado é demasiado amplo e abrangente, abarcando uma gama variada de inscrições urbanas.

A palavra grafite, que é um aportuguesamento de grafito, proveniente do italiano *graffito* (cujo plural é *graffiti*), designa, de modo genérico, qualquer espécie de inscrição livre feita em

---

<sup>185</sup> Tudo o que você pode realmente fazer e sair e fazê-lo. (minha tradução). Cf. PAUL 107, 2003.

<sup>186</sup> CAVAN, 1995, p. 4.



espaço público a partir da utilização dos mais diversos tipos de material, conforme explica Beltrão:

Os grafites são mensagens das culturas marginalizadas: inscrições, pinturas e desenhos, traçados por pessoas geralmente não identificadas, em veículos como paredes, árvores, muros, monumentos, banheiros públicos e outras superfícies, utilizando lápis, carvão, *spray*, estiletes ou objetos pontiagudos, com a finalidade de transmitir mensagens de caráter satírico, caricatural, pornográfico, poético, político ou publicitário, aos que transitam nos locais em que se encontram gravados<sup>187</sup>

É baseando-se nesse sentido genérico, que muitos autores e grande parte dos grafiteiros localizam a origem do grafite nas paredes de pedra das cavernas pré-históricas. As pinturas rupestres, entretanto, não podem ser equiparadas às inscrições que hoje se multiplicam pelas ruas das cidades, pois estas são frutos do seu tempo, do ambiente e da cultura urbanas. O grafite urbano contemporâneo surge nas metrópoles capitalistas das últimas décadas do século XX, dotado de aspectos que o caracterizam e particularizam frente as demais inscrições – atuais ou ancestrais - feitas em lugares públicos. A esse respeito, Knauss explica:

O grafite urbano contemporâneo inovou não apenas na forma e nos sentidos que propõe. Inovou, sobretudo, pelo recurso à lata de tinta – o *spray* -, afastando-se do rabisco e dos minerais e aproximando-se da pintura, mas sem o pincel. O *spray* possibilitou a criação leve e ágil no exercício da prática da pintura, de forma nunca antes experimentada. O *spray* fez a diferença.<sup>188</sup>

De fato, a prática humana de fazer inscrições – e não o grafite como entendido aqui - em paredes e lugares públicos remete às cavernas da pré-história. As pinturas rupestres são tidas pelos estudiosos do assunto como as primeiras grandes manifestações gráficas produzidas pelo homem.

---

<sup>187</sup> BELTRÃO *apud*. MACHADO, 2004

<sup>188</sup> KNAUSS, 2003, p. 26.

Ao longo da história, reencontramos, em diferentes civilizações, a mesma prática, seja na forma dos hieróglifos egípcios pintados nos túmulos dos faraós, nas inscrições anônimas grafadas em paredes e colunas de áreas públicas da cidade de Pompéia ou nos símbolos da Igreja deixados pelos primeiros cristãos nas catacumbas onde se reuniam às escondidas.<sup>189</sup>

É importante frisar, mais uma vez, a singularidade de cada uma dessas modalidades de manifestação gráfica, assim como de seus respectivos contextos históricos, diferenciando-as, portanto, definitivamente do grafite urbano contemporâneo, o qual se configura como um modo específico de inscrição nos espaços públicos urbanos cuja origem pode ser identificada no final da década 1960.

### **3.1.1 Anos 1960: grafite, protestos e transgressão**

Naqueles anos, conforme indica Knauss, surgiram diferentes tradições de inscrever a cidade com imagens “no mínimo irreverentes em relação à ordem social”<sup>190</sup>.

Nesse primeiro momento, as inscrições, que ainda não se distinguiam entre grafite e pichação, eram subversivas, transgressoras e marginais, aspectos ainda hoje atribuídos à pichação e à grafiteagem.

as pichações e os grafites seriam alternativas de comunicação popular que refletiriam, quer pela mensagem ou pelo meio, algumas das tensões políticas dessa sociedade, contrárias ao poder dominante, usadas para denunciar, contestar, mobilizar e/ ou esclarecer a população urbana sobre temáticas que não encontram espaços na grande mídia<sup>191</sup>

---

<sup>189</sup> Cf. LARA, 1996; GITAHY, 1999 e SPIGELMAN, 2006 .

<sup>190</sup> KNAUSS, 2001, p.334.

<sup>191</sup> MACHADO, 2004.

Entretanto, mais que reflexo de tensões políticas, o grafite é um meio de expressão do qual se valem seus executores. Serve para expressar visões de mundo, valores, gostos, sentimentos e crenças particulares ou grupais. Portanto, o certo é que “as pichações e os grafites dão visibilidade aos anseios de indivíduos ou grupos que se apropriam do meio urbano - muros, paredes, viadutos e monumentos - para veicular suas mensagens”<sup>192</sup>.

Quanto ao caráter subversivo deste tipo de comunicação, Pauli escreve: “o grafite sempre foi uma linguagem urbana que cobra legitimidade ao subverter uma ordem (cultural, social, lingüística ou moral), e por isso expõe o proibido, o obsceno, através de uma postura estética”<sup>193</sup>.

Transgressão, rebeldia, marginalidade e subversão são traços marcantes, portanto, mencionados não só na bibliografia sobre o assunto, como também em relatos de pichadores e grafiteiros:

- A arte... o grafite por si só ele é transgressor, né. Pelo estilo de desenho, pela atitude de você estar fazendo, né, no contexto em volta. E o grafiteiro, a bem dizer, ele é um rebelde, ele se interessa pelo grafite porque é uma coisa que ele pode, né, chegar na rua, colocar a marca dele. Tem a coisa do *spray* que é uma ferramenta, vamos dizer assim, radical, né, no sentido de você usar uma coisa diferente que seja bem expressiva, né, bem forte, né. É diferente, você tá ali com o pincel molhando na tinta e você vir com o *spray* e detonar, entendeu. Então o *spray* por si só já é uma ferramenta que ela é transgressora. (...) Mas, assim, contra ordem dominante com certeza é, porque é essa ordem dominante que nos discrimina e que nos subjuga, né, então é ela mesma que a gente vai de encontro com ironia e também, com objetividade assim, né, tipo, o grafite concilia essas duas formas de expressão. (Airá, o Crespo)

- Na verdade, o grafite na sua origem ele tem isso: a rebeldia. O sistema pode proibir. É lógico que a gente deu sorte, pô, todo mundo gosta. Mas tem gente que não gosta, várias vezes a gente já foi parado, varias vezes a gente é xingado. É normal, eu acho que se parar de existir isso, se todo mundo liberar talvez perca um pouco a força, sabe, do que é a parada. Acho que o grafite tem que vir com essa carga de rebeldia porque é a força da arte, é por isso que cativa as pessoas, por isso que as pessoas gostam. (Toz)

- Quando a gente fala de vandalismo, não é a gente sair quebrando as coisas, é o lance do grafite ilegal. A gente faz o grafite ilegal. Pô, é vandalismo tu chegar e fazer uma parada sem pedir, só que se a gente pedir já não se torna mais tão grafite, entendeu. Então, a gente faz o grafite

---

<sup>192</sup> *Ibidem*.

<sup>193</sup> PAULI, *op. cit.*

ilegal, que a gente corre aquele risco, faz a parada do jeito que a gente quer e volta pra casa feliz, entendeu, e pinta onde a gente quer. (Stile22)

Voltando aos fins da década de 1960, veremos que marginalidade e subversão são aspectos que acompanham o grafite contemporâneo desde suas origens. Boa parte das expressões gráficas que ganharam os muros naquele momento e nos anos subseqüentes eram marcadas pela transgressão, pela rebeldia e pelo questionamento aos valores da ordem dominante.

Em 1967, em Brighton, na Inglaterra, a criação de um mural de caráter hedonista, utópico, com motivos florais e cores vibrantes resultou na detenção de seu executor. Com a repercussão deste fato, iniciativas semelhantes começaram surgir no Reino Unido, dando origem ao movimento de pintura mural comunitária, que passou a ser utilizada como instrumento de organização e fortalecimento das comunidades<sup>194</sup>. Knauss relata que, nessa mesma época, nos Estados Unidos, a pintura mural, no bojo dos movimentos de defesa dos direitos civis, ganhou um sentido politicamente orientado. Murais comunitários, como as *Wall of Respect*, *Wall of Truth*, *Wall of Pride* (Chicago), a *Wall of Dignity* (Detroit), os Murais Chicanos<sup>195</sup> de Minnesota, além de outros pintados nas cidades de St. Louis, Boston e Filadélfia “tornaram-se ícones do movimento social americano inscritos no espaço da sociedade urbana”<sup>196</sup>.

Enquanto isso, em Paris, as ruas também se tornavam palco de protestos juvenis nela materializados por meio de manifestações artísticas e expressões gráficas. Durante as revoltas estudantis de maio 68, foram formados Ateliês de Arte Popular que disponibilizaram, nas ruas, técnicas de pintura, viabilizando a criação de cartazes com propostas de mudanças sociais. Em

---

<sup>194</sup> KNAUSS, 2001, p.334.

<sup>195</sup> Arce conta que os murais chicanos se desenvolveram em cidades da fronteira entre México e Estados Unidos e também em outras áreas não fronteiriças. Segundo ele, a experiência do muralismo chicano, que “recuperou símbolos fundamentais da definição simbólica do mexicano e erigiu-os em elementos de identificação cultural e resistência sociopolítica”, foi exaltada e incorporada nos bairros chicanos onde se desenvolveu este movimento. Os murais, que eram realizados coletivamente pelos membros de tais bairros, desempenham importante papel como símbolo representativo do conjunto de moradores do bairro. Cf. ARCE, 1999, p. 123 e 124.

<sup>196</sup> KNAUSS, op. cit., p.334.

poucos dias, as imagens e mensagens dos cartazes cobriram a cidade. Knauss conta que “passada a onda dos cartazes, o desejo de inscrição na cidade perdurou com a utilização da pintura de frases sem tratamento de suporte ou qualquer solução formal especial”<sup>197</sup>. Foi então que o *spray* se revelou um meio eficiente de propagar as palavras de ordem gritadas nas ruas: “a insolência é a nova arma revolucionária”, “sejamos realistas: peçamos o impossível”, “esqueçam todo o aprendido e comecem a sonhar”<sup>198</sup> ou ainda a célebre “é proibido proibir”<sup>199</sup>.

Com a internacionalização do movimento, generalizou-se também a prática de escrever nos muros urbanos frases políticas com caráter de protesto e reivindicação.

O sentimento anti-imperialista, a guerra fria e o desconforto dos jovens estudantes diante das guerras coloniais internacionalizaram rapidamente o movimento. A contra-cultura era uma maneira de se revoltar contra a ordem vigente; a anarquia e a revolta pacífica eram pregadas pelo movimentos dos estudantes contra o “sistema”; as armas eram as idéias, as atitudes, o grafite e as flores.<sup>200</sup>

Mesmo que seja difícil avaliar o grau de influência de tais grafismos na história do grafite contemporâneo – conforme pondera Knauss-, entendo que as criações urbanas da década de 1960 podem ser vistas como antecedentes do fenômeno que estamos estudando aqui, não só por suas características gráficas, como também pelo caráter contemporâneo e contestatório que apresentavam, assim como por sua inserção no meio urbano como modo de expressão não institucional. Além disso, concordo com Knauss quando ele conclui que “certamente, seu caráter inusitado e não autoral as aproxima do grafite contemporâneo”<sup>201</sup>.

---

<sup>197</sup> *Ibidem*, p. 335.

<sup>198</sup> PAULI, 2004.

<sup>199</sup> KNAUSS, *op. cit.*, p. 335.

<sup>200</sup> LARA, *op. cit.*, p. 51.

<sup>201</sup> KNAUSS, *op. cit.*, p.335.

### 3.1.2 Anos 1970, 1980 e 1990: o grafite dos guetos, o *hip hop* e a internacionalização

O momento decisivo na história do grafite contemporâneo teve lugar nos guetos de Nova Iorque, nos primeiros anos da década de 1970, quando jovens começaram a espalhar suas assinaturas, ou *tags*, inicialmente pelos muros da cidade e, depois, por vagões de trem e metrô.

Knauss explica que

A *tag* constitui a base de todo o desenvolvimento formal que evoluiu das soluções alfanuméricas iniciais para soluções logotípicas das letras emboladas, quase criptogramas, por vezes adornadas com detalhes figurativos complementares ou pela tridimensionalidade. A arte dos *tags* permite portanto a variação de estilos.<sup>202</sup>

Uma das primeiras e a mais memorável inscrição foi a de TAKI 183, jovem de origem grega que conseguiu espalhar por toda cidade seu codinome seguido do número de sua casa. Outras inscrições se seguiram como Frank 207, Chew 127, Junior 161, Iron Mike, Lady Pink, Bama, entre muitas outras. Depois de 1973, à inscrição individual, acrescentaram-se referências aos grupos que começavam a se formar, como 3YB (*Three Yard Boys*), RW (*Raw Writers*), TK (*The Kool Artists*), TB (*The Burners*), TSF (*The Spanish Five*), DAT (*Destroy All Trains*), *Hispanic American*, *African American*.<sup>203</sup>

De acordo com Lara, as *tags*, geralmente eram feitas por jovens de origem negra ou hispânica pertencentes a gangues, que utilizavam essas inscrições para demarcar seu território. Ainda segundo este autor, as letras distorcidas e desenhos feitos à mão livre estavam associados às atitudes e aos costumes de suas respectivas gangues.

---

<sup>202</sup> *Ibidem*.

<sup>203</sup> Cf. KNAUSS, 2001, ARCE, 1999.

Assim, o grafite urbano de Nova Iorque ficou relacionado com bairros e jovens de camadas sociais menos privilegiadas<sup>204</sup>, que passaram a utilizar essa linguagem para construir e marcar sua identidade social (de jovens pobres, moradores de periferia e, em muitos casos, hispano ou afro-descendentes) e a dos grupos ou gangues aos quais pertenciam.

Em 1973 os *taggers* inovam ao grafitar inteiramente um vagão de metrô. Knauss relata que, a partir de então, a parte exterior dos trens começou a ser o foco mais valorizado para ação dos grafiteiros mais hábeis.

Dennant explica que, em relação aos muros e às paredes de edifícios, os vagões do metrô possuem grandes vantagens: alta visibilidade, uma enorme audiência potencial e a possibilidade de conexão com outros grafiteiros da cidade. Assim, o “*subway graffiti*” tornou-se um meio bastante eficaz de os grafiteiros exibirem seus trabalhos para o público e especialmente para seus pares.<sup>205</sup>

A particularidade do novo suporte acarretou inovações: o desafio de cobrir as grandes superfícies dos vagões exigiu que as *tags* fossem combinadas com outros elementos, como composições figurativas e verbais. Além disso, a imagem tornou-se móvel e podia espalhar-se ao longo da continuidade do comboio, exigindo manchas grandes e soluções que aproximaram o grafite dos quadrinhos e do desenho animado, fato que trouxe estas referências para o grafite, aproximando-o da indústria cultural.<sup>206</sup>

A partir de 1972, a imprensa nova-iorquina passou a relacionar os grafites a atitudes de vandalismo, sujeira urbana e predação do patrimônio público, iniciando uma série de denúncias à ação grafiteira. Assim, converteu-se o grafite em uma questão política da cidade e o restante da

---

<sup>204</sup> KNAUSS, 2003, p.23-29.

<sup>205</sup> DENNANT, 1997, p.4.

<sup>206</sup> KNAUSS, 2001, p. 335 e 336.

década foi marcado por uma guerra, por parte da prefeitura, da imprensa e da sociedade, contra o grafite. Os anos seguintes testemunharam inúmeros programas de combate ao grafite e ações de limpeza da cidade, das estações e dos trens do metrô, e muitos bilhões de dólares foram gastos nas tentativas – que, por fim, revelaram-se infrutíferas – de banir a prática do grafite e suas marcas da superfície urbana.<sup>207</sup> Em 1995 – mais de duas décadas depois de iniciada a guerra contra o grafite –, Cavan constata “há mais grafites agora do que antes de o grafite ter sido declarado um problema social e a guerra visualizada como solução”<sup>208</sup>.

Toda essa repressão ao grafite teve contrapartidas.

Na rua, houve a renovação do movimento. Por um lado, surgiram os *Spraycan Memorials*, murais feitos sob encomenda e cuja novidade estava tanto no apelo visual figurativo das composições como na força de denúncia das condições de vida dos grupos sociais desclassificados socialmente, exibindo, ora violência urbana, ora violência do estado<sup>209</sup>. Por outro, aconteceu a organização dos *taggers*, cujas crenças e práticas, conforme relata Cavan, tomaram forma e substância a partir de seus conflitos com as autoridades<sup>210</sup>. Desse modo, uma prática que fora até então motivada por impulso, tornou-se organizada, surgiram regras e um sistema de valores que passaram, então, a pautar os comportamentos e a fornecer as bases para julgamento, reconhecimento e recompensa dos trabalhos e ações dos grafiteiros e pichadores. Diferenciou-se e hierarquizou-se, assim, a atuação dos muralistas – grafiteiros – e *taggers* – pichadores.<sup>211</sup>

---

<sup>207</sup> Cf. CAVAN 1995, DENNANT, 1997, KNAUSS, 2001..

<sup>208</sup> Minha tradução para “there is more graffiti now than before graffiti was declared a social problem and war envisioned as the solution”. CAVAN, 1997, p.

<sup>209</sup> KNAUSS, 2001, p. 337.

<sup>210</sup> CAVAN, op. cit., p.2.

<sup>211</sup> *Ibidem*.



Paralelamente à criminalização do grafite urbano e à guerra contra ele, ocorreu sua progressiva institucionalização como arte, que ao sair das ruas para galerias e museus, abrigou-se da perseguição e conquistou um novo *status*, passando a ser socialmente aceito e, até mesmo, admirado. Um dos pilares dessa institucionalização foi a organização dos grupos de grafiteiros, como a UGA (*United Graffiti Artists*), criada em 1972, e a NOGA (*Nation of Graffiti Artists*). Os grafiteiros, assim associados, foram alçados ao patamar de artistas, profissionalizaram-se, passaram a expor em mostras, exposições coletivas e individuais, galerias e museus e a cobrar por suas obras. Nas décadas seguintes, a arte de rua ganhou espaço nos museus e galerias dos Estados Unidos, da Europa e foi tema de mostras também no Brasil.

Dois grafiteiros do metrô nova-iorquino – ambos amigos de Andy Warhol - tiveram importante papel na institucionalização do grafite como arte: Keith Haring e Jean-Michel Basquiat. O percurso de Haring (1958-1990), que chegou a Nova Iorque no fim da década de 1970, vai das paredes do metrô para os quadrinhos e para as telas. Ele tornou-se um artista reconhecido nos anos 1980 e, além de expor seu trabalho em museus e galerias mundo afora, tendo participado das bienais de Paris, em 1985, e de São Paulo em 1983, expandiu-o para um público mais amplo transpondo seu grafite para itens comercializáveis - camisetas, pôsteres, *buttons*, capa de disco – e para anúncios publicitários.

Basquiat (1960-1986), filho de imigrantes latinos nascido no Brooklyn, começa sua carreira nas ruas e no metrô de Nova Iorque, mas deixa de ser o grafiteiro SAMO ao transformar suas obra pelo diálogo com a produção artística contemporânea, principalmente a partir de sua relação com Warhol. Ele foi um dos primeiros a grafitar em telas e, em sua curta carreira interrompida pela morte prematura aos 26 anos, obteve fama e reconhecimento internacional, sendo apontado por Araújo como o grafiteiro mais importante de sua geração por haver transformado a

intervenção urbana, até então ligada ao vandalismo, elevando-a ao nível de arte consagrada pelo grande circuito<sup>212</sup>.

Ainda nos anos 1970, as periferias nova-iorquinas testemunharam um outro acontecimento de suma importância para a constituição e para a expansão do grafite urbano contemporâneo tal como o conhecemos hoje. Trata-se do surgimento do hip-hop, movimento musical que incorporou o grafite como um dos seus cinco elementos (MC, DJ, *breakdance*, grafite), dando origem a um novo momento na história do grafite, que se renova, fortalece e universaliza a partir de sua ligação a este movimento.

Scandiucci caracteriza o hip-hop como uma prática social promovida pelos jovens pobres, principalmente negros, e que traz à tona, entre outras coisas, os preconceitos racial e social, a pobreza e a violência presentes no cotidiano das comunidades onde vivem. Dessa forma, escreve ele, “o hip-hop, como movimento social, está intimamente ligado à valorização do negro e ao combate à exclusão sofrida por essa parcela da população” e também a causas mais abrangentes como “a luta pela cidadania, pela consciência e pela participação política daqueles que têm pouco acesso à informação”<sup>213</sup>.

Como expressão gráfica deste movimento, o grafite não só incorpora sua temática, politizando-se, como desenvolve uma nova estética, com novas cores e formas, com a valorização do desenho figurativo, imagens facilmente absorvidas e promovidas pela indústria cultural, o que contribui para a difusão mundial a partir das décadas de 1980 e 1990.

### **3.1.3 Tintas nos muros brasileiros**

---

<sup>212</sup> ARAÚJO, *op. cit.*, p.7.

<sup>213</sup> SCANDIUCCI, 2006, p. 71-73.

A exemplo do que acontecia na Europa e nos Estados Unidos, inscrições urbanas, como forma de protesto, se tornaram comuns no Brasil, ainda na década de 60, sendo utilizadas, aqui, por grupos políticos que eram contra a ditadura. Naqueles anos, a frase “Abaixo a ditadura” começou a aparecer nos muros brasileiros. Nesse primeiro momento, as inscrições eram essencialmente de caráter político, mas outras de cunho mais poético também podiam ser vistas. Naquela época, grafite e pichação ainda eram sinônimos e os chamados pichadores eram tidos como subversivos, conforme relata Knauss.

Algun tempo depois, no período do fim dos anos 1970 e início da década de 1980, a campanha da abertura política testemunhou a utilização do *spray* como arma na luta pela redemocratização do país. As inscrições multiplicaram-se, sobretudo aquelas de caráter político que refletiam o momento em que se anunciava o fim da ditadura militar. Nos muros, liam-se palavras de ordem e frases como “fora militares”, “anistia ampla, geral e irrestrita” ou “diretas já!”, por exemplo.<sup>214</sup> Em decorrência disso, associou-se a utilização do jato de tinta a motivações políticas, uma generalização que não correspondia à realidade, pois a prática se difundiu, prestando-se para diferentes fins.

A respeito da diversidade de expressões encontradas nos muros das cidades brasileira naqueles anos, Knauss relata que em 1978, e a partir de então, a imprensa passou a noticiar as inscrições inéditas que apareciam na Zona Sul do Rio de Janeiro: *Lerfa-mú; Wackapaon; Celacanto provoca maremoto; Um dia feliz; A lua vai cair; A estrela sobe*<sup>215</sup>. Nos anos subseqüentes, a elas se juntaram codinomes - Sapo, Rato, Purple, Tildré, Creca, Esmeric, 18 Tijuca – cuja difusão apontava para a afirmação e disseminação da prática.<sup>216</sup> O autor explica que

<sup>214</sup> Cf. KNAUSS, 2003, p. 27.

<sup>215</sup> Cf. KNAUSS, 2001, p.340.

<sup>216</sup> *Ibidem*.

as frases-idéia que proliferaram no muros brasileiros desempenhavam a mesma função da assinatura do grafiteiro nova-iorquino, sendo repetida infinitamente. Aos poucos elas foram desaparecendo e dando lugar a *tags* inspiradas no modelo estadunidense: assinaturas de letras emboladas quase ilegíveis e com forte caráter de logotipo.<sup>217</sup>

Ainda sobre a variedade das inscrições, Knauss cita dois casos que ganharam repercussão pública a partir de seus registros na imprensa. No Rio de Janeiro, os trabalhos de poesia em giz ilustrada de Gilson de Abreu Marinho nos tapumes de obras foram noticiados desde 1976 e mereceram elogios de escritores como Carlos Drummond de Andrade e Ana Maria Machado, que perceberam a originalidade da criação poética. Em São Paulo, foi uma inscrição de cunho comercial feita por um criador de cães – *Cão fila km 26* – que se difundiu e chamou a atenção. Ainda segundo o historiador, no Rio de Janeiro as inscrições urbanas foram amplamente utilizadas como recurso publicitário nos anos 1980, sobretudo pelos produtores de peças teatrais e da indústria fonográfica.

Entretanto, apesar da diversidade de sentidos e apresentações gráficas das manifestações urbanas, elas foram homogeneizadas e generalizadas sob o rótulo da pichação, confusão que limitou a autonomização dos grafites filiados aos *tags* nova-iorquinos e, assim como aconteceu nos Estados Unidos, colocou as inscrições urbanas na mira das autoridades municipais. Nesse contexto, até mesmo a técnica pictórica do *spray* foi tomada por outros tipos de manifestação que também eram feitas a partir do jato de tinta. Desse modo, tanto no Rio de Janeiro como em São Paulo, o grafite foi associado à sujeira urbana, prejuízo ao patrimônio público e seus produtores à condição de vândalos, tornando-se alvo de gastos e ações de combate e repressão policial. Foram

---

<sup>217</sup> Cf. KNAUSS, 2001 e KNAUSS, 2003.

criadas leis visando a limitar a venda das latas de tinta *spray* e a enquadrar os autores da pichação e do grafite urbano no código penal.<sup>218</sup>

A partir da segunda metade da década de 1980 e no decorrer da seguinte, a pichação passou a ser combatida com ações menos repressivas e mais educativas. Foram desenvolvidos programas e eventos cuja proposta era educar os pichadores através da arte, objetivando também a cobrir os muros pichados com pinturas figurativas. Aulas de arte e oficinas de grafite ministradas por grafiteiros ex-pichadores e mutirões de pintura coletiva nos muros antes pichados foram iniciativas bastante comuns promovidas por secretarias municipais, escolas públicas, ongs e associações de moradores para transformar pichadores em artistas<sup>219</sup>, “rabiscos em obra de arte”<sup>220</sup> e “livrar os muros da sujeira”<sup>221</sup>. No Rio de Janeiro, aconteceram os projetos “Murais Urbanos”, “Grafite, não piche”, entre outras iniciativas semelhantes.

Paralelamente a isso, desenvolvia-se, com especial vitalidade na cidade de São Paulo, uma outra vertente do grafite. Trata-se do grafite como arte urbana. Aqui, ele se distancia da pichação, do estigma da impureza e do vandalismo e passa a ser percebido como manifestação artística. Entre os inúmeros artistas/grafiteiros importantes para o desenvolvimento dessa corrente ainda nas décadas de 1970 e 1980 podemos citar: Alex Vallauri, Carlos Matuck, Waldemar Zaidler - os primeiros a serem reconhecidos como artistas do grafite, sendo convidados a expor seus trabalhos em bienais e galerias de arte - , Rui Amaral, Jaime Prades e José Carratu - integrantes do grupo performático TupiNãoDá –, além de Maurício Villaça.

---

<sup>218</sup> Cf. KNAUSS, 2001, p.342-345.

<sup>219</sup> Cf. Arte-urbana: ex-pichadores pintam muros do Flamengo. *O Globo*, 29/01/1999; Pincéis vencem os sprays na região. *O Globo*, 04/02/1999; Aula de educação através da arte. *O Globo*, 18/03/1999; Salvador transforma pichadores em grafiteiros-servidores. *Folha de S. Paulo*, 30/10/2005.

<sup>220</sup> Cf. Prefeitura dá aula para pichador. *O Estado de S. Paulo*, 21/06/1991.

<sup>221</sup> Cf. Unidos, ex-pichadores vão livrar os muros da sujeira. *O Globo*, 28/09/1986.

Nos anos 1970 e ao longo da década seguinte, enquanto inscrições alfanuméricas proliferavam pelas cidades brasileiras, Vallauri, apontado por Gitahy como o principal precursor do grafite no Brasil, começou a espalhar suas imagens pelos muros de São Paulo. As pinturas obtidas a partir da utilização de *spray* e moldes de papelão vazados eram repetidas inúmeras vezes, alcançando um alto poder de comunicação. Gitahy conta que as primeiras pinturas eram mais simples, mas foram sendo aprimoradas: primeiro uma bota feminina saturou os muros, a ela foram, progressivamente, adicionados uma luva preta, óculos escuros, um biquíni de bolinhas até, finalmente, formar a imagem de uma mulher. Algum tempo depois, dividindo espaço com Vallauri, os trabalhos de Matuck e Zaidler também começaram a colorir os muros paulistanos.

Tamanha foi a importância de Vallauri para o grafite brasileiro que sua morte deu origem ao Dia Nacional do *Graffiti*. Ele morreu em 26 de março de 1987, no dia seguinte seus amigos lhe prestaram uma homenagem grafitando o Túnel da Avenida Paulista. Foi assim que a data – 27 de março – ficou consagrada e todos os anos o mesmo ritual se repete fazendo surgir novos grafites por toda cidade.

Maurício Villaça ficou conhecido por seus imensos murais e pela preocupação em registrar nos muros sua visão dos acontecimentos do país. As pinturas de Villaça, além de refletir a realidade nacional, também traziam para as ruas elementos da indústria cultural, como personagens das histórias em quadrinhos.

O grupo Tupinãodá não restringiu sua atuação ao *spray*, variou do muralismo ao gestualismo pictórico, à performance urbana e à elaboração de instalações pela cidade. Knauss conta que para eles o grafite era tido como uma forma de valorizar espaços degradados ou desprestigiados no ambiente urbano. Dentre seus trabalhos pictóricos destaco os apresentados na Pinacoteca do Estado e num evento preparatório para a 21ª. Bienal de São Paulo, pela projeção

que obtiveram, e o grafite animação feito para ser visto dos carros em movimento, pintado no Túnel Rebouças, na entrada da Avenida Paulista, pelo caráter inovador.<sup>222</sup>

Knauss conta que a consagração dos artistas/grafiteiros no circuito da arte, com a multiplicação de exposições da arte do grafite e de galerias que abriram suas portas para essa linguagem, aconteceu concomitantemente a iniciativas que ocorreram por todo país com o intuito de relacionar pintura urbana com requalificação dos espaços da cidade, movimento que segundo ele, teve como tendências a mobilização comunitária e a valorização pública da arte.<sup>223</sup>

Assim, associado a projetos educativos, a manifestações artísticas e ao embelezamento do ambiente urbano, o grafite pictórico, no decorrer das três últimas décadas do século XX, foi progressivamente diferenciando-se da pichação e conquistando a simpatia da imprensa e da sociedade. A perseguição aos grafiteiros diminuiu a ponto de quase desaparecer, a repressão deu lugar à admiração e à valorização comercial da estética do grafite. Enquanto isso, a expressão logotípica característica das pichações ficava cada vez mais circunscrita à marginalidade, permanecendo associada aos atos de vandalismo e à sensação de sujeira urbana. Knauss relata que

Pichação e grafite ficavam assim termos contrapostos e circunscritos. Ao mesmo tempo, criações de maior proporção, mesmo sem tratamento do suporte, foram aproximadas da pintura mural. Desse modo, grafite e mural foram noções que foram associadas às inscrições caracterizadas pela solução figurativa e colorida na cidade, esquecendo que a evolução formal da tipologia originária de Nova York apontava para as soluções de características similares. Essas características deram um sentido decorativo à inscrição urbana, a qual se atribuía o sentido de requalificar o espaço da cidade.<sup>224</sup>

---

<sup>222</sup> KNAUSS, 2001, p.346.

<sup>223</sup> Cf. KNAUSS, op. cit., p. 347.

<sup>224</sup> *Ibidem*, p.348.

Ainda a respeito da diferenciação que se criou entre grafite e pichação, vale a pena registrar o depoimento do grafiteiro paulista Tinho:

Aos poucos, conforme fazíamos boas produções, fomos conquistando espaço e a opinião pública, que passou a nos apoiar. Para eles, éramos o oposto dos “pixadores”. Estes destruíam, nós fazíamos arte.

Isso criou uma certa distância entre o *graffiti* e a “pichação”. Para a opinião pública, o *graffiti* era colorido e causava boa impressão, já os “pixos” era vandalismo puro.

Assim, “pixadores” e grafiteiros, que antes eram uma coisa só, passaram a ser dois grupos distintos. O movimento *graffiti* cresceu, principalmente com a transformação de vários “pixadores” que pararam para fazer *graffiti*.<sup>225</sup>

A chegada do *hip hop*, em fins dos anos 1980, renova e consagra definitivamente a grafiteagem no Brasil, dando origem ao estilo de grafite característico do movimento, além de fortalecer e propagar a prática de grafitar os espaços públicos da cidade.

A forma de grafiteagem que se popularizou a partir daquele momento estava fortemente atrelada às ideologias do hip-hop, sendo marcada, portanto, pelas propostas de denúncia e intervenção social trazidas por este movimento. Do ponto de vista gráfico, o grafite *hip hop* caracteriza-se pela presença de letras coloridas, marca do grafite estadunidense, além de desenhos elaborados que ilustram o universo *hip hop*: figuras humanas dançando, pensando, cantando etc. sempre em trajes específicos<sup>226</sup>, como ilustram as fotografias abaixo.

---

<sup>225</sup> TINHO. Artistas da geração Hip Hop: diferentes estilos e linguagens. In: *O graffiti na cidade de São Paulo e suas vertentes no Brasil*, 2006, p. 80-89.

<sup>226</sup> GITAHY, 1999, p. 47.





Fig.01: A cultura hip hop representada no Muro do Jôquei Clube.



Fig.02: Grafite feito pelos grafiteiros Ment, Stile22 (Nação Crew), SWK e Duim (Santa Crew) em SantaTeresa, em 2005.



Fig.03: Produção do grupo Rimas e Tintas (Acme, O Crespo, Machintal e Cove).



Fig. 04: Trabalho assinado pelo grafiteiro Airá (Rimas e Tintas).

Esse colorido de imagens vivas – muitas vezes de dor e protesto – dá uma outra roupagem à alma periférica. Não se trata de um colorido simplesmente “bonito”, infantil. Ao contrário, em geral tem caráter denunciativo e contestador da realidade daquele lugar. Portanto, sem deixar de transmitir a dificuldade da pobreza, do preconceito e da violência, essa invasão do *graffiti* anima a periferia. De um estado depressivo, por assim dizer, tal ambiente urbano passa a reagir diante de sua própria situação psíquica e social.<sup>227</sup>

Esse estilo começou a ser utilizado em larga escala em São Paulo em meados dos anos 1980 por uma geração de grafiteiros influenciada pelo movimento *hip hop*: os Gêmeos Gustavo e Otávio, Binho, Tinho, Speto e Vitché, entre outros.

<sup>227</sup> SCANDIUCCI, *op. cit.*, p.73.

A respeito da produção de grafite no Rio de Janeiro nos anos 1990, Knauss conta que

Houve uma associação da criação artística com seu sentido social. Percebendo o seu poder de mobilização, o movimento do grafite buscou afirmar-se com sentido social, procurando promover a valorização dos jovens em geral e chamando a atenção para as desigualdades sociais e para como estas se traduzem nos espaços urbanos<sup>228</sup>.

Chegamos aqui a um momento crucial para a compreensão do grafite contemporâneo, quando ele, no embalo da cultura hip-hop, se dissemina pelo mundo como expressão gráfica das ideologias deste movimento juvenil das periferias. Nessa etapa de sua evolução, à exceção do caráter marginal e denunciador, o grafite já não parece mais guardar grandes semelhanças com a prática consagrada pelas revoltas estudantis dos anos 60. Agora, não são mais palavras de ordem ou frases de protesto que marcam os muros das cidades, mas pinturas coloridas e bem elaboradas esteticamente, que pode ou não vir acompanhadas por mensagens escritas. As denúncias sociais podem aparecer na forma de imagens que retratam a pobreza e a miséria em que vivem as populações marginalizadas, em caricaturas que satirizam personalidades do cenário político ou em frases.

---

<sup>228</sup> KNAUSS, 2003, p.29.





Fig.05: Intervenção do grafiteiro Ment (Nação Crew) no Hip Hop Voador edição 1, dia 07/09/2004.

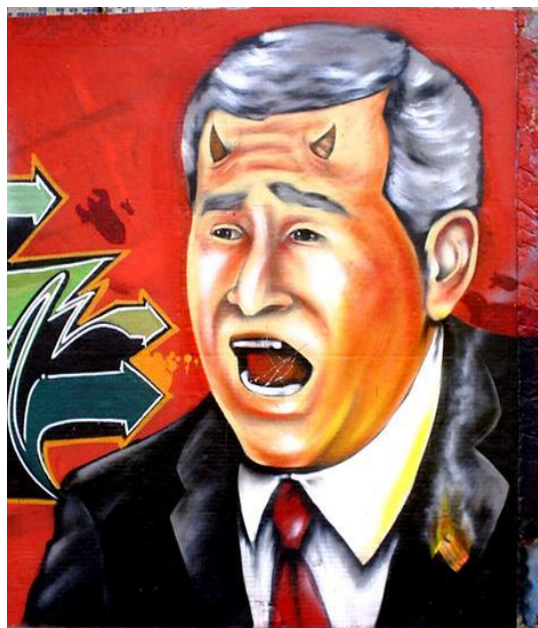


Fig.06 Bush com chifres. Grafite feito pelo Ment perto da Rodoviária Novo Rio.



Fig. 07: Bandido com asas. Personagem recorrente nos grafites do Acme, representa as crianças do tráfico e os pichadores mortos



Fig. 08: Aposentado. Grafite do Akuma, em Niterói.



Fig. 09: Batalha de Mc com político. Intervenção dos grafiteiros Airá e Acme, do grupo Rimas e Tintas.

Entretanto, conforme o grafite *hip hop* evolui e acolhe novos escritores, populariza-se e afasta-se das propostas e dos ideais do movimento. Além disso, a vertente filiada à arte continuou a crescer e a agregar adeptos. Assim, multiplicam-se as temáticas abordadas pelas pinturas, a estética se diversifica e novos elementos são incorporados (da indústria cultural, da cultura urbana, da arte e do imaginário popular, por exemplo). Assim sendo, as produções de cunho social – marca do movimento *hip hop* – não são o único foco das intervenções de grande parte dos grafiteiros, que podem adotar tom mais lúdico, psicodélico, humorístico, artístico ou simplesmente de promoção pessoal. De modo que o grafite urbano contemporâneo pode ser protesto, arte, instrumento de comunicação, expressão, auto-promoção ou de demarcação de territórios. Essa diversidade de propósitos e motivações será retomada e discutida mais adiante, no subtópico “Aspectos gerais: motivações, técnicas e estilos”.

Outro aspecto marcante do grafite contemporâneo é sua conexão com práticas e culturas urbanas jovens, como o *skate* e o basquete de rua. Mais um dado que evidencia que o grafite, originariamente associado aos jovens de periferia, hoje rompe fronteiras físicas e sociais e conquista adeptos e admiradores em todas as classes e regiões.

### **3.2 O grafite urbano contemporâneo**

Tenho tentado mostrar que o grafite urbano contemporâneo – incluo aqui o carioca - não é uma cultura monolítica, ao contrário, é marcada pela complexidade e pela variedade de estilos, tendências, motivações e suportes adotados. Essa diversidade deve-se, entre outros fatores, à sua abrangência mundial, à multiplicidade de estilos e técnicas existentes, à variedade dos usos ao qual a estética se presta, às particularidades de cada geração de grafiteiros, bem como à atuação

singular de cada grupo ou artista, que procuram sempre desenvolver estilos próprios que os identifiquem.

Tendo já discorrido acerca das diferentes vertentes de grafite que surgiram ao longo de sua existência, apresentarei, aqui nesta seção, as diversidades existentes quanto às motivações dos artistas, aos estilos e às técnicas empregadas. Encerrarei este tópico, retomando e aprofundando as diferenças entre grafite e pichação.

### **3.2.1 Aspectos gerais: motivações, técnicas e estilos**

A linguagem do grafite pode se prestar a diferentes propósitos. Como qualquer artista, o grafiteiro deseja atingir algum objetivo a partir dos seus trabalhos, seja passar uma mensagem, chocar os observadores, denunciar fatos, satirizar uma situação, expressar sua visão de mundo, obter fama e reconhecimento etc. Assim, acredito que a pluralidade de temáticas abordadas nas pinturas decorre tanto das inclinações pessoais dos escritores como do objetivo específico da cada intervenção. Desse modo, a respeito das finalidades, é possível identificar dentro do movimento do grafite contemporâneo algumas vertentes mais comuns: o engajamento político e social, a demarcação territorial, a experimentação artística ou estética, a expressão de um ponto de vista ou sentimento de seu executor, a preocupação em transmitir mensagens e em interferir no meio urbano .

Tentando explicar o que motiva os grafiteiros a deixar suas marcas pela cidade, Dennant cita o sociólogo e etnógrafo Devon. D. Brewer<sup>229</sup>, segundo o qual há quatro interesses predominantes nas ações de grafite: fama, expressão artística, poder e rebeldia.<sup>230</sup>

---

<sup>229</sup> Para mais detalhes sobre o trabalho de Brewer cf, DENNAT, 1997 e ELEMENT, 1996.

<sup>230</sup> BREWER *apud*. DENNANT, 1997.



A fama, que resulta da quantidade de grafites expostos e da qualidade do trabalho do grafiteiro, inclui o reconhecimento e o respeito pelos quais todos os artistas trabalham. Ainda segundo Brewer, outra preocupação principal dos grafiteiros é a expressão artística, já que o estilo e a estética de um trabalho também têm um fim em si próprios, e não visam apenas ao sucesso.

Já o poder de que fala o sociólogo, é obtido quando um grafiteiro ou *crew* conquista o domínio simbólico de determinada região da cidade, o que pode ser alcançado através da saturação deste espaço com sua assinatura e outras modalidades de grafite que o identifiquem.

Ainda segundo ele, a postura e o trabalho dos grafiteiros também demonstram rebelião e protesto contra as normas convencionais. Para tentar reforçar o caráter transgressor do grafite, já discutido anteriormente, convém lembrar aqui a própria ilegalidade da prática, proibida e condenada pelo artigo 65 da lei nº. 9.605, sancionada em fevereiro de 1998.<sup>231</sup>

Da teoria para as falas dos escritores urbanos, ilustro com trechos das entrevistas que realizei com os grafiteiros cariocas essa diversidade de propósitos e motivações.

Alguns apresentam o grafite como meio de se expressar.

- A gente não quer que os outros gostem do grafite, a gente quer se expressar. (Anarkia)

- Bom, grafite, no meu dicionário é o ato de você descrever ou com palavras tipográficas, ou desenhos em paredes com intenção de gritar um grito silencioso, de você dizer sem precisar gritar. É você explodir numa parede o que você tem vontade, não só denúncia, como sua felicidade, suas tristezas. Tem gente que solta na música, tem gente que solta em poesias, tem gente que solta em bebida, há várias formas. Então, o grafite, ele é isso, é expressão do ser humano em escritas. (Akuma)

- O grafite, aqui no Brasil, eu acho que é um modo - não vou nem falar só no Brasil, vou falar mundialmente, também - eu acho que é um modo de muitas pessoas que, no caso, não teriam palavra nenhuma, ter. Ter a palavra não é só escrever alguma coisa, é, de repente, fazer um desenho e botar um nome. Eu acho que é um instrumento que muitas pessoas têm que não teriam; que muitas pessoas que nunca tiveram oportunidade têm, hoje em dia. (Chico - Nação Crew)

---

<sup>231</sup> Cf. [http://legislacao.planalto.gov.br/legislacao.nsf/viw\\_Identificacao/lei9.650-1998?OpenDocument](http://legislacao.planalto.gov.br/legislacao.nsf/viw_Identificacao/lei9.650-1998?OpenDocument)

Há também a preocupação de transmitir alguma mensagem, dialogar com os transeuntes e de interferir no ambiente urbano.

- Eu tenho sempre [a preocupação de passar uma mensagem], até por esse fato de mesmo de ter acesso às pessoas, né, a rua é uma coisa pública e você está ali interferindo, eu acho que a gente tem essa oportunidade de passar alguma coisa, sim. Eu acho que só pelo fato de você estar pintando, mesmo que seja um bonequinho ou uma flor, você já está colorindo essa coisa tão cinza que é a cidade tão tensa, né. A arte sempre é luz, entendeu, gera coisa positiva pro ser humano. (Om – TPM)

- Eu, particularmente, tenho [a preocupação de passar uma mensagem]. Eu procuro pintar coisas alegres, procuro pintar coisas que as crianças que vão passar ali possam reproduzir. Porque, assim, quando eu era moleque... eu nunca fui pichador, mas fui pichador de escola, pichava carteira e banheiro de escola, porque eram coisas que eu via na rua, então a gente reproduzia isso. Então, eu fico pensando assim: um moleque vai passar ali e vai querer reproduzir os desenhos na escola, na carteira, no banheiro, onde for, mas é melhor que ele reproduza um desenho daquele do que a sigla de uma facção, o nome de um bandido que está na parede porque eles também fazem isso porque só vêem isso. Então, eu me preocupo nessa parte e tem outros grafiteiros também que se preocupam com isso, entendeu. Então a minha preocupação são as crianças. (...) Tudo o que tenha a ver com o universo infantil: brincadeira de criança – a gente pinta muito brincadeira antiga de criança que eles não vêem mais: pião, pipa, esse tipo de coisa, e também, às vezes, a gente dá um puxão de orelha, tipo, uma coisa bem subliminar tipo, não use drogas, não fume, não beba. Claro que nada clichê, tipo: “não use drogas”. Pô, você não vai dentro de uma favela pintar um painel gigante escrito “Não use drogas”, aí eu estaria até sendo meio hipócrita, mas a gente tenta numa mensagem bem subliminar, fazer uma coisinha que um ou outro comece a atentar nessa parte, ou os pais, alguma coisa assim. (Criz)

- Geralmente eu pinto pra classe média, pinto pros pobres, a minha parada é pra ser vista por todos, entendeu, então, é uma mensagem pra todos, sacou, eu pinto pensando nesses problemas cotidianos, entendeu. Eu acho que refletir sobre isso serve pra classe média e pra classe baixa, todo mundo tem que tomar conhecimento dos problemas que se tem dentro da favela e até no asfalto. Então, todo mundo tem problema, né, e nenhum é mais especial que o outro. É interessante que todas as pessoas fiquem sabendo dos problemas que rodam. (..) Apesar de eu ter falado pra você que eu pinto tanto pra classe média quanto pra classe baixa, mas na favela eu já tenho uma preocupação maior porque lá é... depende do lugar, né, que inspira, inspira alguma coisa e você vê lá que é um lugar de necessidade e, de repente, pô, fazer alguma coisa pra alegrar a vida dessas pessoas, aí você pensa nisso e vai realizando. (Acme)

- O que te motiva a grafitar?

- As mensagens que eu posso passar através disso, entendeu. É... o fato de eu estar me comunicando com as pessoas na rua. (...) Então, assim, é como se o grafite ele fosse um meio de eu estar realmente afirmando as coisas que eu penso e que eu gostaria que as pessoas soubessem. (Airá, o Crespo)

- Tem alguma coisa que você procura transmitir sempre nos seus trabalhos?
- é... às vezes são informações úteis, às vezes são coisas que as pessoas, de repente, não costumam ouvir e às vezes a gente não tem como dizer pra todo mundo, entendeu, coisas do cotidiano, política, revolta, entendeu, a gente escreve ali, a gente formula um desenho e diz no desenho, aí a pessoa faz e leitura no desenho e passou. Se conseguiu passar aquilo, já é, já tá dito. (Akuma)

Muitos também mencionaram o prazer proporcionado pelo ato de grafitar.

- Grafite pra mim é diversão, você sair pra se divertir e mais que isso, expor o seu bem estar nas paredes. Você expressa na parede o que você está pensando, o que você está sentindo naquele momento. Então, eu saio pra me divertir, e pinto e me divirto, independente do resultado que seja a pintura, é encontrar os amigos e se divertir, pra mim isso é grafite. Hoje, grafite pra mim, é igual a sair pra jogar bola domingo, sair à noite pra tomar uma cerveja... grafite é minha parada, entendeu, posso passar o dia todo sem comer e sem beber nada, mas se eu estiver fazendo grafite, pra mim tá tranquilo. Então, grafite pra mim, é meu lazer, entendeu. Pra extravasar a tensão da semana toda, eu faço grafite. (Criz)

- [ o que me motiva] acho que é o prazer em si pela coisa, né. Tipo, é meter a mão na tinta mesmo, chegar lá, fazer. Já não tem mais nem aquela idéia adrenalina em si, né, do ato ali em acontecer, né. Tanto que hoje em dia a gente fica duas, três horas, quatro horas pintando o mesmo muro, né, quer dizer, todo toda uma dedicação. É uma relação de prazer em si. (Preas)

- Ah, quando eu vou pra rua pintar eu quero só me divertir. (...) Eu penso quando eu penso no meu passado e o que eu quero pro meu futuro, entendeu, mas na hora ali na rua, não, eu estou indo e me divertindo, aí, somem essas idéias todas. (Anarkia)

O grafite, de modo semelhante às pichações, também se oferece como meio de sair do anonimato, possibilitando que seus executores conquistem notoriedade na cidade e fama perante seus pares.

- Sem demagogia, cara, eu gosto que as pessoas vejam os meus trabalhos e digam: “Caralho! Foda, mané! Gostei.”, “Pô, o que tu escreveu ali, mané, ficou foda!”. Eu gosto que as pessoas vejam, eu não quero tentar mudar o mundo, ou revolucionar, ou ser anarquista. Eu gosto de ter um reconhecimento, uma identidade, entendeu. (Akuma)

- (...) eu ia estar conseguindo uma “auto-promoção-pessoal-paricular-minha”, né, no mundo mesmo, né, não no universo artístico, enfim, no urbano, na sociedade mesmo, né. (Preás)

- (...) a essência do negócio que é você ir pra rua pintar e fazer o que você gosta porque você gosta, porque você quer botar seu nome, quer que as pessoas saibam quem você é. (...) Tipo assim, eu pelo menos, não quero ser famoso, não quero que a minha pessoa seja famosa, mas eu

quero que o meu nome seja, sabe. A pessoa não é importante, mas o meu nome eu quero que todo mundo veja, quanto mais o meu nome tiver, melhor. (Ipek )

- A gente vai pra rua e a parada é espancar, quanto mais tu fizer, melhor, entendeu, quanto mais tu fizer, mais tu tiver nome em lugares diferentes, melhor. Então, a competição é a rua, quem tá mais na rua, mais na atividade, pegando as paradas. (Stile22)

Encerro essa questão com os comentários do grafiteiros Marcelo Eco, Preas e Airá, o Crespo, que falam de diferentes motivações e usos aos quais o grafite se presta para o artista – de acordo com o dia, o momento, o lugar e o propósito- , e ajudam a ilustrar que ato de fazer um grafite envolve simultaneamente diferentes sentimentos e motivações. Aqui o grafite aparece relacionado à experimentação artística, ao prazer de pintar, à autopromoção do nome do grafiteiro, à expressão e comunicação:

- Às vezes eu passo, escrevo várias vezes o meu nome na rua e tal, eu acho que é tipo uma brincadeira de eu passar todo dia e ver o meu nome ali e tal, em letras coloridas e várias formas e tanto quanto os desenhos têm uma forma social também, né, de eu passar tudo o que eu acredito, tudo o que eu vivo, assim, através da arte. Muitas vezes, eu nem vou estar passando nenhuma informação, mas pelo menos vai ser um dia que eu vou estar extravasando tudo o que eu tenho vivido. (Marcelo Eco)

- Por que é que a gente tem que se indignar e só se indignar? Não poder nem reclamar, né? Ali, de repente de uma certa forma, por eu estar livre, né, o grafite me dando essa liberdade, acho que associa-se muito a isso, né

- Seu grafite então, é uma forma de passar essa mensagem?

- Também. De exercitar o decorativo, né, de tentar evoluir nessa minha percepção de decorativo, se for o caso, nesse sentido de expor, né, minhas revoltas, o que eu acho que está errado e tentar até mostrar uma direção se for possível, né. Ou se não, pelo menos, eu falei ali do problema que eu acho que está acontecendo, né. E até essa do artístico mesmo, né, vamos ter um pouquinho de vaidade, sim, pô. A possibilidade de tornar-se um artista, né, que isso pode trazer. (Preas)

- Porque você está pintando no muro e você tá fazendo o que você gosta, você tá melhorando a sua técnica, você tá decorando o ambiente urbano e você tá consequentemente divulgando a sua arte também, né, pra que as pessoas possam estar vendo e divulgando, entendeu? (...) Então é essa possibilidade, né, de você decorar, de você estar mudando a cara de um ambiente, a coisa estética mesmo, né, de uma satisfação pessoal de você estar criando uma arte ali, você estar se superando, né, você estar evoluindo... é tudo isso, né, é um conjunto de coisas que me motiva a estar pintando na rua. (Airá, o Crespo)

A respeito do reconhecimento almejado pelos grafiteiros, é importante indicar que este é obtido tanto a partir da saturação da cidade com a assinatura ou os desenhos do artista, como pela capacidade de inovação e pela elaboração de um estilo particular que o identifique e individualize no caos das imagens urbanas. A criatividade, o tipo de traço, a modalidade de grafite desenhado – abstrato, figurativo, realista, etc. -, a preferência por determinadas cores, a criação e a repetição de personagens próprios, são alguns dos elementos que podem caracterizar o estilo pessoal de um grafiteiro. Características particulares e estilos inovadores destacam seus executores, conferindo-lhe fama e respeito.

Independente da preferência e da atuação particular de cada autor, existem alguns estilos de grafite bastante difundidos, cujas técnicas são ensinadas aos jovens aprendizes nas oficinas.

Dennant<sup>232</sup> enumera sete formas básicas de grafite<sup>233</sup> que, segundo ela, são as mais recorrentemente reconhecidas pelos grafiteiros, apesar da grande variedade de estilos (mais de cem, ainda de acordo com esta autora). As diferentes formas são caracterizadas de acordo com o tamanho, a localização e a complexidade, aspecto que funciona também como fator hierarquizante. As formas, que serão descritas a seguir, organizam-se da mais simples a mais elaborada.

As *tags* - assinaturas dos grafiteiros, que geralmente adotam pseudônimos – consistem nas formas mais simples de grafite. São utilizadas, segundo Dennant, para tornar o nome do grafiteiro visível e, conseqüentemente, conhecido publicamente, visando basicamente ao reconhecimento e à fama. Ela explica que, embora as *tags* possam parecer todas semelhantes ou, até mesmo, ilegíveis, aos olhos leigos, funcionam como marca registrada de seu autor para aqueles que pertencem a essa subcultura.

---

<sup>232</sup> DENNANT, *op. cit.*

<sup>233</sup> A maioria delas é conhecida no Brasil pelos mesmos nomes que as caracteriza no Estados Unidos, motivo pelo qual reproduzirei aqui as expressões em inglês.



Fig.10: Tag do grafiteiro Preás

*Throw-up* ou *bomb*, como preferem os grafiteiros cariocas, é a evolução da *tag*. Trata-se de uma assinatura mais bem elaborada, feita em duas ou três cores, geralmente utilizando “*bubble letters*” (letras “gordas”) cujo interior pode ser preenchido com cores diferentes daquelas que marcam o contorno. Este estilo de pintura pode ser elaborado de forma rápida e não requer muitos detalhes, donde decorre seu uso ilegal em portas de lojas, bancas de jornal, trens, ônibus etc. Da palavra *bomb* decorre a expressão bombardear, utilizada pelos grafiteiros para indicar o ato de espalhar, de forma rápida, econômica e muito próxima ao vandalismo, sua assinatura pela cidade, saturando-a. O objetivo é estar no maior número possível de lugares, gastando menos tinta. É uma prática muito comum no Rio de Janeiro.

- O *bomb*, né, (...) é mais econômico, ficou mais viável para mim fazer inúmeros *bombs* do que de repente dez produções, sacou, eu ia estar conseguindo uma “autopromoção-pessoal-paricular-minha”, né, aí, eu gosto mais de praticá-los. (Preas)

- Tinta é caro, entendeu, e é foda arrumar dinheiro, eu não sou rico, aí, o que sempre foi mais perto de mim foi fazer *bomb* mesmo, entendeu. É mais barato, dá pra fazer mais, é mais rápido. A onda é fazer muito. (Stile22)



Fig.11: *Bombs* dos grafiteiros Acme e Eco.

*Pieces* são grafites coloridos e bem elaborados, normalmente constituídos por fundos trabalhados, letras estilizadas e enfeitadas com caracteres.



Fig.12: *Piece* do grafiteiro Ment

As outras quatro formas de grafite descritas por Dennant referem-se aos diversos modos como os grafiteiros pintam os trens (“*Top to bottoms*”, “*end to ends*”, “*whole cars*” e “*whole train*”), modalidades pouco desenvolvidas no Rio de Janeiro, adotadas apenas por indivíduos ou grupos que buscam uma atuação mais próxima do “grafite vandal” e da pichação.



Fig. 13: *Whole car* realizado pelo Acme em trem da Supervia em evento promovido pela CUFA.

Há ainda outros estilos de grafite como o *3d-style* (um dos mais sofisticados, é composto por letras e desenhos tridimensionais), o *wildstyle* (quase ilegível com suas letras entrelaçadas e fortemente estilizadas), o *simplestyle* (fácil de ler, com letras simples e contornos bem definidos), entre outros.<sup>234</sup>

---

<sup>234</sup> POATO, 2006, p.46.





Fig. 14: Assinatura do Preas em 3D

A respeito da técnica, um grafite pode ser feito a partir da utilização de máscara e spray, ou à mão livre, sem rascunhos prévios, estilo chamado de livre figuração ou *freestyle* e que pode ser adotado em todas as criações de grafite, entre, letras, assinaturas e desenhos, permitindo também a elaboração de caricaturas, personagens de história em quadrinhos, figurações realistas e elementos abstratos<sup>235</sup>. Os grafites enquadrados nesse estilo podem ser trabalhados com outros tipos de materiais além das tintas spray e látex, recurso possibilita a criação de efeitos diversos. Abaixo dois exemplos de *freestyle*, dos grafiteiros Eco e Acme, retirados dos respectivos fotologs (já mencionados acima).

---

<sup>235</sup> POATO, *ibidem*.



Fig. 15: Freestyle do Eco



Fig. 16: Freestyle do Acme

A qualificação de um grafite varia também de acordo com o lugar onde ele é inscrito, desse modo, um muro preenchido de ponta a ponta fica conhecido como *back to back*, enquanto um trem inteiramente grafitado, é um *wholecar*.

No Rio de Janeiro, *tags*, *throw-ups* e *pieces* misturam-se em murais, *back to backs* e *walls of fame* (muros de grandes dimensões pintados com uma sequência longa de *pieces*), que por aqui são chamados de produções.



Fig. 17: Produção dos grafiteiros Acme, Beam, O Crespo, Afa, Dab e Kiko.

### 3.2.2 Pichação ou grafite?

No tópico 3.2, mostrei como a difusão e a diversificação utilização do *spray* deram origem a diferentes expressões gráficas, multiplicando numérica e qualitativamente os tipos de inscrições urbanas. No decorrer desse processo, o grafite não apenas se subdividiu em diferentes vertentes como se afastou da pichação.

Retomando brevemente os aspectos históricos, vimos que, nos anos 60, quando as primeiras palavras de ordem foram escritas nos muros por jovens militantes, grafite e pichação ainda eram tidos como sinônimos, e isso porque todas “as inscrições caracterizavam-se pela ausência de elementos plásticos, com letras (geralmente maiúsculas) feitas à mão com tinta nas cores branca,

vermelha ou preta”<sup>236</sup>. Entretanto, como já expus anteriormente, a evolução da técnica, a incorporação de novos materiais e a popularização da prática de efetuar inscrições em lugares públicos, fez com o grafite e a pichação se diferenciassem não apenas esteticamente, mas também quanto às “intenções comunicativas” e à linguagem utilizada.

Assim, com o passar do tempo, a pichação e o grafite foram, aos poucos se afastando, voltando-se para diferentes finalidades e adquirindo características específicas, enquanto a primeira se fechava em grupos marginais e códigos cada vez mais restritos, o segundo aproximava-se das artes e adquiria elementos plásticos e pictóricos. Além disso, à medida que se popularizava, a pichação foi perdendo seu caráter político, sendo apropriada por grupos que passaram a se valer desta prática para marcar territórios, espalhar sua marca pela cidade, expressar pensamentos, fazer piadas ou simplesmente exibir declarações de amor ou ódio.

De outro modo, uma vertente do grafite também se afastou de sua origem política para se transformar na expressão artística de seus produtores, que chegaram a conquistar espaço em galerias de arte e projeção na mídia. O caráter estético e pictórico do grafite facilitou sua popularização e aceitação pelo público, marcando ainda mais sua diferença em relação às pichações que saturavam as cidades.

Tendo em vista os aspectos estéticos do grafite -as imagens coloridas e elaboradas -, muitos passaram a vê-lo como alternativa às pichações, o que facilitou ainda mais sua aceitação e estimulou ações de secretárias de cultura e educação de alguns estados e outras instituições no sentido de criar oficinas para transformar pichadores em grafiteiros.<sup>237</sup>

---

<sup>236</sup> *Ibidem*, p. 43

<sup>237</sup> Em 1999, a Associação de Mulheres e Amigos do Morro do Urubu (Amamu) com o apoio da PUC do Rio de Janeiro desenvolveu o projeto “Grafite, não piche”, que consistiu em promover oficinas na comunidade pra ensinar as técnicas do grafite aos jovens moradores. Este é apenas um dos inúmeros projetos deste tipo promovidos em todo o Brasil. ('Grafite, não piche' para mudar a cara dos muros da cidade do Rio. Jornal da PUC. nº 95-Novembro/Dezembro de 1999. <http://sphere.rdc.puc-rio.br/jornaldapuc/novdez99/cultura/grafite.html>

Atualmente, as diferenças entre grafite e pichação são muito significativas e dizem respeito a vários aspectos. O processo de diferenciação entre grafite e pichação, que já foi apresentada do ponto de vista de seu desenvolvimento histórico, será abordado agora segundo outras distinções, tais como a técnica utilizada, os conteúdos veiculados, a motivação dos grupos que as produzem e a forma como interagem com a cidade.

Do ponto de vista gráfico, o grafite se caracteriza pelo requinte técnico e por um planejamento prévio da execução, fatores que geram um resultado final mais bem elaborado e de melhor qualidade comparativamente à pichação, como explica Lara. Além disso, em muitos casos, o tempo de execução e o lugar são anteriormente estudados e a ação cuidadosamente planejada.

Um bom exemplo desse planejamento são os *blackbooks*, cadernos de rascunhos e estudo, onde os grafiteiros desenvolvem traços e idéias que depois colorirão os muros. Outra imagem da idealização que antecede os imensos painéis de grafite está na divisão e organização dos muros que acontecem nos mutirões e execuções coletivas. Nessas ocasiões, os organizadores do evento ou grafiteiros mais respeitados pelos demais destinam a cada participante espaços previamente determinados, podendo indicar até mesmo o que cada um deverá grafitar – imagem ou letra. No caso da execução coletiva de um painel, o grupo conversa e define previamente o tema, as cores, o local onde será realizada a intervenção e a atuação de cada grafiteiro, aqui, as habilidades e as preferências individuais costumam ser consideradas na hora da divisão de papéis. Como pude constatar, na grande maioria das vezes, a distribuição de tarefas e espaço não é autoritária, mas se dá mediante acordo ou negociação, entretanto há certas hierarquias tácitas a serem respeitadas, por exemplo, grafiteiros mais antigos, experientes ou famosos possuem alguns privilégios na hora da tomada de decisão, enquanto aos iniciantes pode ser destinada a função de realizar retoques e acabamentos, mas não há regras quanto a isso.

O grafite também se diferencia das demais inscrições marginais e, principalmente, da pichação, porque procura fugir ao estigma do vandalismo, além de privilegiar conteúdos variados e bastante plurais. Dessa forma, um grafite pode tanto conter cenas de humor, heróis das histórias em quadrinhos, personagens criados pelos próprios grafiteiros, como pode retratar cenas do cotidiano, caricaturar personalidades da política ou da indústria cultural, fazer denúncias, podendo funcionar também para levantar bandeiras ou como forma de afirmar culturalmente no meio urbano um determinado grupo e demarcar seu território.

Gitahy chama a atenção para as características estéticas e conceituais do grafite. Do ponto de vista estético, a produção de grafite é marcada por aspectos como: utilização das expressões plásticas figurativa e abstrata; natureza gráfica e pictórica; emprego de imagens do “inconsciente coletivo”; repetição de um mesmo original por meio de uma matriz ou de um mesmo estilo. A partir do enfoque conceitual, pode-se descrever o grafite como uma linguagem subversiva, espontânea, gratuita, efêmera que discute e denuncia valores sociais, políticos e econômicos com humor e ironia, além de democratizar e desburocratizar a arte, aproximando-a do homem comum.<sup>238</sup>

Ainda a respeito das características estéticas, podemos dizer que enquanto o grafite privilegia a imagem, a pichação, a palavra e/ou a letra. É interessante notar que muitos grafites dispensam os elementos figurativos e apresentam apenas letras, mas ao contrário das inscrições simples e monocromáticas das pichações, a maior parte das assinaturas dos grafiteiros são multicoloridas, podendo ou não aparecer sobre um fundo previamente pintado, possuem formas elaboradas e rebuscadas cuja execução, por mais ágil que possa ser, requer mais tempo do que a *tag* de um pichador.

---

<sup>238</sup> GITAHY, *op.cit.*, p. 17 e 18.

A linguagem dos “pixos”<sup>239</sup> é composta por letras estilizadas ou distorcidas, formando nomes, apelidos individuais ou de gangues traçadas com tinta, *spray* ou carvão sobre muros, portas, paredes, placas, cartazes, prédios, parapeitos, soleiras, beirais, etc. Bastante comuns no Rio de Janeiro, assinaturas de indivíduos ou grupos pichadores são ilegíveis para a maioria da população, sendo apenas decifráveis por aqueles que pertencem ao grupo. Tendo esta característica em vista, é possível concluir que as pichações não têm objetivo de se comunicar com a cidade e seus habitantes. São antes, marcadores de território e meio de grupos ou indivíduos saírem do anonimato e conquistarem notoriedade perante aqueles que compartilham o mesmo código.

Assim sendo, a respeito da interação que o grafite propõe à cidade, pode-se afirmar que, ao contrário das pichações, que privilegiam linguagens cifradas e dialogam apenas com grupos restritos, a grafiteagem se presta a uma comunicação mais ampla, já que, conforme ressalta Gitahy,

O *graffiti* dialoga com a cidade, na busca não da permanência, enquanto significado de arte consagrada de uma época, mas de expansão, da arte que exercita a comunicação e faz propostas ao meio, de forma interativa. As cidades não só são o suporte, mas os tons das tintas e os movimentos todos do surpreendente imaginário urbano<sup>240</sup>

Esta questão não estaria encerrada se eu não desse voz aos que efetuam suas inscrições nas ruas do Rio de Janeiro, os grafiteiros cariocas entrevistados. A grande maioria dos que encontrei, apesar de reconhecer as diferenças estéticas entre as duas linguagens, não separa a pichação e o grafite em dimensões estanques, isso porque, para eles, este é uma evolução da primeira e conserva alguns de seus aspectos: é uma prática ilegal de inscrição no espaço urbano que, comumente, faz uso de letras com formas inspiradas nela.

---

<sup>239</sup> Produto da ação dos pichadores, geralmente, a expressão e popularização de um nome, um pseudônimo ou uma marca. Os autores dessas ações preferem o “x” na hora de escrever “pixação”, “pixo”, “pixador” etc. Cf. POATO, 2006, p.47.

<sup>240</sup> *Ibidem*, p. 74.

- Na verdade, o grafite é somente uma pichação mais sofisticada, sacou. A gente pode crer que as pessoas estão tendo uma aceitação melhor desse movimento como arte, mas a forma de expressão dele é a mesma do pichador, porque você se apropria de lugares públicos, sacou, você escreve seu nome com letras que podem ser mais elaboradas do que as de um pichador, tudo bem, mas o intuito de ir pra rua, o intuito de fazer grafite, grafite em si, a alma do grafite é estar na rua e demarcando território, então num tem muito esse lance de você diferenciar pichação do grafite, porque na verdade é o mesmo, impulso, digamos assim, que seja o mesmo movimento só que você faz de uma forma mais artística, vamos dizer, usando cores, usando tipologias diferentes, perspectiva etc. (BR – FBC)

- Pichador, todo grafiteiro é (...)o grafite mesmo é pichação. O grafite é pichação. Só que é um estilo diferente. Como tem pichação embolada e tem pichação simples, tem pichação com a letra redonda, de bolha e tem pichação com a letra de bolha colorida, e tem pichação com a letra de bolha que tem um desenho do lado. Então, isso foi o que deu uma evolução. E tem muito maluco péla-saco hoje que chega aí e quer esculachar a pichação. O maluco é grafiteiro, num sabe a raiz da parada. (Stile 22)

- [Pichação] É um grafite, não deixa de ser. Poderia usar o termo involuído? Acho que até posso, desde que eu compreenda que o *bomb* é uma pichação melhorada, né, evoluída, né, e que essa pichação melhorada evoluída propiciou, né, desencadeou uma produção melhor com aplicação de perspectiva, de efeitos de luz e sombra, né, e mais a isso, né, potencializou a formação de um cenário, né, e mais ainda de esse cenário expressar alguma resposta político-social ao sistema, enfim, né, quer dizer, tudo começa com a assinatura do artista. (Preas)

- [a pichação] era mais demarcação de território. O que tem muito a ver com o grafite também, né. Todo grafiteiro, por mais que seja um desenho, ele procura colocar em diversos lugares, em lugares mais inusitados possíveis, né. Então, eu acho que tem isso, essa ligação forte que pra mim, na verdade, a pichação e o grafite caminham juntos. São coisa que utilizam a mesma mídia, sabe, que é a rua, né. E a mesma vontade de impregnar, assim, o máximo que pode, né, de quantidade, vários lugares, assim. (Toz)

- Eu acho que pichação é grafite, grafite é pichação. Eu acho que o grafite começou com a coisa da pichação mesmo, é expressão, né, você usa o espaço público como superfície para pintar, se expressar. (Om)

- A ideologia é a mesma. Sendo que o grafite ele tem um lance de que ele trabalha mais com produções, mas no lance vandalismo, existe o *bomb*, e esse *bomb* é a pichação com mais cores. E existe a parte do grafite arte, que é o painel, personagem, letras, mas a essência é a mesma porque, tipo, você pinta um, muro, aí pinta outro, aí a pessoa fala “Pô, vi um grafite seu na rua tal”, e a pichação também é a mesma coisa: “Eu vi a pichação do fulano lá na marquise não sei aonde”. Isso dá *status* pro grafiteiro, isso também dá *status* pro pichador. Então é a mesma coisa. (Bobi – Posse 471)

Percebi que, quando comparam grafite e pichação, os grafiteiros tendem a evidenciar e valorizar as semelhanças entre as duas linguagens, minimizando a importância das diferenças. Entretanto, é interessante notar, que apesar de afirmarem a identidade entre grafite e pichação,



eles não costumam se apresentar como pichadores, mas sim como grafiteiros. Dizem ainda que começaram pichando e só depois conheceram o grafite, separando as duas práticas temporalmente em diferentes momentos de suas vidas. A passagem da pichação – geralmente, relacionada à rebeldia da adolescência - para o grafite é comumente associada a um amadurecimento, tanto pessoal, como artístico e profissional. Além disso, ao se autodenominarem grafiteiros, tornam-se reconhecidos pelas pinturas elaboradas e coloridas que fazem pela cidade e transformam a paixão pelo *spray* em *hobby* ou profissão, assim, os jovens não só alcançam um novo *status* perante a própria família e a sociedade – afinal o grafite é aceito e admirado por muitos –, como também se desvencilham da perseguição da polícia, que, segundo relatos, não implica com os executores do grafite,.

- Eu fui pichadora mesmo, de estar no meio dos caras, de ser conhecida até hoje no meio deles, se perguntar todo mundo sabe quem é. E chegou uma hora que não tinha mais idade, se a polícia me pega na rua pichando... Eu tava me sentindo mal fazendo aquilo. Teve uma época que eu virei dona de casa e não tinha nada a ver eu largar a minha cozinha pra ir pichar, entendeu. E no grafite, foi uma coragem que eu tive pra reencontrar aquilo, até porque as pessoas que faziam, que me acompanhavam não eram mais adolescentes como antes. Aquilo dali é como se fosse uma profissão, só que a gente não ganha dinheiro, tem uma dedicação total independente de quantos anos eu tenho e não é mais aquela coisa de moleque de você mostrar que tem coragem, que tem atitude “eu subo no prédio na frente de todo mundo e faço”. Não. É uma coisa que eu tenho que pensar, eu tenho que estudar, se eu quiser até fazer uma coisa ilegal eu tenho que estudar, tenho que pensar, uma coisa que um adolescente não conseguiria fazer. Tem que ter uma maturidade pra fazer. (Anarkia)

- Eu já pichava desde 94, aí, quando eu entrei pro quartel, eu senti o peso da responsabilidade lá de dentro, né. Então, eu não tinha mais como ficar me arriscando aí na rua pra correr o risco de ficar preso lá dentro do quartel. E eu, como já desenhava desde criança, já vinha fazendo uns grafites no papel, porque também tinha uma revista que se chamava The Source, e aí ela tinha uma página de grafite, que vinha um grafiteiro lá de fora ali, aí dava pra ver como é que eram as coisas como é que eram os traços e eu sempre me amarrava e sempre fazia.(...) Eu fiz o primeiro grafite em 96 na pista de *skate*, né, mas aí, eu não tava naquela de seguir com a parada ainda, tava só de onda, mas depois eu fui fazendo aos poucos. (Acme)

- Não existia grafite no Rio, não tinha. Aí, eu, como qualquer garoto de periferia, estudava numa escola municipal, né, que é uma entidade também falida, e tinha muito, todo mundo sofre preconceito, né, “você vai ser um ninguém” e tal, e a gente, eu com 14 anos, 15, o que é que um moleque de 14 anos pensa numa escola dessas? Não pensa, ainda mais tendo a pouca educação dos pais. Então, quem tem alguma coisa de cultura a oferecer pra gente? Só a televisão. (...)

Então, o rapazinho lá de 14 anos, 15 anos ele tem a necessidade de ser reconhecido, de ser respeitado de alguma forma, ele não tem respeito na sua família, ele não tem respeito na sociedade, então ele vai cavar seu respeito de alguma forma, ou o cara vai ter que segurar uma arma pra poder ter respeito, ou o cara vai pegar uma lata de *spray* e espancar um monte de nomes dele pra pessoas comentarem, uma classe de jovens comentar e exaltar o cara, entendeu, é isso que a galera curte. Aí, a pessoa vai procurar de qualquer forma respeito e reconhecimento, ela vai cavar isso da maneira que as coisas vão produzindo, e a pichação, ela começa nas escolas, o cara, de repente tacou um giz ali na parede, de repente pega um giz de cera aí começa a pichar todas as salas, aí no intervalo começa o comentário, todo mundo querendo saber quem foi. (...) Aí, a partir disso teve a pichação, mas eu já desenhava desde pequeno, então, depois que eu fui ver que era possível com lata de *spray* você fazer desenho, desenhar na parede, eu comecei a economizar meus *sprays*, juntar pra fazer algo que fosse mais expressivo e que surtisse meus anseios. Aí, comecei a fazer uns desenhos. (Akuma)

Mesmo tornando-se grafiteiros conhecidos e requisitados comercialmente, muitos deles afirmam lembrar as origens de pichador ao fazer *bombs* e outros grafites marginais pela cidade.

- Pichar gente nunca pára, sempre põe uns nomezinhos, mas assim, na prática, eu digo que não, que eu não picho mais, agora eu faço grafite - o que é quase a mesma coisa dependendo de onde você faça, né, porque se eu fizer um grafite num lugar que não é permitido, ele é uma pichação, é ilegal do mesmo jeito, só é um pouquinho maior, né. (Anarkia)

- às vezes, eu tacho só meu nome ali: "Akuma", tô na área! Tô na área e só, não tenho o que dizer muito, é o meu nome que tá ali e pronto. (Akuma)

- Então, o que começou com uma brincadeira, uma forma de expressão, hoje em dia pegou uma parte mais comercial, entendeu, uma parte mais profissional. Então, hoje em dia eu me sustento através do grafite, entendeu. (...) eu faço meus trabalhos comerciais mas eu também pinto muito na rua. Então, tipo assim, eu relembro meu passado, hoje em dia, com o grafite, e pintando, indo na rua, pegando alguns lugares na rua e faço meu grafite, entendeu. Então, a mesma motivação de antigamente, eu ainda tento lembrá-la hoje em dia, mas só que com uma outra cabeça, né, com mais uma evolução e tal. Mas se você for pegar legal, assim, é tudo a mesma coisa, a motivação, a raiz a gente nunca pode perder, né. Mas hoje em dia, com certeza, a gente já tem mais umas responsabilidades. (Marcelo Eco)

## Capítulo 4: Tintas no Rio

Pesquisar grupos e fenômenos nas metrópoles contemporâneas é fazer antropologia na cidade, a antropologia urbana. Em comum com os trabalhos dos primeiros antropólogos que deixavam suas terras natais e viajavam grandes distâncias em busca de lugares e povos exóticos há o interesse pelo diferente, o olhar de estranhamento diante dos indivíduos e suas práticas.

Fazer etnografia requer, segundo DaMatta, a pretensão de “entender honestamente o exótico, o distante e o diferente, o ‘outro’”. Mas que outro é esse de que trata a antropologia urbana? Certamente não é o nativo de terras longínquas, nem o índio de uma tribo esquecida em algum canto do planeta. O outro investigado pela antropologia urbana vive perto de nós, transita pelas mesmas ruas, fala a mesma língua e está sujeito às mesmas normas sociais. Os “outros” são, nesse contexto, os indivíduos ou grupos que “podem ser encontrados e estudados nas cidades modernas”<sup>241</sup>, pertencentes a grupos sociais diferentes do pesquisador, embora possam estar próximos deste.

A esse respeito, Passaro afirma que o lugar de alteridade nos estudos antropológicos urbanos é ocupado pelos indivíduos marginalizados por um colonialismo interno, tornados periféricos em virtude de sua localização dentro de nossos sistemas de dominação racial, de classe e de gênero<sup>242</sup>. Assim sendo, minorias étnicas e raciais, manifestações religiosas, imigrantes e grupos desviantes estão entre os temas comumente focados pela antropologia urbana.

Estudos antropológicos nas cidades são possíveis porque nelas coexistem diferentes tradições culturais e visões de mundo. “Dentro da grande metrópole”, escreve Gilberto Velho, “há descontinuidades vigorosas entre o ‘mundo’ do pesquisador e outros mundos, fazendo com

---

<sup>241</sup> DURHAM e CARDOSO, apud. OLIVEN, 1992, p.12.

<sup>242</sup> PASSARO, , p.154.

que ele (...) possa ter experiência de estranheza, não reconhecimento ou até choque cultural comparáveis à de viagens a sociedades e regiões ‘exóticas’”<sup>243</sup>.

Entretanto, apesar das diferenças, há as familiaridades, as semelhanças e a vizinhança que também marcam as relações entre os grupos urbanos. Nem tudo é alteridade, pois, como explica este mesmo autor, nas sociedades ditas complexas a realidade e as categorias sociais são organizadas, mapeadas e estereotipadas por hierarquias. De modo que

em princípio, dispomos de um mapa que nos familiariza com os cenários e situações sociais de nosso cotidiano, dando nome, lugar e posição aos indivíduos. Isto, no entanto não significa que conhecemos o ponto de vista e a visão de mundo dos diferentes atores em uma situação social nem as regras que estão por detrás dessas, interações, dando continuidade ao sistema.<sup>244</sup>

Assim, na etnografia urbana, um dos maiores desafios do pesquisador é ser capaz de estranhar a própria cultura e a sociedade em que vive, desconfiar do senso-comum, dos pressupostos, conceitos e preconceitos, estereótipos e lugares-comuns, desafiando tabus e conhecimentos consagrados. É preciso “tirar a capa de membro de uma classe ou de um grupo social específico” a fim de estranhar regras e práticas familiares e assim descobrir “o exótico no que está petrificado dentro de nós”<sup>245</sup>.

“O que sempre *vemos e encontramos* pode ser familiar, mas não é necessariamente *conhecido*”<sup>246</sup>. Este foi, para mim, o caso dos grafiteiros e suas pinturas: de certo modo, faziam parte do meu cotidiano, pois estão nas ruas por onde passo, nos jornais que leio, nos programas de TV e nas vitrines das lojas. Eu os via com frequência, mas não os conhecia de fato. Eles puderam, por isso, representar para mim o lugar de alteridade exigido pela pesquisa

---

<sup>243</sup> VELHO, Gilberto, 1978, p. 40.

<sup>244</sup> *Ibidem*

<sup>245</sup> DAMATTA, 1978, p.28 e 29.

<sup>246</sup> VELHO, Gilberto, 1978, p. 39.

antropológica. Devido a essa falta de real conhecimento a respeito deles, experimentei o estranhamento necessário ao olhar etnográfico. Desde o primeiro contato, me senti diferente, um verdadeiro peixe fora da água, principalmente nas festas e eventos aos quais compareci. Nessas ocasiões, a diferença era nítida; minhas roupas, meu vocabulário e minha postura destoavam totalmente do ambiente e das pessoas.

Para minha sorte, os grafiteiros e grafiteiras foram bastante receptivos e prestativos. São pessoas simpáticas e sempre dispostas a falar de sua arte, o que fazem com empolgação e objetivando “fortalecer e divulgar o grafite”, como dizem. Além disso, graças ao interesse que o grafite tem suscitado nos últimos anos, eles já estão habituados a dar entrevistas, seja para estudantes e pesquisadores como eu, seja para jornalistas. Desse modo, a fase da pesquisa de campo foi bastante produtiva e agradável. As entrevistas correram informalmente, quase como bate-papos e, ao final de algumas delas, o grafiteiro ou grupo entrevistado disse ter gostado da conversa. Houve até quem me pedisse a transcrição da entrevista para guardar e ler depois.

As entrevistas e a observação participante compõem o trabalho de campo etnográfico, que é o método de investigação da antropologia. A etnografia é definida por Lévi-Strauss como “a observação e análise de grupos humanos considerados em sua particularidade (...) e visando a sua reconstituição, tão fiel quanto possível à vida de cada um deles”<sup>247</sup>. Fazer etnografia é, como afirma DaMatta, colocar-se “entre dois fogos: a minha cultura e uma outra, o meu mundo e um outro”<sup>248</sup>. Esta é uma posição complicada, pois é preciso estar no meio de um grupo sem se tornar parte dele, sem naturalizar seus códigos e práticas e ao mesmo tempo apresentá-lo e traduzi-lo para minha própria cultura tornando-o compreensível sem, contudo, apagar as marcas da diferença e do exótico. É esse o desafio a que tenho me proposto ao longo desta dissertação e

---

<sup>247</sup> LÉVI-STRAUSS apud. CLIFFORD, 2002, p.9.

<sup>248</sup> DAMATTA, 1978, p.25.

ao qual, mais uma vez, me lanço neste último capítulo, que é fruto direto da minha vivência de campo e dos meus encontros com os grafiteiros cariocas.

Durante um ano de pesquisa etnográfica conversei com cerca de 30 grafiteiros que atuam na cidade do Rio de Janeiro e adjacências. Deste total, 21 foram entrevistados formalmente e seus relatos gravados e transcritos, os demais foram abordados informalmente nos eventos aos quais compareci. As entrevistas qualitativas foram norteadas por questionários abertos, que apenas guiaram as conversas, sem limitá-las. O questionário inicial foi sendo modificado no decorrer da pesquisa, com novas perguntas sendo acrescentadas à medida que surgiam outros questionamentos ou novas descobertas eram feitas. Algumas vezes, o roteiro de perguntas sofreu pequenas alterações de acordo com o grupo ou grafiteiros entrevistado, de forma a abordar pontos específicos do trabalho e do perfil de cada um.

Além das longas conversas com os grafiteiros, que aconteceram na rua, em locais onde realizavam trabalhos comerciais (estúdio, loja, bar) ou nas oficinas de grafite ministradas por alguns deles, a pesquisa de campo incluiu a observação participante em dois eventos na então recém inaugurada galeria de grafite Severo 172, num mutirão de grafite em Jardim Catarina (bairro da periferia de São Gonçalo, região metropolitana do Rio) e nos debates promovidos pela Caixa Cultural por ocasião da exposição Fabulosas Desordens. Além disso, a própria vivência da cidade, meus deslocamentos diários por suas ruas e avenidas coloridas por grafites contribuíram para a coleta de informações.

Outras fontes de dados foram a Revista Graffiti, os fotologs dos grafiteiros e *crews* cariocas, além das matérias relativas ao tema publicadas na imprensa.

#### **4.1 Primeiras tintas: surgimento e evolução do grafite urbano contemporâneo no Rio de Janeiro**

Essa é uma história difícil de contar porque não há registros oficiais, uma data precisa que possa ser apontada como marco, não há nem mesmo linearidade no fluxo dos acontecimentos aqui descritos. É uma narrativa baseada nos relatos e nas lembranças – nem sempre precisas, tampouco concordantes - dos meus entrevistados. Daí sua fragilidade, suas imprecisões e também sua vivacidade e beleza, pois está aderida às memórias pessoais, inseparável dos afetos daqueles que a viveram. Diante disso, não tenho, aqui, a pretensão de produzir um relato historiográfico, de contar a história oficial do grafite carioca – talvez nem exista uma -, apresento apenas dados, eventos, nomes e fatos significativos para a conformação do atual cenário do grafite no Rio de Janeiro. Justifico assim, já de antemão, as prováveis falhas, lapsos e omissões contidas na minha breve narrativa.

A história que pretendo contar aqui pode ter seu início localizado em meados da década de 1990, quando os atuais veteranos do grafite carioca eram adolescentes e tiveram seu primeiro contato com o *spray* - instrumento que viria a fazer diferença na vida deles – através da pichação. Naquele tempo, como vimos no capítulo três, muitas e variadas inscrições proliferavam pelos muros das cidades brasileiras, entretanto, nenhuma delas possuía as características do grafite urbano contemporâneo. Foi por intermédio da pichação que muitos dos atuais grafiteiros cariocas pegaram gosto pela prática de marcar os espaços públicos da urbe com seus nomes e pensamentos. Naquele momento, pichar era uma forma de, ao mesmo tempo, conquistar notoriedade dentro dos grupos de adolescentes e expressar sentimentos e opiniões publicamente.

- Pichação pra mim era a única oportunidade que eu tinha, pra mim era a maior influência que eu tinha. Então, aí eu tinha três escolhas: me drogar, que tipo, você morando em São Gonçalo e tal, e tipo, ali eu morava em Laranjal e tinha Jardim Catarina, Santa Luzia e tudo, os meus amigos tudo usando droga e tal, todo mundo fazia alguma coisa de errado e eu “Ah, eu tenho que fazer alguma coisa também”. Então, eu, tipo, escolhi a pichação. Então é, como eu disse, pra mim foi uma coisa muito normal essa fase, né, de grafite, pichação, então, eu sempre tive o lance do grafite mesmo como uma coisa: “Ah, eu tenho que botar pra fora o que eu penso, a minha raiva, tipo, eu tenho que expressar em relação a isso”. Então, a minha forma de chamar a atenção da sociedade, de família, de todo mundo, de se tornar diferente, eu acho que era pichar. (Marcelo Eco)

- Quando eu era molequinho, devia ter uns 11, 12 anos, era fissurado em pichação, né. Aqui no Rio de Janeiro já tinha até chegado um pouco de informação sobre a cultura *hip hop*, grafite e tudo mais, mas a disseminação da pichação, né, foi muito grande, foi enorme. E eu, molequinho, né, como toda criança gostava, de rabiscar meu nome nos banheiros das escolas e dos clubes e tal, e aí, facilmente fui envolvido por essa teia aí da pichação. (...) Acho que quando eu comecei lá, né, no início – eu considero até essa fase de pichação desde lá dos 11 anos também como uma certa forma de grafite. (...) Eu era, né, revoltado, de repente sem causa, mas era, né, um ser humanozinho revoltado e tal, e dali eu vi uma forma de expressar essa minha inquietação com o mundo, essa minha, né, “Ah, eu não gosto disso, mas não tenho como mudar. E aí? Vou ter que aceitar assim mesmo?” Não é bem assim, a gente tem que ser um pouco mais alerta, né? (...) E aí, meio que já começava, 11, 12 anos, começo da adolescência, né, as dúvidas “Quem eu sou? Pra que eu estou aqui?” etc. “Por que é que meu pai é assim? Por que é que minha mãe é assim? Por que é que o Estado é assim?”, né, “Por que é que morre gente na porta dos hospitais? Por que é que a galera lá de baixa renda não tem nem esgoto, né, pô, e os ricão lá, comem caviar e etc. às custas dessa galera que trabalha pra caramba? (...) Então, sei lá, eu achava que a pichação eu também ficava socialmente aceito ali na minha galerinha ali da rua, né, e tal. (Preas)

Foi também naqueles anos que o *hip hop* começou a se popularizar por aqui trazendo consigo as cores do grafite. Muitos grafiteiros afirmam ter tido seu primeiro contato com o grafite através de revistas ligadas ao movimento e de filmes que mostravam o som e as cores dos guetos nova-iorquinos: *Beat Street*, *Style Wars*, entre outros.

Em São Paulo, na mesma época, tanto o movimento *hip hop*, como o grafite e suas várias vertentes, já estavam bem difundidos e organizados. Não demorou, portanto, para que grafiteiros paulistanos viessem ao Rio colorir alguns muros deixando suas marcas, inscrições que viriam a se tornar importantes referências para os jovens cariocas que começavam a se interessar pelas letras grandes, sofisticadas e coloridas e pelos personagens que as acompanhavam. Por aqui, o



movimento *hip hop* acabou não se expandindo com a mesma força e expressão que na capital paulista, mas foi, sem dúvida, um fator importante para a popularização do grafite.

Localizei os precursores do grafite carioca contemporâneo fora dos limites geográficos da cidade, no município de São Gonçalo, localidade pobre e periférica em relação à capital do estado. Entre 1995 e 1997, Fábio Ema, Marcelo Eco e Akuma começaram a ocupar os muros com seus grafites, não apenas em São Gonçalo, como também em Niterói e no Rio de Janeiro. Eles são apontados por quase todo os entrevistados como os pioneiros do grafite no Rio, tendo sido, inclusive, referências pra muitos deles.<sup>249</sup>

Assim, a pichação, as imagens dos grafites estrangeiros que chegavam ao Brasil via indústria cultural, revistas e publicações ligadas ao movimento *hip hop*, os grafites e *bombs* dos grafiteiros paulistas e do trio Ema, Eco e Akuma, além das histórias em quadrinhos, são apontados pelos primeiros grafiteiros cariocas como referências iniciais. O interesse e a habilidade para o desenho também aparecem como fatores que impulsionaram as primeiras ações dos veteranos do grafite no Rio de Janeiro.

- (...) em final de 99, por aí, eu comecei a observar muitos *bombs* aqui na cidade - *bombs* são letras de grafite, né, não muito trabalhadas, entre aspas, um pouco mais simples, vamos falar assim – em todos os lugares que eu ia, em inúmeros bairros eu via esses mesmos *bombs*. E aí, com o tempo eu aprendi a ler ali uma assinatura, né, já tinha algum acesso através de revistas de *skate* que falavam uma breve sobre grafite e tudo mais, né. E aí, reparei que esses *bombs* eram do Eco e do Ema, né, escritores de grafite aí já bem mais antigos do que eu, né, e aí, eu falei “Pô, o que é isso? Isso é maneiro”. Já meio que estava começando a me envolver com essa história da tatuagem, né. Já desenho desde criança (...) Aí voltando lá pra eu não me perder: eu via muito *bomb* do Eco e do Ema e falei “Pô, isso é maneiro. É grafite.”, aí comecei a ver uma reportagem ou outra em revistas assim, isoladas “Pô, isso é maneiro e tal. Pô eu já desenho e

---

<sup>249</sup> A importância desses personagens tanto na história como no atual cenário do grafite carioca chama a atenção para um importante aspecto da dinâmica da produção de grafites no Rio de Janeiro. Refiro-me à não limitação do circuito à demarcação geográfica do município, ou seja, o grafite que se produz no Rio e os grupos que aqui atuam não estão restritos pelos limites físicos da cidade. Grafiteiros de cidades vizinhas integram a cena do grafite carioca, assim como os eventos e encontros de artistas estapulam as fronteiras municipais. Desse modo, apesar de atualmente, o circuito aqui descrito estar centralizado na cidade carioca e em torno de alguns grupos e grafiteiros específicos, ele abrange toda a região metropolitana do Rio.

etc., já gosto dessa idéia da tinta *spray* e tudo mais. Pô, tá aí, né! De repente de estar aí, né... algo que eu goste... Vou ver qual é a desse lance e começar a fazer”. Aí, fui buscando informações. (Preas)

- Mais ou menos em 95, assim, eu comecei a escutar rap através da galera do *skate* - eu andava de *skate*. E aí, eu comecei a escutar rap e quando eu fui conhecer um pouco mais, vi que neguinho dançava, era o *break*, tinha a música que já era o MC e aí, quando vi que os caras desenhavam, e era o grafite, pô, eu fiquei maluco porque era uma parada que eu já fazia, o desenho, mas meu referencial era mais quadrinho e por outro lado também, a pichação. (Bragga)

- Comecei pela pichação, mas lá na área, nessa época que comecei a grafitar, era febre a pichação, febre, todo mundo era ligado à pichação, todo mundo só falava em pichação, nossas conversas eram sobre pichação, nossas saídas eram pra reunião de pichador, então, era uma parada muito doida e não tinha como alguém não estar ali participando, não estar perto, não estar ouvindo, não estar sabendo o que estava acontecendo. Lá na escola todo mundo pichava, fazia várias paradas, entendeu. Moro lá na Penha, sempre morei lá. E quando eu comecei a grafitar mesmo, já era ligado à pichação, ligado na molecada da área e andava de *skate*, aí tinha uns malucos que eram do skate, que faziam umas paradas, e tinha os pichadores que faziam umas letras de bolha no caderno, assim, só pra enfeite, fazia pichação e faziam letra de bolha – letra de bolha é um *bomb*, sabe,(...). E na época, o grafite aqui no Rio estava começando e era muito difícil ver um grafite na rua, eu só lembro de um grafite na época quando eu comecei que era do Ema e do Crime – o Crime é o Alessandro, ele não pinta mais hoje. Sempre quando eu ia pra praia eu via aquele grafite, aí um amigo meu trouxe uma revista de grafite de São Paulo (...) isso, eu tinha 13 anos, já era largado no mundo. E os moleques sempre mis velhos, né, eu sempre andava com os moleques mais velhos. Aí, eu via uma revista, não me lembro se era de tatuagem, eu lembro que tinha a revista dos Gêmeos(...). Eu sempre desenhava, eu tinha uma pasta de desenho (Stile22)

- Eu estudei design, né, então, sou formado em design gráfico. Tive o primeiro contato com o grafite já na faculdade, né. Sempre gostei de pichação também, de quadrinhos(...) Eu nunca pichei. Eu sempre conheci alguns pichadores, andava, assim, com alguns, alguns amigos meus pichavam, né. Na época da escola também, aqui no Rio rolava um movimento forte de pichação. Assim, o que hoje existe no grafite - todos os moleques de 12, 13 anos gostam de grafite hoje - antigamente, na minha idade, era tipo, 88, 89, era pichação, assim, muito forte. Então eu gostava das letras, assim, do vandali... da ação do pichador. (...) É isso, minha formação foi mais essa. E quadrinho também que eu era viciado em revista em quadrinho, até hoje eu tenho coleção, compro. Quadrinho nacional, na época, tinha pra caramba quadrinho nacional: Chiclete com banana, Laerte, Glauco, todos os personagens que eles criaram, na minha idade, assim, quando eu tinha 15 era bem isso assim que eu lia, sabe. Acho que juntou as duas coisas, né, a cultura do quadrinho que passa uma mensagem, que cria personagens, com a pichação que tem a rua como mídia. Acho que foi por aí... Aí, na faculdade eu conheci o Rodrigo, o Bruno, aí, eu já gostava de grafite, mas num tinha acesso, o Rodrigo já tinha várias revistas porque o Rodrigo viajava direto pra Nova Iorque e já conhecia uma galera, os lugares, os grafiteiros, aí ele mostrou as revistas pra gente, pra mim e pro Bruno, a gente na época já gostava pra caramba, então, a gente começou a pintar e a desenhar, e mudou nosso estilo de desenho, porque misturou, né. (Toz)

Mais ou menos na mesma época em que o Ema, o Eco e o Akuma começaram a grafitar pelo Rio, outros veterano do grafite carioca já deixavam os seus “pixos” pelos muros cariocas: o Acme, morador do morro do Pavão, na Zona Sul da cidade, e os jovens que viriam a ser os primeiros integrantes do grupo Nação, estes residentes na Zona Norte. Conforme me relataram, à medida que foram tendo contato com os poucos grafites que começavam a aparecer pela cidade e com as revistas e filmes que mostravam as *tags* e produções estadunidenses, os então pichadores perceberam que poderiam fazer outras coisas com o *spray*. Com a crescente multiplicação dos grafites nos muros cariocas, mais e mais jovens, pichadores ou não, passaram a conhecer e a apreciar a arte das ruas e foram, progressivamente, tomando coragem para transpor para as paredes urbanas as letras e os desenhos que rascunhavam em seus cadernos. Inicialmente agiam isolados e sem se conhecerem pessoalmente, sabendo da atuação uns dos outros apenas pelos registros que encontravam pelos muros.

No final da década de 1990, foram organizadas as primeiras oficinas e encontros de grafite na cidade, eventos que possibilitaram que os grafiteiros que pintavam sozinhos se (re)conhecessem e que aqueles que ainda não grafitavam comesçassem a fazê-lo. Assim, entre 1999 e 2001, surgiram as primeiras *crews* de grafiteiros do Rio de Janeiro, entre as quais destaco a Nação pela importância e expressão que alcançou dentro do circuito do grafite carioca. Simultaneamente, um outro grupo, que também viria a se destacar dos demais, se formava dentro do curso de desenho industrial da Faculdade da Cidade. Trata-se da Flesh Beck, a *crew* carioca mais atuante no meio comercial.

A partir de então, a atuação dos veteranos – a antiga geração ou *old school* carioca - nos muros da cidade e nas oficinas contribuiu para popularizar, disseminar e fortalecer o movimento no Rio de Janeiro, conquistando novos adeptos, a simpatia da população e o consentimento da polícia.

## 4.2 O cenário atual

Em agosto de 2006, foi inaugurada na Lapa a primeira galeria carioca dedicada inteiramente ao grafite. É a Galeria Severo 172, uma antiga garagem adaptada pelos integrantes da Nação Crew para exposições, eventos diversos como shows, oficinas, lançamentos de discos, além de festas embaladas ao som de ritmos como *hip hop*, *reggae*, *black music*, *rock* e outros. O espaço é cedido aos grafiteiros da Nação, que contam com a ajuda de parceiros para mantê-lo. Apesar de só abrir as portas à noite, quando há algum evento, e nos fins de semana, a galeria de ar alternativo tornou-se pólo de atração tanto para grafiteiros de diferentes *crews*, como para os admiradores do grafite, encontros que, ao mesmo tempo, possibilitam interação entre pessoas de diferentes grupos sociais e divulgam o grafite carioca, como explica o grafiteiro Bragga

- Então ali, a idéia é que amplie esse horizonte do grafite, que não fique pro círculo de grafiteiros, pra grafiteiro, em nenhum tipo de gueto. Gueto num sentido de... não um gueto físico, mas um gueto mesmo de setor, sabe. Então, a parada não é só pra moda, a parada não é só pra produtora, não é só pra *hip hop*, não é só pra favela, não é só pra burguês. Ali é um ponto de interseção e a gente quer que circule o maior número de pessoas possível e de lugares diferentes, de tendências diferentes.

Além das telas, grafites não emoldurados coloreem as paredes da galeria, que também expõe roupas e outros objetos pintados pelos grafiteiros, artigos que podem ser adquiridos pelos visitantes.

Foi lá, em outubro de 2006, minha primeira aventura etnográfica desta pesquisa. Fui a convite da grafiteira Maíra, integrante da *crew* feminina TPM (Transgressão Para Mulheres ou Tintas Para Mim ou Tô Puta Mesmo), que eu pretendia entrevistar naquela noite. Era a inauguração de uma exposição de telas das meninas da TPM, dos integrantes da Nação e do grafiteiro paulista Binho conjugada com uma festa embalada por *black music* dos anos 1970.

Cheguei lá no horário marcado, às sete e meia da noite, mas o lugar ainda estava fechado. Lá dentro, alguns grafiteiros ainda terminavam suas pinturas, dando os retoques finais em seus trabalhos, conforme iam terminando despediam-se um dos outros e saíam para se arrumar e voltar mais tarde. Aos poucos, um público bastante diversificado e o som dançante da música começaram a encher o local.

O espaço é dividido em dois ambientes separados por um corredor. A parte da frente é a galeria propriamente dita, o local onde ficam expostas as telas. Aí, a pintura extrapola os quadros, colore também as paredes e decora o sofá e a geladeira que integram o ambiente. Há ali, ainda, um pequeno bar, em torno do qual são distribuídas poucas mesas e banquetas e onde se aglomeram pessoas quando a galeria já está cheia. Como constatei posteriormente, a composição deste espaço pode ser alterada conforme a ocasião. No GRAP (grafite, rap e poesia), um outro evento ao qual compareci, mesas, cadeiras e pufes foram espalhados pelo salão, camisas pintadas por grafiteiros pendiam do teto em cabides presos a fios de náilon e um pequeno *stand* vendia cadernos com capas customizadas, CDs dos *rappers* que se apresentaram naquela noite, além do livro “O grafite na cidade de São Paulo e suas vertentes no Brasil”, editado pela USP.

Atravessando o corredor, chega-se aos fundos da galeria, espaço reservado à aparelhagem do DJ e a uma pequena pista de dança. Também aí, as paredes são ocupadas pelas telas dos grafiteiros. Esse ambiente é mais escuro e lembra uma boate. Na parede posterior eram projetadas imagens cuja alternância provocava clarões que ajudavam a compor a iluminação do local. Na segunda vez em que estive na Severo 172, esse espaço serviu de palco para a apresentação de poetas e de uma dupla de *rappers*. Nessa ocasião, o público presente se espalhou pelo recinto, alguns sentados no chão e outros de pé, para acompanhar a atuação dos artistas.

No dia da minha primeira ida à Severo 172, a timidez não me deixou abordar muita gente, conversei apenas com o paulista Binho, que me falou a respeito da sua tela e com o grafiteiro

Black, integrante do grupo posse 471, da Baixada Fluminense, que me contou algumas coisas sobre seu grupo, sobre alguns outros grafiteiros cariocas e se dispôs a me apresentar a alguns deles. Infelizmente, pouco tempo depois, ele saiu do Rio a trabalho e eu não pude contar com sua ajuda. Também não consegui encontrar a grafiteira que havia me convidado para aquele evento. Saí de lá um pouco frustrada por não haver alcançado meu objetivo para aquela noite. Somente ao final da pesquisa, olhando retrospectivamente para as circunstâncias observadas quando estive na Severo 172, pude reconhecer entre elas aspectos importantes do cenário do grafite carioca que viria a identificar posteriormente, ao longo dos meses que se seguiram a essa primeira incursão.

Em primeiro lugar, a presença e a convivência naquele espaço dos grafiteiros de diferentes *crews* chama a atenção para o modo amigável como eles se relacionam. Os diversos grupos não são herméticos e atomizados, não atuam sozinhos, mas constantemente interagem, realizam intercâmbios de idéias e pessoas, executam trabalhos comerciais em conjunto e pinturas urbanas coletivas. Como essas conexões são frutos de afinidades, tanto de estilo como de pensamento, e de amizades que extrapolam os limites grupais, há parcerias mais recorrentes, e outras que jamais acontecem. Entretanto, como em qualquer relação humana, existem diferenças, incompatibilidades e discordâncias – e elas aparecem nas falas de alguns entrevistados, mas todos foram unânimes em afirmar que a camaradagem e o respeito prevalecem nos relacionamentos entre os grafiteiros cariocas.

A integração existente entre as diversas *crews* pode ser confirmada pelas assinaturas das produções que coloreem os muros da cidade, ali figuram lado a lado nomes de representantes de vários coletivos diferentes. É muito comum que dois ou mais grupos se reúnam para pintar, ou que integrantes de diferentes *crews* se destaquem dos grupos de origem e estabeleçam conexões momentâneas com elementos de outros. Corriqueiros também são os encontros e mutirões que

juntam num mesmo muro ou localidade boa parte dos grafiteiros atuantes no Rio de Janeiro.

Alguns entrevistados falaram a respeito da integração entre os artistas urbanos no Rio de Janeiro:

- No grafite, a gente tem essa política, aí, de pintar um painel gigante unido, né. A gente se mistura com o maior galerão e acaba pintando uma tela gigante. É bem diferente de um artista de quadro, aquele cara que pinta um quadro sozinho e se difere muito de qualquer outro tipo de artista porque não tem esse negócio do ego. A gente aqui, pô, compartilha mesmo, compartilha a paisagem, compartilha tudo (...) às vezes eu começo um desenho e o cara ali vai e termina pra mim. (Acme)

- Dentro do universo do grafite essa interação entre os artista é muito constante e é uma coisa que é uma das coisas mais positivas. É um ambiente que tem ego, né, no sentido de você ter aquela vaidade do artista, de você ter um gosto pelo seu trabalho (...). Mas, assim, isso é superado no momento que você vai fazer um mural em conjunto com outros artistas, porque é muito usual essa coisa de um artista interferir na arte do outro: às vezes, um ajuda o outro a pintar ,dependendo das coisas que exigem mais técnica; outras vezes, o cara abre mão daquilo que ele queria fazer pra fazer uma coisa que interaja mais, que componha melhor o mural, entendeu. Então, assim, artistas estrangeiros vêm pra cá só pra pintar com a galera daqui e aqui, e artistas daqui vão pra lá pra pintar e esse conhecimento é que alimenta a amizade, sabe, essa ação, essa mobilização, essa rotatividade que é um dos grandes pontos altos, assim, do grafite. (Airá “O crespo”)

A heterogeneidade dos elementos que compõem o circuito carioca de grafite é outro aspecto importante que ficou evidenciado nos eventos aos quais compareci. No Rio de Janeiro, há grafiteiros e grupos com perfis bastante distintos. É uma diversidade tanto humana, como de estilos e ideologias, diferenças que aparecem nas atitudes e nas pinturas que fazem. Pude constatar essa pluralidade não apenas no público que frequenta a Severo 172 e nas imagens lá expostas, mas também nos outros acontecimentos que presenciei, nas falas dos meus entrevistados e, sobretudo, nos grafites que ocupam os espaços urbanos.

Esse ecletismo de estilos dá pistas sobre a relação que o grafite carioca mantém com o *hip hop*. Apesar de o grafite ser um dos elementos da cultura *hip hop* e de haver chegado ao Rio também por intermédio dela, hoje boa parte dos grafiteiros que atuam na cidade estão não está ligada ao movimento.

- Eu acho que o grafite como elemento, eu acho que é o único que não precisa do *hip hop* pra poder sobreviver, né. (...) O grafite não precisa, entendeu, não precisa de rap, não precisa de dança, porque, pô, eu faço grafite e posso ouvir forró, posso ouvir funk, posso ouvir lambada, pagode, qualquer coisa, entendeu, música clássica. Então, se você perguntar a cada grafiteiro a música que ele ouve, você vai ficar impressionada. (...) E *hip hop*, assim, tipo, existem pessoas que fazem grafite com estilo do *hip hop* e tal, mas eu acho que foi uma fase, foi bem inicial e todo mundo fazia isso, influência americana e tal. Mas o grafite, ele é o único elemento rotulado de hip-hop que não precisa de hip-hop porque ele é liberto, ele não precisa de nada disso pra poder sobreviver. Se tiver uma parede, se tiver tinta, a gente vai pintar, se não tiver *spray*, vai meter um pincel na parede, vai meter um giz de cera, vai fazer qualquer coisa, então... (Marcelo Eco)

- Eu acho que o grafite é um elemento do *hip hop*, mas o hip-hop não é um elemento do grafite, sabe. Um pode acontecer sem o outro, tudo bem, mas quando se fala *hip hop*, a gente fala de grafite, *Bboy*, DJ e MC, quando a gente fala de grafite, a gente não necessariamente fala grafiteiro, *Bboy*, MC... entendeu? Eu acho que é isso. (Preas)

- Nem todo mundo que faz grafite está ligado ao *hip hop*, né. Mas já é uma coisa que faz parte uma da outra, são quatro elementos, né, são os quatro elementos da cultura: o grafite, o *break*, o *rap* e DJ. Então, é uma coisa que está interligada, entendeu. Mas tem muita gente que faz a parada e não está nem aí pro movimento *hip hop*. (Acme)

- Hoje em dia, o grafite continua sendo um dos quatro elementos do *hip hop* e já é um movimento artístico independente do *hip hop*, é uma vertente separada. (BR)

A institucionalização da estética do grafite, revelada na Severo 172 tanto pela comercialização de telas e souvenirs como pelo próprio encarceramento da linguagem dentro da galeria, por mais alternativa que esta possa parecer, também é notória no circuito carioca de produção de grafite. Telas são expostas e vendidas em galerias e lojas especializadas, que comercializam ainda peças de roupa e outros objetos customizados por grafiteiros, que também realizam trabalhos publicitários.

Um momento importante do processo de institucionalização do grafite carioca foi a exposição *Fabulosas Desordens*, organizada em março de 2007 pelo Centro Cultural da Caixa, que dedicou um amplo salão às obras de grafiteiros brasileiros e estrangeiros e uma semana a debates, mostras de filmes sobre grafite, além de um *workshop* de dois dias ministrado pelos grafiteiros Preas e Chico, integrantes da *crew* carioca Nação, que culminou numa intervenção



coletiva na torre de ventilação do metrô Rio, na estação Carioca (espaço previamente liberado para tal fim).

Fabulosas Desordens foi um evento marcante para o grafite carioca por ter sido simultaneamente a primeira exposição de grande porte de grafite no Rio de Janeiro e a primeira vez que uma instituição cultural de grande porte abriu se abriu para a arte de rua nesta cidade. Os artistas urbanos - entre expositores, palestrantes e público - foram as estrelas e os convidados de honra do evento, ocupando com suas pinturas, idéias e gírias um espaço até então fechado para eles. A seriedade e a frieza do prédio pareciam contrastar com a informalidade das mochilas, bonés, tênis, tatuagens, gírias e cores dos grafiteiros e seus grafites. As paredes ganharam imagens coloridas, a sala de debates foi preenchida pelo som do *hip hop* e os corredores pelo burburinho dos grupos de jovens grafiteiros e pichadores que ali se reuniam durante os intervalos do debates.

Entre expositores e palestrantes figuraram veteranos famosos do grafite brasileiro e internacional, como os paulistas Binho, Vitché, Nunca, Zezão, Flip, Onesto e Tinho, os alemães Loomit e Stohead, o nova-iorquino Daze, os franceses Scien e Klor, o espanhol San, além dos cariocas Ment, Bragga (integrantes da *crew* Nação), Toz, BR e Piá (representantes da Flesh Beck Crew), Acme (dos grupos Rimas e Tintas e Destruidores de Visual) e Akuma (sem *crew*).

Voltando a falar da Galeria Severo 172, pode-se dizer que ela é um indício do estado limiar em que se encontram muitos grafiteiros cariocas, divididos entre os usos marginais e a institucionalização do grafite. Isso porque foi idealizada e é mantida pela Nação, uma *crew* que, originalmente, não tinha pretensões comerciais e fazia do grafite, em muitas ocasiões, uma ferramenta de denúncia e protesto. Um grupo formado por jovens da periferia, alguns dos quais, ainda hoje, tentam manter nas ruas uma postura contestatória ou que não abrem mão do grafite ilegal. Esta parece ser uma situação comum a outros grafiteiros cariocas. Todos os entrevistados,

inclusive aqueles que acreditam que a essência do grafite esteja nas ruas e em seus usos marginais, executam ou já executaram algum tipo de trabalho comercial utilizando a estética do grafite, em parte por necessidade de sobrevivência, em parte pelos benefícios advindos da comercialização desta linguagem.

O reconhecimento de que há uma certa tensão entre os usos maiores e menores do grafite carioca, de que este transita entre a marginalidade e a institucionalização, é inclusive, uma das principais constatações da minha pesquisa. Para ilustrar essa situação, descreverei abaixo outros dois momentos da minha pesquisa de campo: primeiro, uma intervenção coletiva de grafite; em seguida, um dia na rotina de trabalho de dois jovens grafiteiros.

Numa manhã de domingo, debaixo do sol quente, cerca de 40 grafiteiros com idades entre 11 e 35 anos, aproximadamente, se espalham em uma pequena praça em Jardim Catarina, periferia do município de São Gonçalo, região metropolitana do Rio. Conversando com eles, descobri que não eram todos moradores daquela cidade, muitos haviam saído de bairros periféricos do Rio de Janeiro e da Baixada Fluminense para participar do mutirão, onde, munidos de latas de tintas *spray* e látex e rolos usados na pintura de paredes, mudavam a paisagem colorindo o muro alto e extenso que separava a praça das construções vizinhas, além da rampa de *skate* e de uma caixa de energia. O muro alvo da grafiteagem era público, “sem dono”, como me explicou o organizador do evento.

Quando eu cheguei lá, por volta das onze horas, metade do muro estava sendo ocupada com algumas pinturas já em estado bem adiantado, de forma que já era possível reconhecer as feições dos personagens e as letras que surgiam. Alguns grafitavam se guiando por modelos previamente esboçados em seus *blackbooks* ou num pedaço de papel, outros dispensavam esse recurso e com jatos de tinta certos iam desenhando traços precisos no muro. Um grafiteiro pintava com fones nos ouvidos, enquanto um grupo compartilhava o som que saía das pequenas

caixas de um *microsystem*. Enquanto eu observava, alguém passou por mim distribuindo filipetas divulgando um evento de *hip hop*.

Ao redor dos artistas, sentados nos bancos da praça, debaixo de árvores ou ocupando as poucas mesas de um bar localizado em frente ao muro, outros jovens observavam, dividindo espaço com as mochilas e latas de *spray* espalhadas por ali. Uns apenas olhavam, outros apontavam e faziam comentários, havia ainda aqueles que conversavam enquanto dividiam uma garrafa de cerveja. Entre os observadores, alguns esperavam sua vez de pintar, aguardando que o Bruno Fada, organizador do evento, fizesse a divisão do espaço livre do muro, que ainda estava sendo preparado para receber o grafite. Uma boa camada de tinta látex lilás aplicada com a ajuda de rolos ia, aos poucos, cobrindo a antiga pintura e formando o fundo do painel, a base sobre a qual os grafiteiros desenvolvem seu trabalho.

O clima era bastante informal e um burburinho animado percorria a praça. Os moradores passavam, paravam, observavam, alguns se aproximavam, faziam perguntas ou comentários. Outros se reuniam diante de seus portões, nas calçadas em frente às suas casas ou na praça para acompanhar a ação dos grafiteiros. Também havia algumas crianças, principalmente meninos, correndo e pedalando suas bicicletas por ali, enquanto outros com cerca de 10 ou 12 anos, alunos de oficinas de grafite, acompanhavam seus professores e pichavam seus *bombs* na pista de *skate*.

De repente, os grafiteiros que esperavam a vez se agruparam, sob a supervisão do Fada, debaixo de uma árvore diante do muro lilás, onde começou o falatório. Era a divisão do muro. Após alguns minutos de conversa conduzida pelo Fada, ele se destacou do grupo, caminhou em direção ao muro com uma lata de *spray* na mão e começou a fazer as marcações, indicando o nome da pessoa que deveria pintar ali e se ela iria desenhar personagem ou letra. Em seguida, eles abriram suas mochilas, pegaram suas tintas e começaram a grafitar.

Chamaram minha atenção, a criatividade e os improvisos dos rapazes, que diante da precariedade de recursos, dividem a tinta, empilham engradados de cerveja, caixotes de madeira e grandes galões de lata para suprir a falta de escadas e adaptam cabos de vassoura na ponta dos rolos de tinta para alcançar o topo do muro.

Os fatos observados naquela manhã em São Gonçalo coincidem com os relatos dos meus entrevistados acerca dos mutirões que acontecem nas periferias e favelas cariocas. O acontecimento descrito acima é mais um desses encontros informais que reúnem grafiteiros em torno do prazer de pintar livremente na rua, intervindo na paisagem e na comunicação visual da cidade.

Para contrastar com a marginalidade, a informalidade e a liberdade da ação dos grafiteiros e dos grafites realizados em ocasiões como o mutirão narrado aqui, eu poderia citar mais de um evento. Poderia descrever, por exemplo, o estúdio dos grafiteiros-designers da Flesh Beck Crew, localizado na Lagoa, bairro nobre do Rio de Janeiro, ou as lojas que o mesmo grupo mantém no Fashion Mall, na Barra e em Ipanema. Entretanto, opto por contar a rotina de um dia de trabalho dos grafiteiros Bobi e Kaja. Escolhi descrever a tarde que passei com eles, pois percebi que, assim como o grafite, estes dois jovens transitam entre dois mundos tendo o *spray* como passaporte.

Grafiteiros desde 2000, quando trocaram a pichação pelas imagens do grafite, Bobi e Kaja integram, desde 2005, o coletivo Posse 471, formado pela união de quatro grafiteiros da Baixada Fluminense, localidade de onde saem diariamente para trabalhar em áreas nobres da cidade, onde sua arte é admirada e consumida. Ambos prestam serviços para a grife Addict coordenando e ensinando numa oficina de grafite que funciona nos fundos da loja no Leblon. Lá, de segunda a quinta-feira, ensinam técnicas de desenho para meninos de classe média alta da Zona Sul, que, em maio de 2007, época em que a entrevista foi realizada, pagavam 260 reais por 4 horas de aula

por mês. Eventualmente, Bobi e Kaja também fazem outros trabalhos para a Addict, como telas, pinturas decorativas em quartos e lojas, todos baseados na linguagem do grafite urbano. Os finais de semana, segundo me contaram, são reservados para pintar na rua, em favelas e para participar dos mutirões de grafite.

A Addict é uma firma criada por dois jovens surfistas da Zona Sul do Rio de Janeiro e que atende a um público bastante específico. Roupas seguindo o estilo *street* e *street-chic*, como bermudas de *street* com risca de giz, calças de alfaiataria numa versão mais esportiva, bonés, casacos, além de camisetas customizadas por artistas (e grafiteiros) brasileiros e desenvolvidas em série limitada, além de tinta *spray* importada estão entre os produtos vendidos na loja de interior colorido por grafites.

Encontrei-me com eles numa tarde chuvosa de quarta-feira, no bairro de Triagem, Zona Norte do Rio de Janeiro, onde está situado o escritório da Addict. Logo ao chegar à rua que me fora indicada, um muro totalmente grafitado chamou minha atenção, fiquei sabendo depois que aquelas pinturas são produto da intervenção dos alunos da oficina de grafite. Fui recebida na sala da casa que funciona como escritório da marca, um lugar simples e com pouca mobília - apenas um sofá, uma mesa de centro e uma escrivaninha – e algumas telas de grafite nas paredes. O restante do espaço era tomado por um grande volume de pacotes e embrulhos, dando a impressão de funcionar também como depósito de material. A sala dava acesso a um corredor e a outros dois cômodos, que pareciam abrigar a administração e o estúdio gráfico. Ficamos ali por quase uma hora, mas não conheci o restante do espaço. Enquanto o Bobi falava comigo, o Kaja pintava um personagem numa tela, intervindo, vez ou outra, na conversa.

Cerca de meia hora após o início da entrevista, o Bobi me disse que teríamos que interrompê-la, pois eles precisavam ir para a loja, no Leblon, onde dariam aula para uma das turmas da oficina. Como eu ainda tinha muitas perguntas a fazer aos dois, fui convidada a

acompanhá-los. Antes de sair, o Kaja solicitou a uma funcionária que trabalhava lá, o material para os novos alunos do curso. Saímos da casa por volta das quatro horas da tarde.

Após quase duas horas de viagem realizada em duas conduções diferentes, chegamos à loja, onde uma turma de oito meninos, com idades entre 10 e 15 anos, aguardava os instrutores. Após os cumprimentos de praxe, os garotos se sentaram ao redor de uma grande mesa retangular com lápis e papel nas mãos. Bobi e Kaja pediam que colocassem em prática o que fora aprendido até ali, tentando desenvolver um rascunho do que seria pintado no muro como tarefa final daquele módulo do curso. Enquanto os meninos desenhavam – alguns com bastante desenvoltura, outros sem a menor habilidade – os professores observavam, fazendo comentários, elogios ou correções. Assim transcorreu a aula.

Quando saímos de lá, já estava escuro. Concluímos a entrevista numa lanchonete e fomos em direção ao ponto de ônibus, onde nos despedimos. Já eram quase oito horas quando Bobi e Kaja embarcaram na condução que os conduziria à Central do Brasil, onde pegariam o ônibus da linha 471 que os levaria de volta para casa. Era hora de descansar porque no dia seguinte a batalha recomeçaria.

Naquela tarde, ficou clara para mim a posição limiar em que se encontra boa parte dos grafiteiros cariocas, divididos entre sua atuação profissional e o uso livre e marginal do *spray*, entre suas vidas simples na periferia e a riqueza dos que consomem seus grafites, entre o anonimato das ruas e a badalação da fama, das exposições em galerias e das entrevistas que dão para a imprensa. Condição expressa nas palavras do Chico:

- Por mais que esteja aqui na Lapa, com escritório, vivendo esse mundo aqui, respirando o mundo de grafite, o pessoal gringo vindo (...), mas eu ainda sou o mesmo cara lá do Engenho Novo, entendeu? (...). Eu acordo lá no Lins, no Engenho Novo. Eu acordo de manhã e vejo lá a bala comendo e depois volto pra cá com um sentimento totalmente diferente porque eu não vejo a bala comendo aqui, não vejo. Eu acho que tem casos isolados, de vez em quando, mas não é

no mesmo ritmo que lá. Você não vê a miséria no mesmo ritmo que lá, entendeu. Então, às vezes eu me sinto meio que excluído, tá entendendo. (Chico)

O processo de institucionalização do grafite urbano e seus efeitos serão retomados e discutidos no próximo capítulo.

### **4.3 Pela cidade: grafite e comunicação urbana**

Ao ar livre, do lado de fora das paredes das instituições, o grafite, como um elemento da comunicação urbana, dialoga e interage com a cidade e com seus habitantes, colore e modifica o ambiente.

- O grafite é parte da comunicação, é coisa visual, né, que todo mundo passa, olha, pega pra si, né, tipo assim, a gente faz um grafite numa via pública, um monte de pessoa passa, passa olhando, todo dia... (Marcelo Eco)

- [o grafite de rua] é como as histórias em quadrinhos, né, é uma coisa intelectual e estética que a pessoa assiste, entendeu. A pessoa anda de ônibus e assiste essa guerra de estilos que tem em toda a cidade, aí, e toda essa caligrafia que ela não entende e cada vez mais as pessoas vão se tornando íntimas disso, (...) e isso vai se tornando mais claro. Porque, no início, é muito embolado, mais depois isso vai se esclarecendo conforme a intimidade, entendeu. E isso é bom porque vai abrindo a mente das pessoas, eu acho que vai, de alguma forma, vai trabalhando a mente das pessoas de uma forma criativa. (...) É melhor do que aquela cidade preta e branca, cinza, que não tem cor nenhuma. (Acme)

- Eu acho que o grafite é uma ferramenta muito boa pra você estar se comunicando com a massa da população mesmo, que são as pessoas que transitam na rua. E as pessoas que podem observar os grafites são as pessoas que andam de ônibus, quem tá de carro geralmente não vê muito, né, são os pedestres, são as pessoas que são o povo mesmo, que estão na rua. Então é essa possibilidade, né, de você decorar, de você estar mudando a cara de um ambiente. (Airá, o Crespo)

- Então, a nossa proposta (...) é realmente colorir, levar algum tipo de sentimento às pessoas, que seja de felicidade, de tristeza, de surpresa, sacou, às vezes de ver num lugar que nunca imaginou um boneco interagindo ali, sacou. E até uma comunicação direta entre os personagens e a pessoa, né, então porque olhou ali e rolou aquela troca, né. É isso. (Toz)

A respeito da interação entre as imagens do grafite e a cidade que o acolhe, não ocorre apenas a interferência do primeiro sobre a paisagem ao seu redor. Em muitos casos, o oposto também se dá, isto é, o grafite reflete seu entorno, repercutindo questões e problemas urbanos e também retratando seus aspectos peculiares, sua gente, seu cotidiano.

- Eu gosto muito de pintar pessoas, personagens na verdade. Eu crio personagens em cima das pessoas que eu vejo no dia-a-dia. Geralmente são pessoas... como eu ando muito de ônibus e de trem eu tento ver essas pessoas como meus personagens, o carinha que tá vendendo alguma coisa no trem, o carinha que tá voltando da batalha, um coroa, uma parada assim. Então, eu tento passar essas pessoas pros meus grafites na forma dos meus personagens, então eu tiro muita referência disso. (Criz)

- No meu início, eu normalmente só desenhava criança, criança com um olhão assim, um olhão pra cá e o outro pequenininho, chorando, eu só desenhava isso. Depois, eu comecei a desenhar muito mendigo, entendeu, muito velho, derrota, velhice, tristeza. Hoje, eu estou pensando mais na identidade do brasileiro que é aquela coisa de nordestino, a cultura nordestina, que eu acho que é uma cultura muito mais brasileira do que a gente convive aqui na capital, entendeu. (...) São coisas que eu vejo, entendeu. Não moro em Copacabana, eu não moro na Barra, eu moro no Barreto, periferia de Niterói, onde tem coisas que eu vejo e desenho. Se eu morasse lá, de repente, eu desenharia arvorezinha, bonequinhas e tal, mas eu não vejo isso. É o que eu vejo, eu desenho o que eu penso, o que eu vejo, situações que estão no meu cotidiano e que eu passo pra parede. (Akuma)

- O subúrbio pra mim é um tema central. O subúrbio mesmo, as coisas que mais as pessoas tentam esconder. O subúrbio sujo mesmo, mendigo, prostituta, o tráfico, essas coisas todas. (Chico)

- O meu tema central, eu vou te falar que eu estou agora numa transição porque, antigamente eu reclamava muito, entendeu, agora eu estou querendo ao invés de reclamar mostrar as coisas boas. Porque eu mostrei muito o lado negativo da favela, todo aquele problema social que é as crianças se perdendo no tráfico, e tudo isso eu sempre retratei muito. Sempre gostei muito de retratar essas coisas porque é realmente a coisa que me inspirava, né. E agora eu tô querendo ver o outro lado da favela, que é aquela coisa boa de você estar num lugar onde existe a vizinhança, existe uma família grande, entendeu, onde todo mundo fala com todo mundo. Então, pô, apesar de a favela ser um lugar onde tem todo esse problema do tráfico, as guerras e da miséria, existe muita felicidade, entendeu. (...) Então, tipo, tem o lado bom e tem o lado ruim. E agora eu estou querendo levantar esse lado bom da favela, entendeu, que é o visual, que é aquela coisa bonita do menor que cresce soltando pipa. Então, eu estou querendo representar outras coisas agora. Fugir um pouco do problema. (Acme)

É importante notar que boa parte dos grafiteiros entrevistados demonstra ter a percepção de que seu grafite será visto e lido pelos transeuntes, funcionando como uma forma de comunicação entre eles, como fica bem claro nas falas transcritas acima. Daí decorre, em parte, a



preocupação com aspectos estéticos e também com o conteúdo a ser transmitido pelas mensagens, um cuidado que também costuma relacionar-se à postura artística dos grafiteiros, preocupados com aprimoramento de sua arte.

- Nossa proposta é, tipo, sempre evoluir na nossa arte, nos desenhos, nas cores, nos escuros, nos próprios lugares que a gente pinta, assim, eu acho que a gente tá sempre tentando interagir de uma forma que agrada o visual, né, do lugar, das pessoas, sacou. A gente tem uma preocupação porque a gente tem essa formação de designer, entendeu. Tipo, a gente cria logomarca, a gente cria programação visual pra empresas, estampas, pô, então por que é que o que a gente vai jogar na rua a gente não vai ter uma preocupação, entendeu? Então, a gente se preocupa como o cara que cria o outdoor (...) A gente cria outdoors pra empresas também, de comerciais, de design, trabalho de design, como a gente cria os nosso próprios outdoors, que são os nossos desenhos pelas ruas, nossas produções, né. Então, a gente pára ali, a gente tem um consenso, a gente escolhe cor de fundo, a gente escolhe... cada um pinta com uma cor, cada um faz uma coisa. Eu acho que isso tudo, é a nossa proposta de evolução dos trabalhos da rua. (Toz)

Muitos deles afirmam não pintar – nunca, nem sempre ou não prioritariamente - para os possíveis observadores de suas imagens, grafitam primeiramente para si próprios. E nesse processo, expressam suas próprias idéias, suas crenças, seus valores, seus gostos pessoais. Os *bombs*, mas não apenas eles, aparecem como uma dessas expressões da individualidade do artista, que também pode surgir na forma de mensagens poéticas, políticas ou religiosas, de personagens – algumas vezes um auto-retrato, outras, caricaturas homenageando amigos, pessoas queridas ou personalidades que os inspiram - , paisagens etc. Quando perguntados para quem fazem seus grafites, boa parte dos entrevistados respondeu de maneira semelhante:

- Primeiro pra mim, na verdade, porque é muito bom tu passar e ver uma parada tua na rua. Depois pra pessoas em geral, e quando eu falo eu geral é em geral mesmo, desde morador de rua, até, empresário, até criança, idoso, quem entende daquilo, quem não entende, é muito amplo, isso é que é o mais maneiro. Poderia até falar que, em primeiro lugar é pra essas pessoas, mas, na verdade, sendo um pouco mais sincero, é pra mim, a princípio, e depois pra essa galera. (Bragga)

- Eu acho que, pô, primeiramente, eu não posso mentir, eu grafito pra mim. O momento que me leva a sair de casa e pintar no muro sou eu. Mas após essa chegada no muro e começo do trabalho, acho que você já começa a pensar nas pessoas. (Chico)

- Eu pinto pra mim. Eu tava até conversando com um amigo meu que está começando a pintar e estava preocupado de acharem o grafite dele feio. Eu falei pra ele “Cara, pinta pra você. Você é que tem que achar que está maneiro. Se você não achar que está maneiro, se você ficar preocupado em outras pessoas acharem que está maneiro, você não está fazendo grafite, você está fazendo desenho pras pessoas.” Então, assim, meu público-alvo, na verdade, sou eu, sendo que eu quero que as pessoas achem alguma coisa, se está feio, se está bonito, se está torto... aquilo ali tem que causar uma reflexão nas pessoas. Meu público-alvo sou eu mesmo. (Criz)

Na rua, o grafite não fala somente do meio urbano e de seus habitantes, nem de seus executores e suas idéias, fala também de si próprio, se auto-propagando. Muitos grafiteiros relataram que o interesse pela prática da grafiteagem foi despertado por grafites que viram pelas ruas. Assim, ao colorir os muros urbanos, o grafite não apenas se exhibe para a população, ao mesmo tempo se oferece como meio de expressão, disponível a quem quiser utilizá-lo, convidando a experimentar novas formas de vivenciar e ocupar a cidade.

- Eu acho maneiro [ver os próprios grafites nos muros da cidade], assim sabe, porque você se sente parte de um lugar que, às vezes o tempo todo quer te excluir, sabe qual é, você está disputando com várias paradas. Você poder interagir nisso é pra poucos, sabe qual é. Hoje em dia cresceu muito, mas são muito poucos que têm essa interação com cidade, interação real, sabe qual é, você passa a não ser só um expectador, passa a ser coadjuvante, passa a atuar diretamente com a cidade. Então essa sensação não dá pra explicar muito. (Bragga)

- Passo por aqui sempre procurando um muro. Ando mapeando a cidade. (Kaja - Posse 471)

- Eu acho que 99% das vezes você se sente ótimo de poder chegar no meio da rua e esticar uns desenhos, uma letras gigantes, teu nome lá, neguinho vai passar e falar que viu, pô. Ou, de repente, um próprio moleque assim conheça, moleque que seja vendedor ambulante, fala “Caraca! Tu que é o Chico? Valeu, irmão, eu sempre vejo teu nome.” Pô, tu se sente ótimo! (Chico)

- Por exemplo, se eu fizer um grafite aqui, eu posso passar lá mil vezes, as mil vezes eu vou olhar ele. Ou de felicidade, ou pra ver se alguém colocou o nome em cima, ou... pra tudo isso. Eu sempre vou passar e olhar pra ele, eu sempre vou me sentir feliz. (Chico)

Entretanto, apesar efetuados por um único instrumento, o *spray*, os modos de apropriação do espaço público urbano pelos jovens grafiteiros variam radicalmente, segundo o grupo, os objetivos e as ações dos grafiteiros e o lugar onde elas acontecem. No Rio de Janeiro há vários

coletivos, cujos diferentes perfis resultam em maneiras específicas de ocupar os muros da cidade. Por exemplo, enquanto a *crew* Flesh Beck tem uma preocupação mais estética, o grupo Inimigos do Estado (INDE), extinto em 2007, apostava na ilegalidade e na subversão do grafite vandal, atitudes que perduram nas ações individuais dos ex-integrantes do coletivo. Entretanto, um mesmo grafiteiro ou grupo pode, dependendo do momento, do lugar e da intenção que motiva cada uma de suas atuações apropriar-se do espaço urbano de diferentes formas.

- Dentro da favela eu penso mais em comunicar com ela, né. Na rua, eu já não tenho tanto essa preocupação, apesar de eu ter falado pra você que eu pinto tanto pra classe média quanto pra classe baixa, mas na favela eu já tenho uma preocupação maior porque lá é... depende do lugar, né, que inspira, inspira alguma coisa e você vê lá que é um lugar de necessidade e, de repente, pô, fazer alguma coisa pra alegrar a vida dessas pessoas, aí você pensa nisso e vai realizando. Na rua, pô, a gente sai bombardeando porque é isso mesmo, é guerra de informação, né, você vê um outdoor gigante, uma placa enorme, então você encaixa um nome também, então é tudo uma coisa que se mistura na cidade. (Acme)

Alguns grafiteiros revelaram existir a preocupação em procurar lugares estratégicos para pintar. Muros localizados nas avenidas onde o trânsito e a circulação de pedestres é intensa – como a Presidente Vargas, por exemplo - e lugares altos, por causa do difícil acesso, proporcionam grande visibilidade aos grafites e são, por isso, escolhidos por quem quer ser visto. Às vezes, existe também o cuidado de evitar espaços onde a permanência do grafite seja comprometida.

- Acho que hoje em dia a gente pinta mais no Centro, né. Até por uma questão de sagacidade mesmo, né, por exemplo a gente poderia ir em Irajá, ir em Realengo, ir em Queimados, como a gente já foi e já pintou nesses lugares, né, e ainda iremos com certeza é uma questão das oportunidades mesmo aparecerem e a gente executá-las, mas as pessoas desses bairros virão para o Centro, então é mais prático, né, mais adequado, né, a gente arrebentar o Centro. Vai todo mundo vir pro Centro mesmo. (Preas)

- Pô, é muito difícil arrumar tinta, entendeu (...) Eu trabalho, trabalho e arrumo 300 reais, gasto tudo de tinta, um monte de tinta boa, importada... vou lá e faço uma produção bonitona ali na rua. Chega amanhã vem um maluco e “vrum”, rata tudo, passam “Compro carros” em cima,

propaganda. Dou 300 reais numa pintura? É uma parada maneira, mas depende muito. Eu gosto de fazer uma parada pra ficar mais eterna. Quanto mais eterno melhor. Quanto mais tempo durar... Porque tu gasta teu dinheiro com tinta, tu arruma tinta na maior dificuldade, tu vai pintar, no dia seguinte ou dois dias depois não tem mais o teu grafite lá, apagaram. Pô, é muito ruim, cara. (Stile22)

- Tanto que o pichador de verdade, ele não pinta lugar que é feito com tinta – é o tintão que a gente chama – só os bagulhos eternos e a gente da Inde, a gente procurar seguir essa mesma linha. Fazer no alto pra propaganda não apagar, fazer em lugares que a gente sabe que vai durar. (Anarkia)

- A parada é dificultar a maneira de eles apagarem, entendeu. Então, a gente tem que buscar os lugares mais estratégicos pra gente pintar, mais difíceis de eles pintarem ou lugares que vão apagar, mas que seja mídia. (Stile22)

Há quem prefira pintar perto de casa, por causa da facilidade e da comodidade, mas também para marcar a região onde mora. Há ainda os que optam favelas e bairros da periferia com o objetivo de colorir esses ambientes, mudando, com a arte dos grafites, o aspecto de muros e paredes degradados.

- Eu pinto mais no morro porque é tipo o quintal de casa, né. (...) Colore a favela, deixa o ambiente mais alegre... (Acme)

- Desde o início, eu sempre achava que o grafite tem que ser pra periferia, né. Até mesmo porque cabe mais, né, fica mais bonito na periferia, que esteticamente é bem feia, com grafite, com várias cores dentro da comunidade, dá uma cara melhor, né. Mas se tornou um pouco de egoísmo também, né, tem gente na Zona Sul que quer grafite também na rua, quer um grafite no muro da casa dela, né, e tal. (...) Mas eu achava que a parte de periferia, Centro da cidade, entendeu, que é bem cinza, dentro da Zona Norte e em alguns lugares da Zona Sul também, eu sempre achei bem legal, assim, fazer grafite também, mas eu acho que a Zona Sul ela já é muito bonita, né, e nem todo lugar você pode pintar na Zona Sul, né. Então, por ser mais prático você pintar em comunidade, em periferia - e eu acho que tem mais a ver, né, e pra você conseguir uma parede também é muito mais fácil. Mas eu acho que também é um pouco de egoísmo da minha parte, assim né, porque como eu disse, o grafite ele não tem barreira. (Marcelo Eco)

- Eu gosto muito de pintar na Zona Oeste, que é onde não tinha grafite até pouco tempo atrás. Na Zona Sul tem um montão, porque as pessoas da Zona Sul pintam na Zona Sul ou no Centro, as pessoas da Zona Norte pintam na Zona Norte ou no Centro. Então, porque é que eu vou sair de lá de onde eu moro pra pintar na Zona Sul ou no Centro? Até porque é longe pra cacete. Então, eu pinto onde eu moro e as pessoas de lá vêem o que é o grafite. (Criz)

- Eu acho que tem a preocupação em mudar não a cara da cidade, do Rio de Janeiro, tem a preocupação em mudar a cara do lugar que é feio e sujo, dar vida a esse lugar. Praticamente, na favela você vê muita casa de madeira, muro mal feito. Então, esse lance de pintar na favela, ele já colore a favela, dá um visual na favela mais alegre. Essa é a idéia. A idéia não é mudar a cara

da cidade, pra isso tem aí os prefeitos pra fazer obra em praça, a idéia é mudar a cara do que é feio, o lugar que é sujo, você transformar aquilo ali num lugar em que você se sinta bem. (Bobi – Posse 471)

Algumas dessas ocupações são legais, isto é, efetuadas em “muros liberados”, onde a pintura é aceita ou até mesmo encomendada pelos “donos do muros”, outras tomam ilegalmente espaços e veículos privados.

Além da diferenciação quando ao local ocupado, os grafites também variam quanto à forma pela qual se apresentam no meio urbano.

As produções e pinturas elaboradas e multicoloridas decoram e enfeitam a cidade, melhorando a aparência de áreas sujas e degradadas, já os *bombs* funcionam mais como marcadores da passagem e da intervenção dos grafiteiros e seus grupos em determinada localidade.

- O *bomb* é uma coisa assim que você sai largando, né, sai extravasando mesmo. E uma pintura é um capricho, né, uma coisa que você faz caprichada. E o *bomb* é mais de adrenalina, resgata mais um pouco aquela época lá que eu pichava. (Acme)

- Fazer uma produção, entendeu, fazer uma parada com tema pra neguinho ver que parada é doideira, só que a parada do *bomb*, de fazer a letra já é outra parada, entendeu, é uma parada de lugar estratégico e tal.(...) é mais o lugar do que as técnicas, entendeu, é uma parada jogada mesmo. (Stile22)

Ainda a respeito da ocupação dos espaços urbanos pelo grafite, é importante registrar aqui que, apesar de se tratar de uma prática livre de regras que determinem os modos de ação dos seus executores, existe uma certa ética entre os pichadores e grafiteiros. A ética das ruas, que é tácita e não dispõe, portanto, de registros formais, pode ser resumida na palavra respeito.

Respeito, em primeiro lugar, pelos grafites e pelas pichações alheios. Não se pode “atropelar” ou “ratar” ninguém, isto é, não se pode apagar nem pintar por cima de *tags*, *bombs* ou desenhos de outros pichadores ou grafiteiros.

- Então, a ética é essa: é respeitar o espaço, entendeu, do pichador, do grafiteiro. (...) Porque existe o respeito pelas coisas que já estão no muro. O cara chega hoje, ele tem que respeitar quem já está ali. Ele não pode chegar e atropelar, entendeu. Tem as assinaturas dos pichadores, entendeu, todo mundo se conhece na rua. (Acme)

- Todo mundo respeita o outro, né. Tipo, um grafite bem antigo, geralmente, se está antigo a gente passa por cima, se está sujo, está bem velho a gente pinta por cima. A ética que tem é: pô, um grafite novo do cara, eu não vou chegar e vou tacar por cima, né. Lá fora tem isso, tipo se o cara começou hoje e pinta na rua, o cara vai chegar e vai tapar o nome dele, entendeu, só porque é novo, só porque a pessoa é nova e tal no grafite. Mas, tipo, aqui no Rio de Janeiro tem muito respeito. (...). Tem o lance da pichação, né, que no Rio também é bem forte, então você tem que respeitar o pichador, o espaço. Acho que cada um tem seu espaço, né. Acho que da mesma forma que você tá pintando na rua, o cara também... se o cara tá fazendo legal ou ilegal, eu acho que tem que ter um respeito em relação a isso. (...) O meu [grafite], o pessoal respeita muito, assim. Porque eu também respeito, né. Eu acho que a questão é respeitar pra ser respeitado (Marcelo Eco)

- Rola de não apagar uma pintura que já tenha no muro, tem esse cuidado de estar respeitando a pintura do outro. Às vezes rola com a pichação também, de não apagar certas pichações também, tem uns muros que são eternos e assim tem pichações de pichadores que já morreram, muito antigas. Acho que a única ética que rola é essa mesmo. (Om)

Quem não observa esse princípio, perde o respeito dos demais, podendo até tornar-se alvo de retaliações.

- De certa forma, né, quem não respeita não é respeitado. Eu vejo muito grafite apagado por pichador. E quando eu reparo quais são esses grafites, né, eu reparo que são os grafites de quem não respeitou as pichações. Por exemplo, tem uns muros que a gente chama de eternos, que são os muros que não são pintados, né, eles são de pedras, são de cimento cru, né, não tem uma camada de tinta ali, de pintura. Isso, pela capacidade da tinta, né, pela qualidade da tinta spray isso propicia uma maior durabilidade ali da pichação. Aí tem grafiteiro que taca látex em cima desse muro, faz uma pintura e apaga a pichação que já está ali há dez anos, de repente, que teve uma história ali, daquele pichador ali, que pô, né, praticou isso durante anos, de repente pra poder esse grafiteiro hoje e dia fazer o grafite dele, né. (...) Tem que respeitar pra ser respeitado, né. E aí, eu vejo muito isso, né, o pichador apagando o grafite, pichando em grafite por isso. Quem é pichador mesmo, sabe quem é grafiteiro mesmo e vice-versa, entendeu. Quer dizer, tiro até exemplo de mim, eu vejo, as vezes pichações que eu sempre vejo numa determinada, né, adaptação, eu vejo toda torta pra não passar por cima do meu *bomb*, pra não passar por cima. Até o meu *bomb* os caras respeitam, né, imagina assim uma pinturinha, né, uma produçãozinha um pouquinho mais elaborada, né. Quer dizer, está nisso, porque eu não apago a pichação. Se eu puder deixar a pichação lá eu deixo, né, tem tanto muro aí pra gente pintar porque vai estragar a história de alguém, vai ter sua história estragada, né. (Preas)

- Não adianta o cara chegar e pensar que vai fazer grafite porque o grafite está em alta hoje na mídia e ele vai ser grafiteiro e vai ser melhor que um pichador, né. Porque ele continua aqui na rua. (...) O cara não tem como fugir disso aqui, então ele tem que respeitar isso aqui. Não pode chegar aqui, atropelar uma parada e sumir da rua e achar que isso aqui vai ficar assim, porque alguém vai ficar puto com ele, e um vai ratar ele, entendeu. (Acme)

Na hora de ocupar um muro, em pinturas coletivas e em eventos de grafite, considera-se também uma certa hierarquia, como explica o Preas:

- É mais ou menos uma hierarquia militar mesmo, né. O mais antigo, o mais novo, né. O cara que já estudou mais, que já aprendeu mais passa a ser cabo, passa a ser sargento, passa a ser general, enfim... Quem está há mais tempo e produzindo tem esse mérito, vamos falar assim, do que quem está a pouquinho tempo e não produz nada, só fala, né. A hierarquia é mais ou menos essa.

- Como é que isso funciona na prática, na rua, na hora de pintar um muro?

- Ah, sei lá. Deixa ele começar, né. Eu sou humilde. Por exemplo, esse final de semana aí, teve uma pintura que veio grafiteiro lá de fora, o Loomit, que, porra, o cara já está aí há 40 anos, 30, anos que o cara é grafiteiro e na hora de pintar o muro não tem comunicação, o cara é alemão, né, e tudo o mais. Aí, começa todo mundo “Ah, vamos fazer isso!”, “Não, vamos fazer aquilo”, “Não, não sei o que. Eu quero fazer é isso.” “Ah, então vamos fazer não sei o que”. Aquele bate-boca, né, que começa, natural, assim, normal, né. Eu já sabia o que eu queria fazer, o que eu queria pintar, mas fiquei esperando ele, né, que é o mais velho ali, né, o cara, né, começar e depois que ele começou eu falei “Não vou ficar esperando ninguém ficar discutindo, não. Vou começar também!”. E sai começando. Pelo menos de mim, o respeito que rola é esse. Se tem alguém aí que já pinta há mais tempo, se for alguém que eu já tenha acompanhado, já tenha visto alguma entrevista e o cara falou algo ali condizente ao meu pensamento e tal, mais ainda né.

#### **4.4 Os grafiteiros cariocas**

Uma das preocupações da minha pesquisa foi conhecer os grafiteiros cariocas, saber quem são os jovens que marcam a cidade com seus nomes, seus traços e suas idéias. Ocupei-me, portanto, de localizá-los, ouvi-los, saber o que pensam, entender como se relacionam com a cidade, como lidam com os mercados artístico e comercial, conhecer suas trajetórias de vida, o que os motiva a grafitar, para quem e por que o fazem, como se sentem ao fazê-lo.

Aqui, mais uma vez, se confirmou a diversidade que marca o grafite carioca: há muitos grafiteiros e *crews* com diferentes perfis, estilos, ideologias e motivações. Assim, não foi possível descobrir precisamente quantos e quem são os escritores e as grupos que atuam hoje na cidade – nem mesmo os próprios grafiteiros sabem ao certo. Isso porque, além de o grafite estar bastante difundido, tendo conquistado muitos adeptos, frequentemente novos grupos se formam, enquanto outros deixam de existir. Dada tamanha variedade, seria um erro tentar traçar um perfil genérico do grafiteiro carioca. Há, entretanto, algumas constantes.

A maior generalização que se pode fazer é a respeito do sexo, pois o cenário é composto basicamente por homens, com idades variando entre 12 e 35 anos. Além da Anarkia, que na época em que realizei as entrevistas fazia parte do coletivo Inimigos do Estado, tomei conhecimento de apenas mais seis mulheres que atuam na cidade do Rio, que são a Nóia e as cinco integrantes do único grupo feminino, a TPM *crew*: Om, Ira, Morgana, Primma Dona e Bia,

Os grafiteiros e grafiteiras cariocas, salvo raras exceções, agrupam-se em diferentes coletivos ou *crews*, agrupamentos que, apesar não depender de regras, são, geralmente, determinados por afinidades ideológicas, interesses comuns, identificação de estilo, proximidade geográfica etc. Assim, as *crews* se formam nos colégios, nas oficinas de grafite, nos bairros, no meio da galera do *skate*, no convívio com os amigos que gostam de grafite e assim por diante.

Os 20 entrevistados têm em comum o entusiasmo que os move a desenhar. Pintam não apenas os muros da cidade, carregam consigo seus *blackbooks* totalmente rabiscados, desenhados, repletos de rascunhos e experimentações que podem ou não chegar a alguma parede ou tela. Na maioria dos casos, a paixão pelo desenho – de letras, inclusive - é anterior ao contato com as latinhas de *spray*, começou nas páginas dos cadernos e nas carteiras escolares, de onde, muitas vezes, caminhou em direção à pichação. Há quem não tenha sido pichador, mas são minoria.



A maior parte deles - 12, para ser mais precisa - não tem qualquer formação profissional, nem artística, nem de qualquer outro tipo, aprenderam observando, experimentando, pesquisando sozinhos – são autodidatas, como se orgulham de dizer. Há também uma artista plástica formada, designers igualmente graduados, além de estudantes de desenho industrial e comunicação social – futuros jornalista e publicitários – dois dos quais trancaram a faculdade por falta de recursos. Situação financeira que, aliás, é vivenciada por quase todos os entrevistados. Excetuando-se apenas os integrantes da Flesh Beck Crew, os grafiteiros entrevistados são de origem pobre, quase sempre moradores de periferia, ex-alunos de escolas públicas – alguns nem chegaram a concluir o Ensino Médio - que vivem “na maior correria” para sobreviver.

Trabalham sem parar, geralmente em atividades envolvem o grafite: produção de cenários, decoração de quartos, de fachadas e interiores de lojas, bares, restaurantes etc., criação de estampas e ilustrações ou como professores de oficinas. Além disso, muitos realizam mais de uma empreitada ao mesmo tempo, por isso, estão sempre correndo de um trabalho para o outro, mas no percurso, quando podem, alguns gostam de parar para “mandar um *bomb*” nos muros que encontram pelo caminho, outros, entretanto, afirmaram não ter mais tempo para pintar na rua com frequência. Em menor número, há grafiteiros quem têm empregos sem qualquer relação com o grafite ou com suas habilidades para o desenho.

Foi nesse clima de trabalho e correria que consegui realizar grande parte das entrevistas. O que foi muito bom para minha pesquisa, pois tive a oportunidade de observá-los em seus locais de trabalho ou apressados, numa breve pausa ou no deslocamento entre um trabalho e outro, no horário de almoço ou no fim do dia. Foi assim que conheci oficinas de grafite, os estúdios dos grupos Nação e Flesh Beck, o escritório e a loja da Addict e a Fundação Progresso.

Comecei as entrevistas pelos veteranos, que são também os mais mencionados nas reportagens que saem publicadas na imprensa. A partir deles tomei conhecimento de outros

grafiteiros e *crews* que atuam no Rio de Janeiro. Assim, os grupos e artistas que aparecem aqui são os mais citados tanto pela imprensa como pelos próprios grafiteiros. Conversei com o Akuma e o Marcelo Eco, que atuam sozinhos, além de representantes dos grupos Nação Crew, Flesh Beck Crew, Rimas e Tintas, Inimigos do Estado, Classe D, Posse 471, Santa Crew e TPM.

Há ainda muitos outros grupos e artistas, alguns mais famosos e outros totalmente anônimos, uns apenas começando a grafitar e outros já tarimbados. O cenário do grafite no Rio é bastante amplo e, como tenho procurado mostrar, diversificado e instável, de modo que essa pesquisa jamais teria sido capaz de catalogar e localizar todos os componentes. Mesmo porque a cada dia, surgem novos grafiteiros e grafiteiras, enquanto outros abandonam a latas de *spray*, além disso, com a mesma velocidade, grupos se formam, transformam e desintegram-se. Apresentarei aqui apenas os veteranos do grafite carioca e o coletivo Inimigos do Estado, pois a especificidade das ações deste grupo, já extinto, o fazia destoar dos demais.

a) Akuma



Fig 18. Grafite do Akuma

Conheci o Akuma pessoalmente nos debates promovidos por ocasião da exposição Fabulosas Desordens. Ele foi um dos convidados a expor no evento e a participar de uma das mesas-redondas da programação. A entrevista aconteceu dois meses depois no centro de São Gonçalo, nas escadas do prédio onde ele estava aprendendo a tatuar.

Veterano do grafite no Rio de Janeiro, o Akuma tem 25 anos, mora no bairro de Barreto, na periferia de Niterói, estuda de noite para concluir o Ensino Médio e ganha a vida desenvolvendo desenhos, pinturas, ilustrações, animações e elaborando cenários, trabalhos que, em sua maioria, não utilizam a estética do grafite. Entre suas atuações profissionais destacam-se a colaboração com o cenógrafo Clivia Cohen, para quem fez bichos para serem usados no filme da turma do Casseta & Planeta, a criação de esculturas para escola de samba Viradouro, a participação na pintura da fachada do estúdio do Gilberto Gil, na Gávea. Apenas de vez em quando, consegue “uma grana” fazendo “uns grafites”, mas apenas em circunstâncias em que seu estilo seja respeitado. A esse respeito, ele afirma que costuma recusar propostas de trabalho que não lhe dêem liberdade para ser fiel ao seu estilo.

- O cara quer um grafite, às vezes ele pede desenho de outro cara, entendeu: “Ah, eu vi esse grafite aqui na revista e quero esse grafite aqui”. Porra, eu não vou copiar o desenho do cara! Tá entendendo como é? É meio complicado. Ou então, um dono de padaria (...): “Pô, te dou cem merréis pra você desenhar um pão grandão escrito panificadora, escrito não sei o que não sei o que lá”. (...) Não faço. Tenho condições hoje em dia.

Ele não pertence a nenhuma *crew*, prefere pintar sozinho ou com amigos e sua atuação como grafiteiro não está ligada a qualquer ong ou projeto social. Desiludido com uma experiência negativa numa organização não governamental, desde 2004, recebe no quintal de casa, crianças e adolescentes da vizinhança para aulas gratuitas de técnicas de desenho e pintura. Essa é, afirma ele, sua única atuação social.

O ex-pichador que desenha desde criança sem nunca ter tido nenhum tipo de formação artística é hoje um dos grafiteiros mais expressivos no cenário carioca, sendo reconhecido tanto dentro do circuito do grafite, como fora. A prova disso está no convite que recebeu para expor na Caixa Cultural, por ocasião da exposição Fabulosas Desordens, e na escolha de um de seus grafites para estampar um selo dos Correios.



Fig 19. Selo

A pintura figurativa com traços realistas acentuados pelos efeitos de volume e tridimensionalidade é marca do trabalho dele, que tem como personagens principais pessoas que vê em seu cotidiano. Menores abandonados, mendigos, figuras envelhecidas, tristes e derrotadas já foram alguns dos temas recorrentemente abordados por ele, que hoje prefere retratar a identidade do brasileiro.



Fig 20. Cangaceiro. Trabalho do Akuma na exposição Fabulosas Desordens

#### b) Marcelo Eco

Marcelo Eco ou simplesmente Eco, como assina seus trabalhos e é, portanto, conhecido no círculo dos grafiteiros, nasceu e cresceu em Laranjal, periferia de São Gonçalo, bairro onde, ainda na adolescência, conheceu o *spray* através da pichação e de onde só saiu recentemente, quando se mudou para a Tijuca, na Zona Norte do Rio de Janeiro. Seu nome, apesar de ausente da exposição Fabulosas Desordens, é um dos mais citados pelos demais grafiteiros e pela imprensa, lembrado tanto pela qualidade dos seus trabalhos, como por ser um dos precursores do grafite no Rio.

Aos 26 anos, grafiteiro desde os 15, Eco, que tem muitos *bombs* espalhados pela cidade, também realiza vários trabalhos comerciais e exposições. Em seu currículo constam produções de cenários para os programas Gema Brasil, na TVE, Oi Radical, na Rede TV, para um clipe do *rapper* Gustavo Black Allien, entre outros, além de exposições no Museu de Arte

Contemporânea, em Niterói, no Espaço Constituição, no Centro do Rio e na Galeria LGC Arte Hoje, Praça IX. Em 2004, conquistou o prêmio de Reconhecimento Nacional de *Hip hop* Hutúz, organizado pela Central Única das Favelas do Rio de Janeiro (CUFA-RJ), na categoria de melhor grafite, pelo painel denominado Eco Boca de Fumo.



Fig 21. Eco boca de fumo

Ao longo de sua trajetória como grafiteiro, já esteve engajado em duas ongs, tendo sido diretor de uma delas, e deu aulas em oficinas comunitárias de grafite. Atualmente, trabalha para a prefeitura Municipal de Macaé como instrutor de grafite em comunidades carentes daquela cidade, onde ele afirma utilizar o grafite como meio de diálogo com vários jovens, como forma de, ao mesmo tempo, compartilhar com eles suas experiências de vida e ensinar-lhes a desenvolver trabalhos que possam gerar renda.

Localizei-o através de um número de telefone publicado em uma matéria da Revista Graffiti. Em nosso primeiro contato por telefone, ele foi bastante receptivo e me convidou para acompanhar um trabalho comercial que faria na semana seguinte. No dia da entrevista, ele me recebeu no pátio dos fundos do Bar da Ladeira, em frente aos Arcos da Lapa, onde, havia cinco dias, pintava um enorme painel retratando a Lapa. Na pintura, o famoso aqueduto desativado e os bares apareciam em segundo plano e, em primeiro, a rua lotada de pessoas, numa cena que parecia retratar uma grande festa ou carnaval. Em primeiro plano, no canto esquerdo da pintura um personagem, que parecia ser o próprio Eco, sorria e observava a festa meio de fora da multidão. Eu perguntei se era ele, ele sorriu e reconhecendo a semelhança, me contou que gosta de fazer essa brincadeira.

Conversamos cerca de uma hora, e, após a entrevista, ele voltou a pintar. No chão havia duas pequenas caixas com seis latas de *spray* cada uma, além de algumas outras latinhas espalhadas ao redor. Chamou minha atenção o fato de não haver esboços na parede, nem nenhum papel com rascunhos das imagens. Suspenso por uma escada de madeira, ele começou a fazer algumas marcações com *spray* rosa, delineando um personagem num espaço ainda sem pintura. Após esboçar alguns traços que já evidenciavam o que seria a imagem, ele desceu da escada, se afastou da parede, olhou para o desenho que acabara de fazer, trocou algumas palavras comigo, voltou para a escada e continuou seu trabalho.

O grafite que vi surgir naquela parede contém alguns dos aspectos marcantes do estilo do Eco: a prevalência das cores rosa, azul e lilás e as figuras humanas que lembram caricaturas.



Fig 22. Paineis em bar da Lapa

Em termos visuais, a imagem não difere dos grafites que ele faz na rua, entretanto, quando pinta livremente, ele tem o hábito de acrescentar um versículo bíblico ao desenho: outra marca do Eco. A esse respeito ele diz:

- No grafite, se você faz só um personagem, alguma coisa, eu acho que fica muito vazio. Eu acho que é interessante você botar alguma informação (...) Porque o grafite, pô, ele tem um poder, assim, de influenciar bem forte, né, então é... quando não boto um versículo, boto alguma mensagem social, entendeu.





Fig 23. Personagem e versículo bíblico

Esse costume revela um dos objetivos visados por ele que é “ligar o homem a Deus”. Além das mensagens bíblicas, também são recorrentes no grafite do Eco personagens típicos e situações que retratam o cotidiano do Rio de Janeiro, além das caricaturas feitas para homenagear seus amigos. A riqueza de detalhes e a minúcia dos painéis bem trabalhados contrastam com a simplicidade dos *bombs* que ele espalha pelos muros de diferentes bairros da cidade.

c) Acme (Rimas e Tintas – Destruidores de Visual)



Fig 24. Acme e seu auto-retrato

O pseudônimo Acme – pelo qual é conhecido o grafiteiro Carlos Esquivel, morador do morro do Pavão-Pavãozinho – foi um dos que mais escutei ao longo da minha pesquisa. O carioca de 28 anos foi muito citado pelos demais grafiteiros, que elogiaram a qualidade de suas pinturas, e por muitas das reportagens que li. Em todos os casos, ele é apontado como um dos pioneiros do grafite no Rio de Janeiro.

Acme, que desde a infância gosta de desenhar e de apreciar as ilustrações das revistas em quadrinhos, teve seu primeiro contato com o *spray* através da pichação, prática que o acompanhou da adolescência até o ingresso no serviço militar, em 1996. Naquele mesmo ano, a

pista de *skate* do Arpoador foi alvo do seu primeiro ato de grafitação, atividade que só viria a desenvolver alguns anos mais tarde.

Ele conta que durante o período em que serviu ao exército, grafitava muito pouco na cidade, mas desenhava e desenvolvia seu traço no papel. O interesse pela arte dos muros cresceu a partir do contato com a revista de *hip hop* “The Source”, que exibia inúmeras fotografias de grafite, mas ele só ficou realmente “pilhado” a colorir os muros quando se deparou com as pinturas do Ema e da *crew* Flesh Beck na mesma pista de *skate* que grafitara anos antes. Foi nessa ocasião que percebeu que “não estava sozinho na cidade”, relata. A partir de então, começou a grafitar, tanto na rua como comercialmente, até que, em 2003, já sobrecarregado de “tramos”, deixou o exército e decidiu se dedicar profissionalmente ao grafite.

De lá para cá, ocupou muitos muros da cidade com seus desenhos e *bombs*, desenvolveu um estilo que o identifica – pinturas figurativas que retratam a realidade das favelas cariocas - e acumulou inúmeros trabalhos comerciais em seu currículo, que inclui oficinas de grafite na Fundação Progresso e no Museu de Arte Contemporânea (MAC) de Niterói; telas feitas sob encomenda para a galeria Haus Arte Contemporânea, em Copacabana; a participação na pintura da fachada do estúdio do Gilberto Gil, na Gávea; trabalhos expostos no Sesc, no Centro Cultural Carioca, nos eventos Fabulosas Desordens, promovido pela Caixa Cultural em 2007, e EuroGraf III, em 2005 na França; participação na pintura de duas travessias subterrâneas no Aterro do Flamengo contratada pela Red Bull. Estes feitos o levaram a conquistar notoriedade no circuito do grafite e reconhecimento profissional.

Acme, que não fez faculdade nem nenhum curso profissionalizante de desenho ou artes plásticas, atualmente, “vive do grafite” e, bastante requisitado, ele divide seu tempo entre as pinturas comerciais - ilustrações, fachadas, paredes e cenários, pintados sob encomenda - e as

oficinas onde atua como instrutor, mas não deixa de colorir os muros das favelas e de bombardear a cidade.

- O grafite está num bom momento comercial, refiro-me à moda, decorações e galerias. Muitos escritores estão aproveitando bem o momento, pois já temos um grande efetivo realizando um bom trabalho, mas isso não é tudo. Temos que conquistar o respeito para que essas empresas e galerias que estão contratando o grafite parem de nos abordar como se estivessem fazendo um favor ou dando uma força. Nós precisamos deles, mas eles precisam muito mais. O momento está a nosso favor e eles não têm alternativa a não ser se render, pois uma tela grafitada ou uma roupa só pode ser feita por um grafiteiro. Caso o contrário, podem copiar o estilo, mas será uma roupa original com um desenho falsificado. A verdadeira essência do grafite está na rua e não podemos esquecer isso. (...) As empresas podem consumir a nossa arte, mas não podem apagar a nossa ideologia. (Acme)<sup>250</sup>

Na cidade, ele é bastante ativo: grafita com frequência na favela onde mora, se engaja nos mutirões de grafite e espalha seus *bombs* pelos muros. Acme afirma que tem a preocupação de, através dos seus grafites, se comunicar com as pessoas – seus “muro-espectadores”<sup>251</sup> – passando-lhes uma mensagem que os faça refletir. Apesar de dizer que grafita tanto para a classe média quanto para os mais pobres, ele admite que costuma deixar para o morro as produções mais elaboradas e detalhadas, enquanto, “na rua”, prefere fazer *bombs*.

- Dentro da favela, eu penso mais em comunicar com ela, né. Na rua, eu já não tenho tanto essa preocupação, apesar de eu ter falado pra você que eu pinto tanto pra classe média quanto pra classe baixa, mas na favela eu já tenho uma preocupação maior porque lá (...) você vê lá que é um lugar de necessidade e, de repente, pô, fazer alguma coisa pra alegrar a vida dessas pessoas, aí, você pensa nisso e vai realizando. Na rua, pô, a gente sai bombardeando porque é isso mesmo, é guerra de informação, né, você vê um outdoor gigante, uma placa enorme, então você encaixa um nome também, então é tudo uma coisa que se mistura na cidade.

Entre os temas recorrentes nos seus grafites estão os problemas do cotidiano da cidade, a pobreza e a violência que vê na favela onde mora – os bandidos e meninos aliciados pelo tráfico

---

<sup>250</sup> Acme em entrevista à Revista Graffiti n. 34

<sup>251</sup> *Ibidem*

são personagens que se repetem -, mas também as belezas e alegrias da vida na comunidade: os laços de amizade que unem os vizinhos, as brincadeiras das crianças, o visual do Rio de Janeiro. Ele me contou que, atualmente, está numa transição. Antigamente, “reclamava muito”, isto é, fazia grafites que denunciavam as mazelas que via ao seu redor: “esse problema do tráfico, as guerras e a miséria”. Ultimamente, tem procurado “fugir um pouco do problema” e mostrar “o outro lado da favela”: “que é aquela coisa boa de você estar num lugar onde existe a vizinhança, existe uma família grande, onde todo mundo fala com todo mundo”.

As fotografias abaixo mostram dois momentos no trabalho do Acme: na primeira, ele retrata um bandido armado, na segunda, “o outro lado da favela”.



Fig 25. Bandido armado

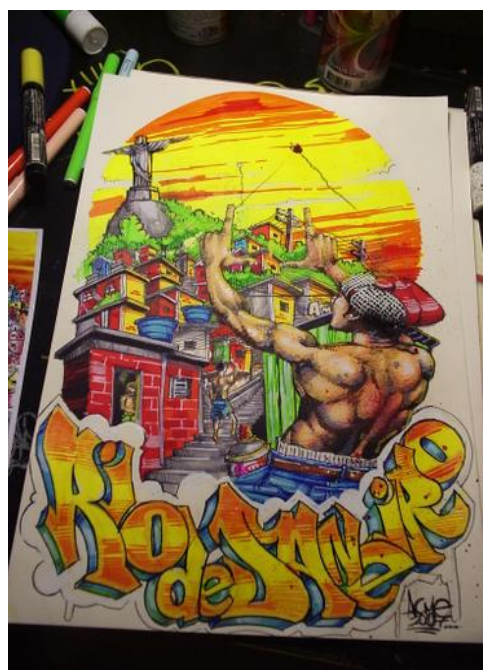


Fig 26. O Outro lado da favela

Acme pinta sozinho, com amigos, e também integra o coletivo de pichadores Destruidores de Visual e o grupo Rimas e Tintas, que trabalha com diferentes elementos do *hip hop*. Formado em 2005 pela união do Acme aos grafiteiros Airá “O Crespo” e Machintal, que também atuam

como MC e DJ, respectivamente, o Rimas e Tintas se apresentava em eventos de *hip hop* e mescla grafite e rap em suas performances.

d) Nação Crew (NÇO)



Fig 27. Logomarca da Nação Crew

- A cara da Nação hoje é um grupo que está se organizando, se estruturando pra atender uma demanda que cresceu pra caramba de grafite e ao mesmo tempo com essa identificação de compromisso social, de continuar pintando na rua e de fazer algo em prol do coletivo da localidade. (Bragga)

Grupo de grafite pioneiro na cidade carioca, a Nação Crew está entre os coletivos mais famosos e bem sucedidos no Rio de Janeiro, tendo sido mencionada por todos os grafiteiros que entrevistei e por quase todas as reportagens que recolhi. Conhecida e respeitada por quem gosta de grafite, a *crew* formada em 2000 por jovens moradores da Zona Norte, se destaca hoje tanto por sua produção urbana, como pelos trabalhos sociais, artísticos e comerciais que seus integrantes desenvolvem coletiva ou individualmente.

Das *crews* cariocas que conheci, esta é a que congrega o maior número de integrantes: 8, no total, sendo que apenas 5 estavam totalmente envolvidos com os projetos e ações do grupo no

momento em que as entrevistas aconteceram. Desse modo, os “atuantes” - Preas, Chico, Ment, Bragga e Gais – é que são os responsáveis pela manutenção do estúdio do grupo - um sobrado antigo localizado na Rua dos Inválidos, no Centro do Rio – pelo funcionamento da Galeria Severo 172, pelas decisões burocráticas e empreitadas comerciais.

Os demais, apesar de continuarem a fazer parte do coletivo, a pintar na rua e a, eventualmente, usar o nome da Nação, estão mais afastados das resoluções administrativas e dos trabalhos artísticos e comerciais da *crew* ou, como explicou o Preas, “não fecham muito nesses diálogos de conta pra pagar, expor em algum lugar, não expor, fazer trabalho com determinada ong, não fazer, enfim, essas discussões do dia a dia”. Além disso, fazem parte de outros grupos e/ou estão envolvidos em projetos e ações pessoais, como é o caso do Stile22, que atualmente se dedica ao grafite vandal e do Airá “O crespo” e do Machintal, que também fazem parte do Rimas e Tintas.

Entretanto, como a *crew* é mais um conjunto de amigos do que uma instituição formal, outros grafiteiros que já passaram pela Nação, apesar de não participarem dos atuais projetos e trabalhos comerciais, devem ter aqui seus nomes lembrados, pois fazem parte da história do coletivo e aparecem em pinturas antigas que ainda coloreem alguns muros da cidade: são eles Chiquinho, Rasta e Smael.

Não apenas integrantes e ex-membros do grupo têm seus nomes e grafites nos murais pintados pela Nação, pois a *crew*, além de ser uma das mais antigas da cidade, é também muito bem relacionada, de modo que grafiteiros e grupos amigos costumam participar de algumas de suas produções.

A Nação Crew é formada por homens, com idades entre 25 e 30 anos, originários da Zona Norte do Rio, sem nível superior ou com graduação incompleta, em alguns casos, e autodidatas no que diz respeito às técnicas artísticas. Todos eles “vivem da arte” e têm no uso comercial do

grafite uma importante fonte de renda, exceto o Stile, que prefere grafitar exclusivamente na rua. Entre as atividades profissionais desenvolvidas por eles – individualmente ou em grupo - estão a tatuagem, a elaboração de ilustrações, animações e pinturas decorativas, além das oficinas de grafite.

Os grafiteiros da Nação também têm realizado trabalhos que conquistam espaço no circuito das artes plásticas, haja vista terem exposto na Caixa Cultural, por ocasião do evento Fabulosas Desordens, e no Centro Cultural Carioca.

A história do Nação começa no subúrbio do Rio de Janeiro, em meados da década de 1990, quando os fundadores do grupo, ainda separados, começaram a se interessar pelo grafite. Naquela época, os então adolescentes, já tinham contato com o *spray* através da pichação. Conforme os primeiros grafites apareciam pelas ruas da cidade e a imprensa publicava reportagens sobre as inscrições coloridas, o interesse dos jovens pichadores pela nova maneira de ocupar os muros aumentava. Simultaneamente, a popularização do *hip hop* no Rio de Janeiro colocava à disposição dos apreciadores e praticantes de grafite, revistas e filmes que traziam imagens das pinturas dos grafiteiros de São Paulo, Estados Unidos e Europa.

Em 1999, os fundadores do grupo, Preas, Chico, Ment e Bragga, se conheceram em uma oficina de grafite promovida pela ong Afro Reggae, onde o Bragga, que também estava começando a grafitar, atuava como instrutor. O contato revelou os interesses comuns: a paixão pelo grafite, as vontades de aprender, aprimorar e praticar a técnica – afinidades que deram origem à parceria que se desenvolveu a partir de então.

Inicialmente, sem pretensões comerciais, os grafiteiros se reuniam para conversar, compartilhar idéias e experiências e para grafitar, como lembra um dos veteranos.



- E aí começou essa história de Nação, sem nenhuma pretensão, né, de chegar a algum lugar a não ser conseguir a oportunidade pra gente desenvolver essa nossa arte e de certa forma tentar propagá-la, né, através de oficinas, workshops, exposições e etc. (Preas).

Naquele mesmo ano, o grupo adotou o nome Nação Crew e a logomarca que lembra a bandeira do Brasil (Fig. 26 ), ambos desenvolvidos pelo Chico, oficializando, assim, a união. A Nação foi, segundo o Bragga, “a primeira galera que se juntou pra assinar um nome e uma logo”. Tanto o nome da *crew* como o símbolo que geralmente acompanha os trabalhos do grupo relacionam-se à proposta inicial do coletivo: abordar questões locais, retratando a realidade nacional e valorizando aspectos da cultura e do povo brasileiros.

- O grupo mesmo, ele foi criado com essa função de mostrar o lado brasileiro da coisa. Eu acho que isso daí é natural de todos do grupo, que por mais que a gente engula um montão de coisa aí dos americanos, europeus, a gente sempre, no fundo, no fundo tem alguma coisa do Brasil lá. No mínimo, o grupo tem o nome e a logo que é brasileira. Mas, eu acho que isso daí ajuda muito a manter um pouco a raiz: desenhar cangaceiro; no lugar de desenhar um falcão, desenhar uma ave lá do nordeste que é igual a um falcão, entendeu, acho que tudo isso influencia. Acho que o nome do grupo e o símbolo ajudam muito a gente a manter essas raízes daqui. (Chico)

- Ah, o objetivo é estar pintando na rua, se comunicando com o povo mesmo, com a nação, a base da sociedade, e representando esse sentimento jovem, brasileiro, urbano de estar evoluindo, né, humanamente, se desenvolvendo profissionalmente e estar propagando essa mesma motivação nas pessoas, afirmando a cultura brasileira. (Airá O Crespo)

Ainda hoje, apesar das transformações pelas quais a *crew* passou e tem passado à medida que o grafite se populariza e institucionaliza, muitos trabalhos de seus integrantes se mantêm fiéis aos objetivos iniciais do grupo. Desse modo, embora atualmente haja uma diversidade maior na temática abordada pelos grafites da Nação Crew, parte deles continua a refletir a cidade, seus habitantes, seus problemas e suas peculiaridades, além da cultura e do povo brasileiros. Como mostram as fotografias abaixo:



Fig 28: Grafite produzido pelo Ment e pelo Bragga

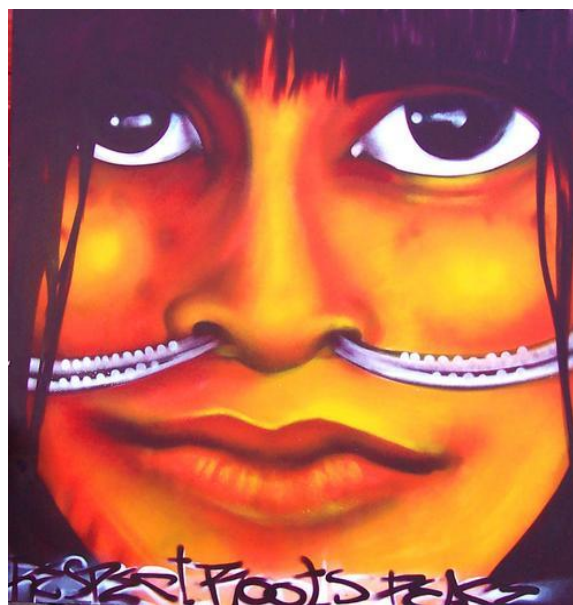


Fig. 29: Índia. Tela assinada pelo Ment



Fig. 30: Face Brasil. Grafite do Airá no Catumbi



Fig. 31: Paulinho da Viola.  
Grafite do Ment em Botafogo



Fig. 32: Cristo Redentor. Grafite na sala do secretário de cultura da cidade do Rio de Janeiro



Fig. 33: Favela. Grafite do Ment.



Fig. 34: Construções urbanas. Grafite feito por Ment e Preas no Vidigal





Fig. 35: Futebol. Graffiti do Chico



Fig. 36: Casebre. Graffiti do Bragga

A escolha do tema e dos conteúdos das pinturas é, muitas vezes também, uma questão do estilo pessoal e das preferências de cada grafiteiro. Daí decorre, portanto, a grande diversidade dos grafites da Nação. Enquanto o Preas tem como tema central o capitalismo, o Chico gosta de pintar o subúrbio e sua gente, o Bragga prefere desenvolver imagens que misturam elementos urbanos e de natureza, o Airá trabalha com a valorização de aspectos da cultura e da etnia negras e assim por diante.



Fig. 37: Cabeça de Cofre. Personagem recorrente nos grafites do Preas, em alusão ao capitalismo

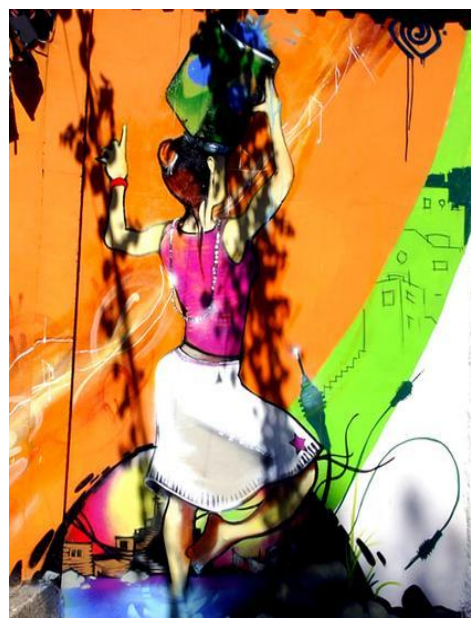


Fig. 38: Mulher com lata d'água na cabeça. Graffiti do Chico no muro da Produtora do Gilberto Gil, na Gávea



Fig. 39: Composição do Bragga. Mescla de elementos urbanos e de natureza



Fig. 40: Menino negro. Grafite de Airá “O Crespo”

A produção urbana da Nação é bastante numerosa e significativa, abrange de *bombs* e letras mais simples a elaborados murais cujas efetuações costumam envolver boa parte da *crew* e, muitas vezes, grafiteiros e grupos amigos. Apesar de ter tido suas origens na Zona Norte da cidade, os grafites da Nação



Crew estão hoje espalhados por diferentes bairros e municípios do Rio, mas é no Centro, segundo o Preas, onde as ações do grupo se concentram atualmente.



Fig.41: Mural na Presidente Vargas. Produção com a participação de Chico, Ment e Preas

Um outro aspecto importante da atuação da Nação no Rio de Janeiro aparece nas ações sociais nas quais a *crew* tem estado constantemente envolvida. Em parceria com o Afro Reggae e outras instituições, os integrantes do grupo trabalham em oficinas de grafite e projetos sociais nas comunidades carentes nas comunidades atendidas pela ong. Além da participação nestes projetos, os grafiteiros da Nação também se engajam nos mutirões de grafite que colorem as favelas cariocas.

- O grupo Nação tem a idéia de fazer ações sociais, mas sem se enquadrar nesse rótulo de movimento político ou qualquer uma dessas nomenclaturas assim. A idéia é que seja um grupo de trabalho que faça tanto trabalhos comerciais pra se manter quanto as ações sociais, que é uma coisa que a gente já faz independente desse suporte, tem as oficinas do Afro Reggae, as oficinas às vezes de outros parceiros que convidam, mas a gente sempre tenta fazer um trabalho independente também de oficina em comunidade. (...) A gente também não tem demagogia de achar que vai salvar a parada, o social e tal. Todo mundo tem o maior compromisso, mas ao mesmo tempo, a gente tem a noção que a gente tem que se estruturar para multiplicar essa estrutura. Então a Nação está meio que sendo uma forma de a gente desenvolver nossas idéias e fazer com que isso atinja outras pessoas e outras e outras. (Bragga)

Em sete anos de existência e atuação no Rio, o grupo, assim como seus integrantes, passou por transformações. Os jovens, cuja pretensão inicial era apenas grafitar, amadureceram, constituíram família e depararam-se com a necessidade de sobreviver. Paralelamente, o grafite passou a gerar interesse e a ser objeto de demanda comercial, oferecendo-se para eles como fonte de trabalho e renda. Assim, profissionalizaram-se e ampliaram seus nichos de atuação, de modo que, hoje, não são mais apenas escritores urbanos.

Uma outra mudança aconteceu desde a fundação do grupo: a Nação Crew conquistou fama, *status* e assumiu uma série de compromissos e trabalhos comerciais, circunstâncias que provocaram as modificações abaixo mencionadas pelo Chico.

- Eu sou de uma época que, logo no começo do grafite (...), você quer salvar o mundo, falar um montão de coisas pra um montão de gente, falar mesmo, sabe qual é? Eu acho que, no início, até o meu grupo mesmo era muito mais político, hoje em dia é mais estético porque a gente entrou na guerra de cores, de designs de tudo. (...) Eu acho que quando a gente começa alguma coisa, tudo é sempre mais forte, pode ser mais difícil, mas você tem muito mais força, você tem muito menos desilusão com o sistema todo porque, no grafite ou em qualquer outra coisa, tem muita coisa que desagrade a gente, sacou: são regras, são várias coisas (...). E acontece que meu grupo, antigamente, (...) a gente não era esse grupo de grafite conhecido e tal, então, a gente se reunia mesmo pra falar sobre as coisas que tavam ao redor da gente. A gente se reunia lá na Penha, num galpão abandonado que era o Curtume Carioca, então, na verdade, a gente tava lá vivendo aquele mundo lá. Hoje em dia, a gente já tem um escritório na Lapa, já tem conhecimento de grafite. Então as coisas mudaram mesmo, as conversas mudaram, não é mais aquela coisa política. É mais estético mesmo. Você quer ser melhor que outro grupo de grafite esteticamente e acaba esquecendo do que você começou.

“Pô, em lugar de a gente fazer um montão de desenhos bonitos, vamos escrever cada um que a esse CPI que está acontecendo é a maior safadeza?”

“Ah, não, não! Vamos fazer um desenho melhor de todos!”

Aí, você acaba perdendo esse lance de falar pro povo, você quer mostrar seu desenho, você quer mostrar você, quer mostrar sua pessoa, seu grupo. Então você deixa de ser político. Não sei se deixa de ser político, né, mas você entra em uma outra fase de política, né. Você não é mais aquela pessoa que luta pelo povo, você tá lutando pela sua cor, sua empresa, seu grupo, seu *status* como grafiteiro. (Chico)

e) Flesh Beck Crew (FBC)



Fig.42: Flesh Beck Crew

A Flesh Beck Crew é, ao lado da Nação, a *crew* carioca mais mencionada por reportagens e pelos demais escritores urbanos. É, também, uma das pioneiras e mais atuantes: grafita desde 2000, tendo realizado, ao longo desses anos, inúmeros trabalhos comerciais, uma produção urbana expressiva, além de exposições – a Fabulosa Desordens foi uma das mais recentes.

Entretanto, apesar das semelhanças, a FBC difere não só da Nação como dos demais coletivos de grafiteiros cariocas, pois possui um perfil que a particulariza. É um grupo formado por jovens de classe média, moradores da Zona Sul, com formação superior – são designers. Além disso, Flesh Beck parece ser também a *crew* que mais se destaca por seus trabalhos comerciais, acumulando em seu currículo clientes importantes e trabalhos de grande porte e expressão na cidade. No portfólio da FBC constam produções desenvolvidas para marcas importantes como Coca-cola, Tim, Oi, H-Stern, Blue Man, Yes Brazil, entre outras.





Fig.43: Shimus ilustram biquínis da grife Blue Man



Fig.44: Coca-cola: Trabalho sobre layout pré-estabelecido



Fig.45: Trabalho no stand da Oi no Fashion Rio 2007



Fig.46: Nina ilustra outdoor na campanha Tim Festival 2006

Dos cinco integrantes da *crew*, apenas dois, Toz (Tomaz Viana) e BR (Bruno Bogossian), grafitam com frequência na rua, enquanto os outros se ocupam de outras atividades: o Krrank (Rogério Frazão) dedica-se a registrar em vídeo as atuações do grupo e, juntamente com o Rod (Rodrigo Abranches), que também trabalha na elaboração das roupas da grife, cuida da parte administrativa.

Toz, BR, Rod, Krrank e Piá transformaram sua parceria em negócio, criando três empresas que atuam em diferentes ramos, mas sempre lidando com o grafite ou derivações dele: um estúdio de design, uma marca de roupas e duas lojas.

O Motim Studio, escritório onde realizam seus trabalhos de design, fica numa rua tranqüila e arborizada da Lagoa, bairro nobre da cidade. O apartamento transformado em estúdio gráfico é amplo, bem iluminado e decorado por grafites – eles estão num pequeno adesivo na porta de entrada, na cozinha e na sala de trabalho colorindo as superfícies dos computadores. Dos

trabalhos realizados no Motim, 80% envolvem a utilização da linguagem do grafite, segundo BR, e isso porque “é nossa especialidade, o que as pessoas vem procurar na gente é esse diferencial, porque um design qualquer escritório pode fazer, agora, um design com linguagem e influência de grafite não é qualquer escritório”, explica.

As lojas também estão situadas em endereços nobres. Uma delas fica no Citta América, na Barra da Tijuca, e a outra, em Ipanema. A Ink Graffitishop vende material para grafiteiros – latas de tinta *spray*, bicos, diferentes tipos de marcadores, *blackbooks*, máscaras de proteção, além de revistas e livros – e artigos produzidos e customizados pelos integrantes da FBC – telas, bonés, tênis e roupas no estilo *streetwear*. Além destes produtos, a Ink também oferece oficinas particulares de grafite ministradas pelos membros da *crew* e por outros grafiteiros.

A grife de roupas Flesh Beck, além de abastecer a Ink, vende para várias lojas e, desde 2004, participa dos desfiles do evento anual de moda Rio Fashion Week.

Os grafiteiros/designers acreditam que o sucesso profissional, assim como as firmas criadas e administradas por eles, são resultados dos inúmeros grafites que fizeram pela cidade, atividade que afirmam terem iniciado por prazer, mas que acabou gerando fama e propostas de trabalho, conta o BR:

- A gente começou pintando na rua, se a gente nunca tivesse pintado na rua, acho que nunca teriam descoberto a gente, seria mais escritório de designers, mais um grupo de ilustradores, entendeu. (...) O trabalho da rua começou antes de tudo. A gente só tem o que a gente tem hoje por causa do trabalho da rua. (...) As pessoas vendo o nosso trabalho, conheciam nosso estilo, gostavam e chamavam a gente pra fazer outros trabalhos.

A trajetória da FBC começou antes das pinturas urbanas, quando os fundadores do grupo, Toz, BR, Rogério e Rodrigo, e então alunos da Faculdade da Cidade, se reuniram para produzir a revista de histórias em quadrinhos Flesh Beck. Entretanto, foram apenas quatro as edições da zine

xerocada em papel pardo e distribuída pelos corredores e pátios da faculdade antes da descoberta do grafite numa publicação de *hip hop* trazida de Nova Iorque pelo Rodrigo. À curiosidade inicial, seguiram-se experimentos caseiros com tinta *spray* até que os jovens se sentissem prontos para colorir os muros da Zona Sul. Em 2000, aconteceu a primeira intervenção urbana, e a ela muitas outras se seguiram, como relata o Toz:

- A gente não sabia ainda se a polícia ia... se as pessoa iam aceitar ou não iam aceitar (...) A gente começou a pintar, pintar, assim em casa, praticar, aí, um belo dia, eu e o Bruno a gente falou “Meu irmão, vamos tentar meter a cara e vamos pra rua. Vamos ver qual é. Vamos ver como é que é a aceitação da galera”. (...) E aí a gente foi num viaduto aqui no Corte de Cantagalo. Pintamos a primeira vez, a polícia parou, lógico, aí a gente conversou com os caras, falou que tava fazendo ali um trabalho pra faculdade, a gente inventou o maior caô, né. Aí o cara falou “Tudo bem, tá tranquilo.” (...) Aí que a gente viu que realmente existia uma brecha no sistema que era o desenho. O desenho permitia, o desenho liberava, tanto é que a gente sempre botou personagens e tal, apesar de a gente fazer letras também a gente sempre botou personagens, até porque dava uma amenizada, assim, nos painéis. E aí, agente começou a caça dos muros, né, a gente começou a ver os lugares que, porra, que eram parecidos com o corte, ali, tipo, o viaduto, a gente foi pro Centro e pintou o Centro pra caramba, perto da Tijuca, Maracanã. A gente passou uns dois anos só pintando no Centro, que é tanto espaço... até hoje tem espaço no Centro. Então, tipo, aí, a gente começou a dar início a um bombardeio total da cidade.

Naquela época, o grafite ainda era uma novidade pouco vista nas ruas do Rio de Janeiro. A Flesh Beck Crew inovou não apenas ao colorir os muros cariocas com *spray*, mas ao produzir grandes painéis na Zona Sul, área, até então, não muito visada pelos raros grafiteiros que atuavam na cidade. O pioneirismo do grupo é reconhecido pelos demais escritores, tanto veteranos quanto novatos, muitos dos quais mantêm relacionamento amigável com os “flesh becks”, como são usualmente chamados. Desse modo, não são raras as parcerias entre os integrantes da FBC e outros grafiteiros cariocas. Além disso, muitos novatos são influenciados pelo estilo dos grafites da *crew*.

Atualmente, apesar de muito requisitados para trabalhos comerciais, eles afirmam que continuam a grafitar no espaço público. Afirmação que pode ser comprovada num breve passeio



pela cidade, cujos muros, portas de loja, caixas de energia e até bancas de jornal – sobretudo no Centro da cidade e na Zona Sul, principalmente no Jardim Botânico - testemunham a atuação urbana da *crew*.



Fig.47: Nina e Shimu no muro do Jôquei Clube do Rio de Janeiro



Fig.48: Porta de loja no Jardim Botânico



Fig.49: Grafite em mobiliário urbano

Nas ruas, os grafites da Flesh Beck são inconfundíveis, destacam-se pela abundância de cores, sempre fortes e contrastantes, pelos traços bem definidos e influenciados pelo mangá japonês, pelas letras do BR e pela repetição dos personagens criados pelo Toz: a boneca de traços orientais Nina, o fantasma Shimu e o Bebê Idoso.



Fig.50: Nina, Bebê Idoso e Shimu em explosão de cores no Jardim Botânico





Fig.51: Produção da FBC na rua Jardim Botânico

Quanto ao conteúdo das pinturas, Toz afirma não haver um tema central, mas admite que o grupo evita abordar questões políticas e sociais, dando preferência a imagens lúdicas inspiradas no universo infantil.

- O nosso trabalho é abstrato em relação a críticas, a críticas sociais porque eu acho isso tudo muito comum. Eu não preciso fazer um moleque jogando bolinha no sinal, no muro, se tem um moleque no sinal mesmo jogando bolinha, entendeu. Nossa proposta é diferente, a gente quer levar um mundo, um universo nosso, um mundo psicodélico de formas psicodélicas, abstratas, cores vivas que remetam a várias coisas: à alegria, à tristeza... (...) É muito mais ampla essa proposta. A gente interioriza o que a gente pensa, coloca na rua e isso tem várias interpretações. (...) Então a nossa proposta é outra, é realmente colorir, levar algum tipo de sentimento às pessoas, que seja de felicidade, de tristeza, de surpresa, sacou, às vezes de ver num lugar que nunca imaginou um boneco interagindo ali, sacou. E até uma comunicação direta entre os personagens e a pessoa, né, então porque olhou ali e rolou aquela troca, né. (Toz)

A formação e a atuação profissional dos grafiteiros influenciam na elaboração dos pinturas urbanas da grupo. Tanto o Toz quanto o BR dizem que a preocupação estética é constante também nos grafites que fazem pela cidade:

- Nossa proposta é, tipo, sempre evoluir na nossa arte, nos desenhos, nas cores, nos escuros, nos próprios lugares que a gente pinta, assim, eu acho que a gente tá sempre tentando interagir de uma forma que agrada o visual, né, do lugar, das pessoas, sacou. A gente tem uma preocupação porque a gente tem essa formação de designer, entendeu. Tipo, a gente cria logomarca, a gente cria programação visual pra empresas, estampas, pô, então por que é que o que a gente vai jogar na rua a gente não vai ter uma preocupação, entendeu? Então, a gente se preocupa como o cara que cria o outdoor (...). A gente cria outdoors pra empresas também, de comerciais, de design, trabalho de design, como a gente cria os nossos próprios outdoors, que são os nossos desenhos pelas ruas, nossas produções, né. Então, a gente pára ali, a gente tem um consenso, a gente escolhe cor de fundo, a gente escolhe... cada um pinta com uma cor, cada um faz uma coisa. Eu acho que isso tudo, é a nossa proposta de evolução dos trabalhos da rua (Toz)

- A gente tem a nossa própria estética que é uma coisa bem plástica, bem misturada com design, bem limpa, com traços bem definidos, entendeu, misturada com um pouco de mangá, desenho japonês. Nossos temas são muito mais lúdicos, assim, mais da interpretação de cada um do que propriamente um tema social ou alguma coisa assim. Então, é um grafite que tem uma preocupação estética, tem uma mensagem por trás mas é uma coisa camuflada, vamos dizer assim, muito mais lúdica, não explícita (BR)

Uma outra característica marcante do grupo, é a facilidade com que parecem transitar entre o grafite urbano e o grafite comercial, postura que pode ser evidenciada em alguns trechos da entrevista com integrantes do grupo:

- A gente tem a sorte de ter uma galera grande que ama o nosso trabalho. A gente vende, a gente se vende, a gente é comercial, mas eu não deixo de pintar na rua, em lugares ilegais, não porque eu quero vandalizar, mas sim porque eu quero passar uma mensagem (Toz)

Em outro momento, ele afirma:

- A gente sempre foi contra o sistema de alguma forma, mas eu acho que estar dentro do sistema é a melhor forma de você combater ele. Assim, de você mostrar, por exemplo, que você pode ser do jeito que você quiser e ter um trabalho que seja verdadeiro, que você seja honesto, que é o que é a proposta do grafite. Não é porque você está ali que você vai deixar de pintar na rua, entendeu?

E o BR diz:



- O trabalho da rua começou antes de tudo. A gente só tem o que a gente tem hoje por causa do trabalho da rua, então, a gente não pode deixar nunca de ir pra rua. Toda semana a gente pinta, sacou. Tipo, eu quero tá praticando, eu quero tá evoluindo, sabe, eu quero tá botando mais trabalho na rua, porque me dá muito prazer pintar, é uma das coisas que eu mais gosto de fazer, então... tipo, não interfere nada daquilo que eu tô fazendo, eu poso estar numa festa em Copacabana Palace num dia e no dia seguinte eu to no morro dos prazeres pintando de manhã, sabe, sentado no chão, com um monte de moleque pelado em volta, sacou. Então, não posso negar o que a rua me deu, não posso dar as costas, não posso deixar de pintar na rua porque eu to fazendo trabalho comercial... não é não posso. Não quero, sacou. Eu quero continuar fazendo trabalho na rua. Eu gosto, é prazeroso pra mim.

f) Inimigos do Estado (Inde Gang)



Fig 52. Trem de carga marcado pelo grafite vandal da Inde

Diferente dos outros grupos apresentados aqui, Inimigos do Estado não era um coletivo da *old school* carioca, nem famoso na cidade, e tampouco requisitado para exposições ou trabalhos comerciais. A importância da Inde está na especificidade de suas ações e dos grafites delas resultantes, assim como na postura dos grafiteiros que o integravam: em 2007, ano que em que

realizei a pesquisa de campo, Inde era o único coletivo de grafiteiros a se dedicar ao grafite vandal – isto é, ilegal – no Rio de Janeiro.

Por esse motivo, este foi o grupo mais difícil de localizar, já que seus integrantes faziam questão de não serem identificados por seus verdadeiros nomes. Desse modo, o fotolog que continha as fotografias dos grafites da Inde não fornecia qualquer pista ou informação a respeito de seus membros, como nomes, telefones ou endereços eletrônicos. Além disso, ao contrário dos outros coletivos e grafiteiros com quem conversei, os inimigos do estado não davam entrevistas para a imprensa nem se deixavam fotografar, pois faziam questão de manter o anonimato, já que suas intervenções, ou “missões”, eram quase sempre ilegais. As fotografias exibidas aqui, me foram dadas pela Anarkia.

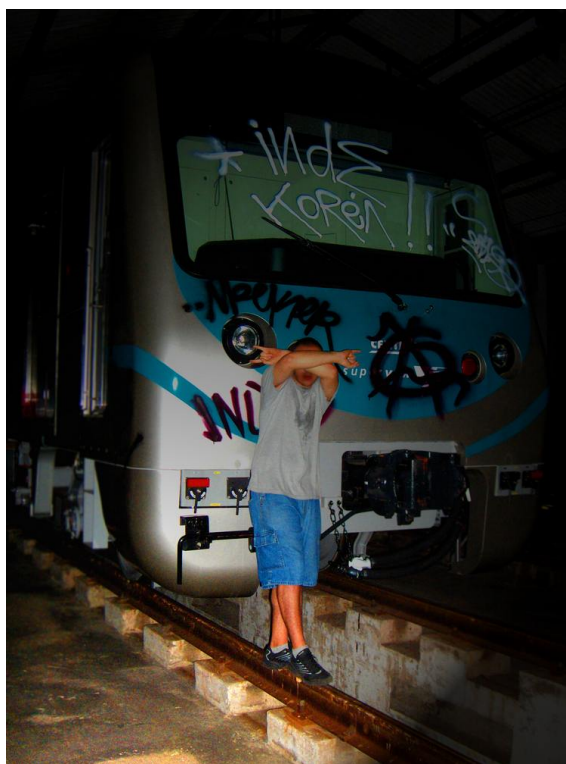


Fig 53. Inde em uma de suas missões

O grupo foi criado em janeiro de 2006 pelo Stile22, tendo como primeiros integrantes o próprio Stile, a Anarkia, o Ipek, o Figo (que mora e atua em Belo Horizonte) e os “gingos” Mr. Beam e Moar, que logo foram excluídos, pois suas posturas não eram compatíveis com as propostas da Inde.

Inimigos do Estado foi idealizado pelo Stile para ser um coletivo de grafite alternativo à *crew* com a qual atuara até então, a Nação, que se envolvia cada vez mais com trabalhos comerciais, exposições e projetos sociais, deixando, segundo ele, a produção urbana em segundo plano. As intervenções ilegais e essencialmente tipográficas, que o Stile acredita serem a essência do grafite, não eram compatíveis com o novo momento vivido pela sua antiga *crew*. Desse modo, a Inde Gang já nasce como resposta à institucionalização do grafite urbano, buscando se distinguir dos demais coletivos de grafiteiros cariocas. Ou, nas palavras da Anarkia:

- O que uniu o pessoal da Inde foi justamente o pensamento comum do grafite na rua, do grafite vandal, e ser diferente do resto que o pessoal chama de grafite e que não é.

Como parte da postura diferenciada, além de não falar com a imprensa, a Inde não aceitava fazer trabalhos comerciais nem exposições em galerias - o que não impedia que seus integrantes, eventualmente, pudessem fazê-lo. Além disso, os membros do coletivo não se deixavam rotular de *crew*, preferiam usar as palavras sigla ou gangue, como fazem os grupos de pichadores, e isso porque consideravam a Inde uma mistura de grafite com pichação.

- Eu acho que a Inde, ela se diferencia não só dos grafiteiros do Rio, mas também do resto do Brasil todo, porque aqui no Rio, o pessoal se preocupa mais em fazer um negócio bonitinho que o pessoal vai gostar, uma produçãozinha. Não tem muito pessoal vandal, como se fala. O pessoal da Inde é do *bomb*, é do vandal, é da parada ilegal. (Anarkia)

O grafite vandal - isto é, as produções ilegais, geralmente *bombs* ou inscrições semelhantes à pichação feitas em lugares proibidos, construções públicas ou veículos utilizados no transporte coletivo, como ônibus, trens e metrô - era o que caracterizava as atuações da gangue.

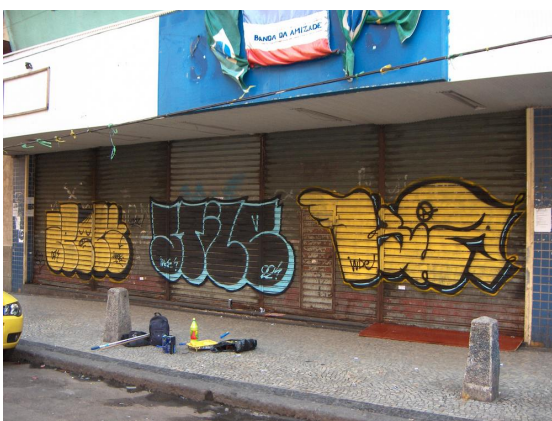


Fig 54. Grafite vandal em porta de loja



Fig 55. Grafite vandal em container



Fig 56. Grafite vandal em vagão de trem da Supervia

Sempre tendo o grafite vandal como objetivo, quando saíam em suas “missões”, os integrantes da Inde se preocupavam em “destruir o Rio”, isto é, saturar a cidade com o máximo

de inscrições possível, e buscavam só pintar em espaços não liberados, de preferência em lugares altos ou de difícil acesso para “causar impacto” ou onde a inscrição não pudesse ser facilmente apagada.

- Tipo assim, a gente vai pegar uma parada que seja sinistra, que o pessoal vai bater neurose, geral vai bater neurose e é capaz de sair no jornal, entendeu. Tipo, vamos pintar uma parada que a população vai tomar um susto e se surpreender. “O que é isso? Isso é um absurdo!” (...) A gente gosta dessa parada, do impacto. O grafite com impacto, entendeu. O grafite estando no lugar difícil é um impacto. A pessoa que passa se pergunta como o cara conseguiu fazer aquele grafite ali. A mesma coisa com a pichação, quando passa se pergunta como o cara subiu naquele prédio. A pessoa não tem idéia, entendeu. (Stile22)



Fig 56. Grafite da Inde em lugar alto

Aliás, chocar a sociedade não era problema para os inimigos do estado, que, pelo contrário, não faziam questão nenhuma de produzir grafites esteticamente agradáveis ao olhar ou facilmente compreensíveis pela população de modo geral.

- A principal característica da Inde é isso mesmo, a essência da Inde é essa. (...) A gente não se preocupa muito com a beleza, é essa parada mesmo de chegar, fazer, a atitude de pegar um lugar ilegal e mostrar rebeldia mesmo, entendeu. (...) A gente não tá preocupado que a mulher passe e fale “que bonitinho que você fez! Faz um no quarto do meu filho.” A gente não tá preocupado com isso, a gente tá preocupado em fazer e assustar mesmo, fazer pra dar um impacto. (Stile22)

Esta era uma característica da Inde que, segundo seus integrantes, não somente os diferenciava da grande maioria dos grafiteiros e *crews* cariocas, mas os aproximava dos pichadores, já que buscavam se comunicar não com os transeuntes, mas sobretudo com seus pares.

A preocupação em não produzir grafites “bonitinhos”, entretanto, não impedia que houvesse o cuidado na elaboração das imagens, cujas efetuações eram previamente estudadas e planejadas.

Outro aspecto da atuação da Inde que distinguia o grupo das *crews* cariocas e o aproximava da pichação era a preferência pelas letras em detrimento dos personagens. Isso porque, para eles, a letra é a essência e a origem do grafite.

O grupo se desintegrou em meados de 2007 devido a desentendimentos entre os grafiteiros. As brigas que provocaram o fim da gangue, são, segundo a Anarkia, consequência da “alta competitividade que existe no grafite vandal. Um querendo ser melhor do que o outro, querendo ter mais paradas do que os outros, mais trens, mais áreas”. Por isso, afirma, “é comum que as *crews* de vandal se dissolvam”.

Entretanto, o grafite vandal sobrevive nas ruas do Rio através da atuação dos ex-integrantes da Inde e de outros grafiteiros, como Acme, Cove e Glove, membros da sigla de pichadores Destruidores de Visual (D.V.), há também o Preas e o Gais, da Nação, além de outros adeptos do *bomb* e do grafite ilegal.

A Anarkia e o Stile continuam grafitando juntos na cidade, além de integrarem uma gangue de pichadores, que, segundo a grafiteira, têm sido influenciados por eles. Em 2007, ela teve um grafite premiado no festival Hutuz, o que, afirma “foi uma vergonha para o grafite vandal, mas um alívio para o meu bolso, já que fechei trabalho com diversas escolas de arte por conta disso”. Atualmente, ela dá oficinas da Ink Graffitishop.

O Stile deu continuidade à sua “missão primordial de destruir o Rio e dominar todas as áreas”.

O Ipek migrou para a 539, uma gang de São Paulo representada por ele nas ruas da cidade carioca, e diz continuar pensando e agindo da mesma maneira.

- Continuo fazendo tudo que sempre fiz. Seja na rua, no trem, onde for. Continuo independente e underground. Não uso grafite como trampolim para fama. Não quero fama quero respeito dos que assim como eu amam essa cultura e a vivem intensamente.

Enfim, a dissolução do grupo atesta o dinamismo e a instabilidade do circuito de grafite carioca, questão que será abordada no capítulo seguinte.



## **Capítulo 5: Tinta além dos muros: as diferentes facetas e usos do grafite carioca**

Vimos, nos capítulos anteriores, que o grafite não é um fenômeno monolítico e homogêneo, mas é atravessado por multiplicidades, abrange diferentes vertentes e estilos e se presta a usos e interpretações também variados. Pluralidade que pude constatar no circuito carioca de produção de grafites, onde há diversidade quanto ao perfil, ao estilo e ao modo de atuação dos grafiteiros e *crews*, o que resulta na variedade e na heterogeneidade das pinturas e inscrições.

Diante da multiplicidade do grafite, inicio este capítulo reafirmando a impossibilidade de enquadrá-lo numa fôrma conceitual universalizante e propondo compreendê-lo nos termos dos agenciamentos descritos por Deleuze e Guattari, arranjos heterogêneos e instáveis, sempre passíveis de transformação. Em seguida, a partir das circunstâncias observadas ao longo da pesquisa e dos relatos dos grafiteiros cariocas entrevistados, evidencio cada uma das diferentes dimensões que a produção grafítesca assume hoje no Rio de Janeiro.

### **5.1 Grafite como agenciamento**

A percepção do grafite como um fenômeno plural e multifacetado foi uma das principais constatações da minha investigação. Uma descoberta que, confesso, a princípio não foi muito fácil para mim, pois iniciei a pesquisa sobre a produção de grafite no Rio de Janeiro cheia de idéias pré-concebidas a respeito do que acreditava que iria encontrar. As poucas leituras acerca do tema que fizera até então e a distância em relação ao campo que pretendia investigar me



levaram a construir uma visão parcial e estereotipada sobre aquele que viria a ser meu objeto de estudo.

Para minha surpresa, à medida que a pesquisa foi avançando, as proposições limitadas ruíram e uma realidade diferente se descortinou diante de mim. Se antes eu buscava uma conceituação universalizante e tentava encaixar a produção de grafite carioca num padrão bem definido e estreito, o contato com o campo e com os grafiteiros me revelou a pluralidade do movimento, que assume diferentes facetas segundo as circunstâncias de produção e o meio onde é efetuada a pintura.

Confesso que, num primeiro momento, essa descoberta me deixou insegura, desorientada e até mesmo frustrada por encontrar algo diferente daquilo que esperava. Em seguida, comecei a me desvencilhar dos preconceitos e adotei uma postura mais aberta e de aceitação aos dados revelados pela pesquisa, embora continuasse a ter dificuldade em lidar com a multiplicidade que o campo me apresentava. Ainda não havia encontrado uma postura teórica que me libertasse da visão parcial que adotara até então.

Deleuze aponta que não há universais nem transcendentos – fala que não se deve fazer abstrações, pois elas nada explicam. Segundo ele, há somente processos, os quais operam em “multiplicidades concretas”; “sendo a multiplicidade o verdadeiro elemento onde algo se passa”<sup>252</sup>.

“Quando se invoca uma transcendência”, afirma Deleuze, “interrompe-se o movimento, pra introduzir uma interpretação em vez de experimentar”<sup>253</sup>. Assim, as unificações e centralizações que eu tentava fazer em torno de uma conceituação genérica e abrangente de um processo que, na verdade, se produz em multiplicidade, funcionariam como “impasses ou

---

<sup>252</sup> DELEUZE, 1992, p.182.

<sup>253</sup> *Ibidem*.

clausuras” obstando “o crescimento da multiplicidade, o prolongamento e o desenvolvimento de suas linhas, a produção do novo” <sup>254</sup>.

Passei, então, a compreender que a produção de grafite no Rio de Janeiro não pode ser enquadrada numa categoria classificatória rígida. Ao contrário, deve ser entendida como um campo de multiplicidades, instável, atravessado e composto por elementos heterogêneos e fluxos, que se avizinham, se conectam, interagem, se afastam e, às vezes, até se repelem. Essa perspectiva me ajudou a entender a percepção do grafiteiro Toz, integrante da *crew* Flesh Beck, acerca do grafite, que para ele é, ao mesmo tempo, arte, rebeldia, vandalismo, intervenção social, mas é também comercial e tanto pode estar na rua, como em galerias e na tela da tv.

Assim, não posso afirmar categoricamente “O grafite é resistência” ou “O grafite é arte”, ou ainda, “O grafite é uma forma de intervenção no social”, como pretendia quando comecei a pesquisa. Prefiro dizer que o grafite é um agenciamento<sup>255</sup> e que arte, resistência e atuação social talvez sejam devires<sup>256</sup> ou linhas de fuga que podem atravessá-lo. Não se desenvolvem o tempo todo, mas estão dados como potencialidades e podem irromper a qualquer momento.

Nesse sentido, uma das constatações centrais da minha pesquisa foi o reconhecimento da heterogeneidade e da tensão que marcam o campo da produção de grafite no Rio de Janeiro. Tensão entre a origem marginal e os usos institucionais do grafite; entre a postura de resistência aos valores da ordem dominante expressa por alguns grafiteiros em suas pinturas e a incorporação da estética pelo mercado e pela mídia; entre a atuação social e a atuação profissional dos grafiteiros; entre grafite como arte engajada e grafite como objeto de consumo.

---

<sup>254</sup> *Ibidem*.

<sup>255</sup> Guattari explica que agenciamento é uma “noção mais ampla do que as de estrutura, sistema, forma, processo, montagem, etc. Um agenciamento comporta componentes heterogêneos, tanto de ordem biológica, quanto social, maquínica, gnosiológica, imaginária.” Cf. GUATTARI e ROLNIK, 2005, p. 381.

<sup>256</sup> Caiafa define “devir”, segundo aparece em Deleuze e Guattari, como “transversalidades (comunicação com uma intensidade de outro sexo, outra época, outro reino ou espécie) que desterritorializam as representações molares”, “comunicação transversal com um heterogêneo”. Cf. CAIAFA, 2000, p. 37 e 38.

Tomei a liberdade de me apropriar e de utilizar os conceitos de “agenciamentos” e “linha de fuga” por identificar nos agenciamentos, como descritos por Deleuze e Guattari, características importantes que encontro também no campo da produção de grafite: a) sua heterogeneidade; b) seu caráter instável; c) a presença de linhas de fuga.

Apresentei o conceito de agenciamento no primeiro capítulo desta dissertação. Lá, baseando-me nos trabalhos de Deleuze e Guattari e nas abordagens de Caiafa a respeito deles, expliquei que os agenciamentos são arranjos instáveis compostos por elementos heterogêneos (tanto de caráter de material e social – os corpos, as ações e as paixões – como de caráter discursivo) que interagem e se influenciam mutuamente, e que comportam, simultaneamente, a formalização e a cristalização de seus componentes e as possibilidades de sua transformação. Nesse sentido, ficou estabelecido que os agenciamentos devem ser pensados não como composições estáveis, mas como arranjos em equilíbrio provisório e que comportam as vias de sua própria guinada, pois, como mostra Deleuze, sempre há uma linha de fuga, sobre a qual as revoluções se esboçam.

É assim que compreendo o grafite urbano contemporâneo, sobretudo o carioca, que tive a oportunidade de examinar mais de perto: como um arranjo instável e heterogêneo, atravessado, simultaneamente por devires transformadores e liberalizantes e por outros que operam no sentido da formalização e da institucionalização.

## **5.2 As diferentes facetas do grafite carioca**

- Dentro do grafite tem várias correntes de pensamento, né, (...). Tem gente que pensa que grafite é só vandalismo, entendeu, é você pichar, é você se apropriar de um espaço sem autorização. Tem gente que enxerga o grafite como uma ferramenta de transformação social e tem gente que enxerga o grafite como negócio. Então, assim, eu assimilo as três coisas.(Airá “O Crespo”)

A abordagem do grafite como agenciamento norteará minha compreensão do circuito de produção de grafite no Rio de Janeiro, que passarei a chamar de “agenciamento grafite carioca”. Minha proposição é que este agenciamento é formado por elementos (sociais, culturais, artísticos, políticos, estéticos, comerciais, publicitários etc.) bastante heterogêneos, que, em algumas ocasiões, podem confrontar-se.

Percebo o agenciamento grafite carioca como um arranjo instável atravessado tanto por momentos de formalização – isto é, a institucionalização, o aprisionamento da produção em usos comerciais e publicitários e em uma estética voltada para o mercado -, como por linhas de fuga que empurram para a desterritorialização alguns dos elementos já formalizados. Tais linhas de fuga podem fazer o grafite carioca entrar em devires revolucionários, criadores, transformadores, libertadores. São os devires minoritários<sup>257</sup>, isto é, aqueles que, apesar de não responderem por um padrão dominante, possuem um grande potencial de desterritorialização.

É provável que a concepção de grafite que apresento aqui contrarie algumas vozes dominantes na mídia, no circuito do grafite e até mesmo na reflexão acadêmica acerca do assunto, que celebram a grafiteagem como uma prática cultural de caráter artístico, independente da situação ou do contexto nos quais ela apareça. Ao apresentar o grafite carioca como um fenômeno plural e multifacetado, vou na contramão do que dizem os defensores incondicionais do grafite, evidenciando que apenas em circunstâncias específicas ele pode ser entendido como arte. Em outros momentos ele é comercial, publicitário, filantrópico, didático etc.

Longe de ser uniforme e homogêneo, o circuito de produção de grafite no Rio de Janeiro é marcado tanto por momentos de informalidade, marginalidade e subversão em relação à ordem

---

<sup>257</sup> O conceito de devir minoritário é desenvolvido por Deleuze e Guattari em “Postulados de linguística” e em *Kafka: por uma literatura menor*.

dominante, como por um forte movimento de institucionalização e normalização (que parece generalizar-se, sobretudo, nos anos mais recentes), circunstâncias que moldam suas diferentes facetas. Assim, procuro apresentar o grafite carioca em toda sua heterogeneidade e fluidez, as formalizações que o estabilizam e inscrevem, e também as pontas de desterritorialização, as linhas de fuga que o lançam em novos devires.

Baseando-me nos depoimentos dos 21 grafiteiros cariocas que entrevistei, nas minhas observações e nos recortes de revista e jornal que colecionei ao longo da pesquisa, apresentarei nas páginas seguintes as principais dimensões que identifiquei no agenciamento grafite carioca e nas ações dos grafiteiros que aqui atuam: na *rua*, ele é marginal, é arte, no sentido forte proposto por Deleuze e Guattari; institucionaliza-se nos circuitos *comercial* e da *arte canônica* dos museus e galerias; nas ações de grafiteiros voluntários e nas oficinas promovidas por ongs encontra uma *função social*, mas também aí corre o risco da formalização .

### **5.2.1 Emoldurado e embalado para viagem: a institucionalização e seus efeitos**

- Quem quiser meu grafite dentro da casa e que num quiser na parede, pode ter. Então, essa versatilidade, assim, eu acho interessante que a arte tem. Eu acho também que o grafite ele não deve ficar só preso na parede, entendeu, quem quiser essa parede vai quebrar e vai levar um pedaço pra dentro de casa? Eu acho que ela pode ter um pedaço dessa parede sim, mas de repente numa impressão, numa foto, em alguma coisa. Eu acho que o grafite, hoje em dia, ele tomou dimensões de não só uma coisa marginalizada, eu acho que ele já ultrapassou essas barreiras todas. Tipo, eu como um cara autodidata e tal, hoje em dia, eu tenho a minha arte numa galeria, entendeu. (Marcelo Eco)

Desde as primeiras páginas deste trabalho tenho mencionado a institucionalização do grafite. No capítulo anterior, tentei deixar bem claro que para boa parte dos grafiteiros existe uma nítida diferença entre o grafite que se faz nas ruas (para eles, este seria o verdadeiro grafite) e os trabalhos inspirados na estética do grafite que hoje figuram nas imagens da indústria cultural, nas

paredes de galerias e museus e em diversos produtos comercializados. Para mim, o grafite institucionalizado aparece como uma das facetas que o fenômeno assume hoje no Rio de Janeiro.

Quero, mais uma vez, esclarecer que entendo por institucionalização do grafite a incorporação da estética desta linguagem urbana às produções do circuito oficial da artes plásticas, da mídia, de forma geral, e de toda uma indústria que comercializa uma vasta série de produtos estampados com imagens inspiradas nos grafites contemporâneos. Utilizo a palavra institucionalizar para indicar o processo de transposição de uma prática marginal e livre de regras que pautem sua efetuação, para o interior de instituições, particulares ou não, onde sua existência e sua utilização passam a obedecer a normas – artística, comerciais, legais etc. - e a sujeitar-se aos fins buscados por elas – lucro, obtenção de visualidade perante determinado público-alvo etc. À institucionalização correspondem os processos de normalização, formalização e burocratização do grafite urbano.

Os entusiastas, inclusive muitos grafiteiros, parecem não ver qualquer problema na onipresença cada vez maior do grafite em meios institucionais e na utilização desta estética para fins comerciais e publicitários.

Alguns escritores urbanos, por outro lado, são críticos em relação a essa atitude de oficialização do grafite. Observa o grafiteiro Chico, integrante da Nação Crew:

- Eu acho que o grafite fala pra tanta gente, tanta gente que eu acho que ele mesmo não tem noção. Então na verdade, o compromisso dele se perde quando ele só quer simplesmente ser estético.

Ele define como poda a interferência que a institucionalização da estética provoca no desenvolvimento e no resultado final de seu trabalho:

- Por mais que, de repente, uma empresa chegue pra mim e fale assim “Faz o que você quiser aí.”, eu acho que só por ser uma empresa ou alguma outra coisa já tem uma influência já, muda mesmo meio que inconscientemente alguma coisa na minha cabeça. Agora, na rua, eu faço o que eu quero. (...)

Tinha uma exposição numa loja de jóias que eles queriam fazer. Eles falaram: “Vocês vão ter uma quantidade de jóias, de material e vocês vão fazer o que quiser.” E aí, sabe o que é que eu queria fazer? Pegar uma cadeirinha, desenhar um canto bem sujo, como se fosse um beco. Ia pegar um montão das jóias, colocar dentro de uma trouxinhas, amarrar, grampear, cada jóia que eles me dessem, pulseira, tudo, eu ia colocar dentro de trouxinha, guardar assim, ia mostrar que nada mais aquilo dali é que um comércio igual a um comércio de drogas. Você quer vender a todo custo, você quer ser o melhor a todo custo. Mas sabe o que falaram pra mim? Que não podia! Não podia. “Você não pode fazer desse jeito.” Então, na verdade, o que eu queria falar não pode ser apresentado porque era forte de mais, entendeu? Pô, por que forte de mais? Só porque, de repente, eu ia estar mostrando que os comerciantes daqui do Centro da cidade agem do mesmo jeito que os traficantes? Lógico que eles não matam, de repente. Nem isso eu sei! Por que é que eles não matam? Quando, de repente, você tira a oportunidade de alguém você mata ela. Então, do mesmo jeito que alguém dá um tiro no outro. Quando você quer vender a todo custo, é mesma coisa que um traficante está fazendo. Era isso que eu queria falar e que eu não posso. Muita coisa que eu gostaria de falar, de repente, não posso. É isso, eu queria falar sobre subúrbio, as coisas sujas mesmo, esse lado de as pessoas quererem e não terem oportunidade. É isso que eu queria falar e não consigo mesmo, eu mesmo estou me podendo por causa do grafite, eu mesmo me posso.

Relatos de outros grafiteiro confirmam as limitações impostas pelos trabalhos pagos, feitos sob encomenda. Respondendo à pergunta sobre se vêem alguma diferença entre os trabalhos que fazem comercialmente e aqueles feitos na rua, vários grafiteiros responderam afirmativamente.

- Todas, todas. Tipo assim, eu posso até pegar um pouquinho do que eu uso lá, o lá é a rua, né, e usar aqui, o aqui sendo o trabalho, né, comercial. Mas é isso, na essência, lá eu vou estar com muito mais liberdade nessa produção, né. Aqui, quando tem um direcionamento, né, isso aqui é para, sei lá, vamos falar assim, campanha do câncer de mama, por exemplo, então eu vou estar ali preso a essa idéia da campanha do câncer de mama. Então, quer dizer todo meu trabalho vai estar ali desenvolvido, né, através desse ponto zero, né. Ah, sei lá, a barraquinha do seu Joaquim que vende carne de sol lá na feira dos paraíba. Eu vou estar já com esse ponto de referência, já está mudando, né, a minha maneira ali de praticar essa arte, né. Daí, eu acho que tem diferença sim, né, lá eu sou bem mais puro, né, bem mais verdadeiro, não sei. Aqui a gente se camufla mais pra poder ser aceito, né. Lá a gente só bota, quem quiser, bate palma, quem não quiser, apaga, rabisca, faz o que quiser. (Preas)

- O trabalho comercial, eu tento no máximo respeitar a sensibilidade do meu estilo de desenho, porque às vezes você tem um estilo de desenho e o cara que tá te contratando não vai gostar daquele estilo de desenho na parede dele, mas eu faço o que de repente o cara vai pedir : “Ah, eu gostaria de fazer um desenho assim, assim, assado”, aí, eu vou dizer “É tanto”. Mas depende do cliente, porque às vezes o cliente já sabe quem é você, ele vai, às vezes pelo seu nome, então ele quer ter. Graças a Deus hoje eu faço trabalhos assim. Mas antigamente, não. Antigamente, o

cara quer um grafite, às vezes ele pede desenho de outro cara, entendeu: “Ah, eu vi esse grafite aqui na revista e quero esse grafite aqui”. Porra, eu não vou copiar o desenho do cara! Tá entendendo como é? É meio complicado. (...) Não faço. Tenho condições hoje em dia. Até posso indicar um outro que faça, entendeu. Hoje em dia eu faço isso. Hoje graças a Deus eu posso dizer “não”, mas tem a galera que não pode. (...) Os trabalhos que eu faço na rua, sou eu que sustento, sou que dou a tinta, sou eu que dou tudo, mas eu vou fazer o que eu quero, entendeu, então, vai ter muito mais produtividade do que o que eu vou tá fazendo no comercial. (Akuma)

- É lógico que o sentimento da rua é um, a adrenalina é outra, você chega ali e interage... é tudo diferente. Tem essa diferença, entendeu? (...) A motivação é outra, acho que é igual, mas é diferente, sabe, tipo, a rua tem vida, cara, você vai lá e interage ali, você não sabe se você vai conseguir voltar, se você vai terminar o grafite, se o grafite vai permanecer e você passa várias vezes ali, e é uma sensação muito louca de você ver a parada na cidade, todo mundo andando... às vezes um camelô, um mendigo dormindo do lado do grafite, sabe, é diferente. Trabalho comercial, tu faz e desapega. (Toz)

- Quando eu pinto uma tela eu penso muito, eu não chego lá e pinto uma tela como eu chego aqui na rua e pinto um grafite, entendeu. Na rua é comunicação, a tela é uma decoração, né, você tem que pensar pra caramba pra colocar aquilo na tela, se tu de repente vai chocar de mais e aí a pessoa não vai aceitar. É um bagulho comercial mesmo. (Acme)

- Tem. Basicamente é uma questão de *briefing*, assim. Quando você vai fazer um trabalho comercial, a pessoa geralmente tem um *briefing*, e o trabalho que você faz na rua, geralmente é um apanhado das coisas que você já fez, já desenhou, as idéias que você tem e na hora você pega uma e desenvolve pra aquele lugar. Mas em relação à estética, assim, é a mesma coisa. (Bragga)

- Ah, com certeza. Quando você está pintando na rua faz o que você quer, entendeu, se expressa da maneira que você quer, profissionalmente, não, tem certas regras, às vezes, da pessoa que contrata, então, realmente é diferente. (Om)

Assim sendo, considerando o agenciamento grafite uma prática cultural que nasce marcada por aspectos de marginalidade e liberdade em relação a constrangimentos institucionais, de mídia e mercado, é esperável que a conversão para circuitos comerciais e oficiais em geral venha afetar em algum grau sua realização e, o que me interessa particularmente, seu papel na cidade. Retomaremos esta questão mais adiante.

Na tentativa de demonstrar as alterações sofridas pelo grafite em sua institucionalização, lançarei mão do trabalho de Facina e do famoso texto de Walter Benjamin “A Obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”. Recorrerei também aos relatos dos grafiteiros colhidos ao longo da minha pesquisa etnográfica.



No primeiro capítulo deste trabalho, mostrei que, para Facina, existe uma relação entre as obras de arte e a realidade material de onde elas emergem. Assim, ficou estabelecido que as práticas culturais relacionam-se e interagem com o contexto do qual fazem parte. Desse modo, as criações humanas são marcadas pelas conjunturas políticas e sociais contemporâneas a elas, pela história da produção, pelas circunstâncias materiais que envolvem o artista no momento da criação, bem como por seu diálogo com outros produtores.

Assim sendo, é possível intuir que a alteração dos contextos de produção e consumo dessas mesmas criações, como sua incorporação ao mercado cultural, por exemplo, ofereça novos limites e outros repertórios simbólicos e materiais, o que pode transformá-las significativamente.

Baseando-se no trabalho de Goldmann, Facina mostra que as visões de mundo veiculadas por meio de uma produção artística não são elaborações de um indivíduo isolado, mas são coletivas, pois são compartilhadas e referidas a grupos sociais mais amplos<sup>258</sup>. Deduz-se, a partir dessa afirmação, que a transferência, de um grupo para outro, do contexto da produção artística tende a provocar transformações consideráveis na forma e no conteúdo da obra de arte resultante.

No caso do grafite, as mudanças podem se revelar bastante expressivas quando este sai do contexto informal das ruas, onde também podem acontecer atuações marginais, dos bairros pobres das periferias e guetos urbanos e passa a ser produzido segundo a lógica (comercial, publicitária e midiática) dos grupos detentores de poder político e econômico (situação inteiramente contrária à dos jovens que antes pintavam por conta própria e segundo seus próprios interesses).

Assim, ao ingressar nos circuitos artístico, comercial e midiático, a produção de grafite institucionaliza-se e passa a responder a interesses financeiros, além de se sujeitar a limites que restringem a liberdade de criação do artista (por exemplos: o imperativo do lucro, os interesses do

---

<sup>258</sup> FACINA, *op. cit.*, p.32

contratante, a necessidade de gerar demanda de consumidores). Trata-se da poda mencionada pelo grafiteiro Chico em uma das falas transcritas acima, questão retomada por ele em outro momento da entrevista:

- Eu acho que quando eu não posso falar numa galeria... De repente, eu chego numa galeria aí e não posso botar um quadro de um moleque sangrando porque é muito agressivo. As pessoas vão todas, de noite, beber e ficarem alegres, pessoas “do bem”, entendeu, as “pessoas do bem” não podem ver um boneco com a cabeça estourada. Não pode, isso não é legal de ver. Eu acho que quando isso acontece comigo, (...) eu estou me podando, mas aí os galhos vão crescendo aos poucos de novo, quando eu vou dando aula, num lugar onde esse grafite lindo não chega, entendeu. Por mais que não eu queira falar pra um lado, eu acabo falando por outro. (Chico)

De modo semelhante, os *status* das obras e de seus produtores tendem a se modificar neste processo de institucionalização. Os grafiteiros saem da posição de jovens pobres, anônimos e transgressores, em alguns casos, para se transformarem em artistas famosos, em designers requisitados ou, simplesmente, em empregados contratados para a realização de trabalhos previamente determinados. Antes, grafitavam apenas por prazer e movidos por ideologias pessoais ou do grupo social ao qual pertenciam, agora, passam a pintar sob encomenda, segundo os critérios e designações dos contratantes ou empregadores. Não se trata mais do pintor dos muros, que pintava por rebeldia ou por prazer de interferir no espaço da cidade. É uma nova figura que emerge, que pode ter características interessantes e usar o traço do grafite, mas difere, a rigor e necessariamente, do grafiteiro. Mesmo assim, o que é interessante também, continuam se denominando grafiteiros e podem ser assim considerados. Parece que o panorama multifacetado e diverso do grafite carioca os acolhe como uma de suas modalidades.

A respeito das pinturas que os grafiteiros/artistas/designers, eventualmente, continuam a fazer na rua, é possível supor que também sejam modificadas pelo novo nicho de atuação de seus executores. Alguns dos grafiteiros cariocas entrevistados afirmam que, em muitos casos, os

grafites urbanos são afetados pela busca por fama, podendo funcionar como portfólios, cartões de visita, meio de divulgar nomes e trabalhos.

- Tem gente que pinta na rua só visando o trabalho fechado, particular, para que as pessoas vejam e falem “Olha, esse cara é da rua e ele pinta desse jeito. Vamos chamar ele”. Então, na verdade, a nossa galeria é a rua. A gente não precisa nem estar em museu. É lógico que se estiver em museu vai ter um contato muito maior com o público, com as pessoas que são de opiniões, né, aquelas que influenciam no mercado. Mas na rua elas gostam também. Do mesmo jeito que um cara vai buscar um moleque no campo de várzea pra jogar na Europa, ele vai buscar um grafiteiro na rua pra botar na galeria. (Chico)

- Certas pessoas tentam adequar sua história pra que isso possa ser aceito pela sociedade de forma mais fluente, né. Então, tipo assim, se você tem uma identidade no teu grafite, né, e pode também transformar isso em algo comercial é muito mais lucrativo, entendeu. (Acme)

- O grafite começou, desde que eu conheço o grafite, começou com pessoas pintando temas políticos, sociais, depois pessoas foram pintando outros temas mais descontraídos, o cotidiano e tudo. Hoje, muita gente pinta pra certos públicos. Eu sei de muita gente que não pinta pra si próprio, mas pinta pra os outros verem, pra gringo ver, pra produtor cultural ver. Isso pra essas pessoas conseguirem seus trabalhos. Eu acho válido também que ele está fazendo a propaganda do trabalho dele, mas aí muda, o grafite, as paredes das ruas viram telas pras pessoas apreciarem e quererem comprar isso. Então, assim, é uma coisa que eu não faço, eu não pinto pra ninguém ver, nem pra público nenhum. Eu pinto o que eu quiser e aí, eu acho que no grafite as pessoas têm feito isso: têm pintando coisas pra outras pessoas verem e comprarem. (Criz)

- Aqui no Rio, antigamente, tudo o que acontecia, tipo, apareceu uma casa com milhões de dinheiro, aí, cara, domingo já tinha um grafite com alguma coisa relacionada a isso, alguém falando, entendeu, alguma parada... mensalão, essas coisas assim, tudo era protesto. Hoje em dia, as pessoas já fazem a parada pra mostrar pro rico. Exemplo, faz um grafite e tal, tira foto e “Ó, esse grafite aqui eu posso fazer no quarto do teu filho. É desse tipo assim que tu quer? Ou é desse tipo assim?”, aí faz um bonequinho com chupeta, entendeu. Tem muito essa parada hoje em dia. (Stile22)

A popularidade alcançada pelo grafite e a demanda comercial por sua estética também podem repercutir sobre os novos grafiteiros, muitos dos quais tendem a iniciar sua trajetória no grafite com motivações comerciais ou em busca de fama, conforme revelam os relatos dos veteranos cariocas entrevistados.

- No Rio a molecada começa já querendo pintar num muro legal, num muro maneiro, num muro que, pô, tá liberado, pra ficar ali pintando e ver a gatinha passar... E, se der mole, dá entrevista, sai no Globo, entendeu. Pô, então, isso destrói o grafite, isso dilui, dilui, dilui. (Toz)

- Eu acho que muita gente quer entrar hoje no grafite por causa desses respaldos que o grafite oferece, né. O grafite em si mesmo é tu gastar tua tinta, nada mais do que isso, né. Mas há inúmeras maneiras de se conseguir, né, através do grafite dessas outras instâncias. Então, acho que tem muita gente hoje em dia que começa a fazer grafite pra aproveitar isso mesmo, o mercado de grafite que está se criando. (Preas)

- Hoje em dia o cara não sabe né fazer uma letra direito e já está na rua pintando, entendeu. Então, muitas das vezes, ele está ali pra poder arrumar uma menininha pra ele namorar e tal e, tipo, tirar onda e tal, e na nossa época não. Na nossa época, era mesmo, era um lance bem de zoação, bem puro mesmo. O que a gente fazia, a gente fazia mesmo pra poder zoar e tal. Nem era na visão comercial. Então muitas das vezes, por a gente parar e falar “Ah, o grafite gera uma renda tal, o grafite me sustenta”. Então, hoje em dia, tem sido diferente, tanto que a minha visão é que ele nunca perca a essência da rua, né, que ele nunca deixe a rua. (Marcelo Eco)

- Eu acho que os grafiteiros que estão surgindo eles vão buscar os mais antigos como referência - mas é referência porque todo mundo só fala das pessoas antigas; o cara tem mais tempo, o cara tem mais grafite, o cara tem mais experiência, mais tudo. Então, os moleques vão vendo os caras antigos se desviando, o grafite vai mudando entendeu, vai todo mundo se desviando junto. (Stile22)

Além disso, a divulgação via mídia e a proliferação comercial de imagens inspiradas na estética do grafite urbano podem intervir na produção das pinturas que continuam a surgir nos muros da cidade, conforme explica o grafiteiro Preas:

- Quando alguém cria algo, principalmente em termos visuais, pintura, grafite mesmo, né etc. e tal, ele tá ali cogitando, né, predefinições que ele tem, né. (...) Sempre, ele vai estar buscando alguma referência pra estar criando esse novo, né, vamos dizer. Então, eu acho que a produção de rua, ela acaba sendo interferida nisso, porque, na medida que um moleque que ainda não pinta, ele vê os comerciais de televisão com a linguagem do grafite, aquilo já passa a fazer, ali, parte do universo psíquico dele, do imaginário dele, né, aí quando ele virar um artista e for se expressar e ele for querer fazer o grafite, que ele acha que entende o que é o grafite, aquilo ali vai ser uma referência pra ele. E nem foi nem o grafite real, foi o grafite absorvido pelo meio de comunicação, né, que foi o comercial de televisão que ele viu. Quer dizer, vai ter uma influência lá na produção de rua.

Do processo de institucionalização resulta ainda que o grafite, cuja produção urbana relacionava-se, sobretudo, às ideologias e aos gostos pessoais de seus executores, às questões

políticas e sociais, como as propostas pelo *hip hop*, e eram efetuadas basicamente nas ruas, sem quaisquer restrições institucionais ou comerciais, passa a ser agora, também, objeto de consumo com valor fixado pelo mercado.

Ao mesmo tempo, muda a forma de usufruir ou consumir o grafite. Nas ruas, seu consumo além de ser imediato, no sentido de que prescinde de intermediários ou mediações, é gratuito. Sua incorporação ao mercado e à indústria cultural, inscreve-o em novos circuitos de produção, distribuição e consumo, que passa ser mediado e restrito aos indivíduos que dispõem de meios financeiros para adquiri-lo.

Portanto, pode-se dizer que a transferência do grafite urbano para as galerias de arte, para os estúdios de design e para as agência de publicidade transforma-o, retira sua “aura”.

Diante da evolução das técnicas de reprodução e do acentuamento da serialização das criações artísticas, Walter Benjamin propõe o conceito de “aura” para se referir à singularidade da obra de arte original. Assim, para ele, uma obra de arte singular é dotada de uma aura, que é sua autenticidade, o seu “aqui e agora”, “sua existência única no lugar em que ela se encontra”<sup>259</sup>. Nessa existência única, ele explica, se desdobra a história da obra, a qual compreende tanto as transformações que esta sofreu com a passagem do tempo como as relações de propriedade nas quais ingressou.<sup>260</sup>

Benjamin mostra ainda, que uma obra de arte, em seu modo de ser aurático, inscreve-se na tradição e cumpre funções ritual e social, ou seja, seu valor não deriva de seu grau de exposição ou tampouco da disponibilidade de acesso aos homens, mas simplesmente de sua existência única e especial. A obra pode prestar-se a usos práticos e voltados para a coletividade -

---

<sup>259</sup> BENJAMIN, 1994, p. 167.

<sup>260</sup> *Ibidem*.

sejam eles mágicos, didáticos ou simplesmente de contemplação – mas a técnica estará sempre colada ao ritual.

Na sociedade moderna, a técnica emancipa-se do ritual e se torna autônoma. O aumento e a facilitação da reprodutibilidade de uma obra de arte a refuncionalizam e o que passa a importar é o seu grau de exposição. A criação artística destaca-se do ritual e passa a ser elaborada visando à reprodução. Assim, a serialidade substitui a existência única e aproxima o objeto de arte do espectador, nesse processo desaparecem o testemunho histórico e o peso tradicional carregados pela obra singular; a aura é destruída.

Diante do que vimos acerca dos processos de produção de grafite urbano e de sua atual institucionalização e comercialização, ficam claras as analogias que podemos traçar com o pensamento benjaminiano.

Considerando a singularidade das pinturas urbanas é possível indicar que possuem a aura, “o aqui e agora” de que fala Benjamin. Assim como as obras de arte únicas, os grafites urbanos também gozam de uma existência singular. Uma determinada pintura existe apenas num muro particular, tendo sido feita por um grafiteiro ou grupo específicos num momento e circunstâncias únicos e singulares.

O que tenho estudado acerca da produção dos grafites urbanos me leva a crer que o momento de sua criação se assemelha a um ritual coletivo, para o qual os grafiteiros se preparam previamente e se reúnem. O evento, que pode ou não estar inserido num acontecimento maior (como uma apresentação de *hip hop*, um mutirão de grafite ou um evento relacionado à cultura urbana, por exemplo), chama a atenção dos moradores da localidade que se agrupam em torno dos pintores para acompanhar o desenrolar do trabalho. A pintura passa a fazer parte da paisagem daquela rua e a interagir com seus moradores. Sabemos também, que, em suas origens (isto é, antes do impacto causado pela comercialização do grafite), a produção de grafite nas ruas não

visava apenas à exibição da obra, era também uma questão de atitude, um ato de rebeldia e protesto contra a ordem dominante. A ação do grafiteiro de sair de casa e pintar um muro, a mensagem transmitida e a conseqüente existência do grafite eram o que realmente importava.

A incorporação da estética do grafite aos circuitos massificados da moda, da publicidade e do mercado de consumo destroem sua aura, pois, além de serializar sua existência, ao retirá-lo da rua e dos contextos sociais e culturais particulares que envolviam sua produção, transformam-no e alteram sua singularidade.

Como vimos, a reprodução em massa do grafite urbano o inscreve em novos contextos de produção e consumo. O deslocamento dos contextos social e de produção do grafite provocam a autonomização de sua estética.

Nos anúncios publicitários e na estética televisiva, o grafite urbano é desqualificado, pois aparece não como obra de arte autêntica e singular, mas como mero cenário, pano de fundo para a ação dos personagens ou para a exibição dos produtos a serem vendidos. Está, nesse contexto, destituído de sua aura porque não é aqui uma obra de arte com existência única, mas cumpre uma função meramente decorativa (de exposição, portanto) e, quando muito, coadjuvante da cena e do aliciamento dos consumidores.

Na indústria da moda, assim como na linguagem publicitária, o grafite é apropriado parcialmente, apenas como estética, como traços, formas e cores deslocados de seu sentido e funções originais. Ficam de fora a totalidade dos aspectos dessa forma de arte, sua densidade estética e conceitual, sua inscrição nos circuitos sociais e culturais que o geraram e que respondiam por boa parte da razão de ser do grafite urbano.

Como vimos, a maioria dos grafiteiros cariocas entrevistados concorda em diferenciar o grafite urbano da estética do grafite que figura nos quadros, na mídia e nas estampas dos produtos comercializados, pois entendem que o “grafite real”, a essência do movimento está nas ruas.

Entretanto, poucos são os que adotam uma postura crítica diante da incorporação do grafite aos meios institucionais, menor ainda é o contingente que se recusa a entrar no mercado. Isso porque, para quase todos os entrevistados, o uso artístico e comercial da linguagem do grafite é fonte de renda - a única, em boa parte dos casos – e possibilidade de ascensão social.

- Eu acho isso [a utilização comercial do grafite] muito maneiro, eu acho isso legal pra caramba. Eu acho que é uma oportunidade de vários grafiteiros ampliar os setores, tipo assim, opções, né. Eu posso viver do grafite hoje. Pô, é maneiro! Quem não quer? Porra, adora fazer grafite e poder viver de grafite em vez de ter fazer grafite aqui no fim de semana e durante a semana ter que trabalha na porra de uma obra lá como peão? Não. Acho muito maneiro o cara ficar a semana toda lá fazendo grafite e viver daquilo. Sentado, fazendo criações e desenvolvendo na parede e ganhando com aquilo, ou criando pra poder imprimir em roupa, em estampas. Eu acho isso a revolução (...) Por que o cara, segunda-feira, ele não pode ir prum estúdio fazer criação de desenho, na terça-feira, ele fazer um grafite ali na rua contratado por uma empresa, na quarta-feira ir pra galeria de arte montar uma exposição, na sexta-feira voltar pro batente que é desenhar pra fazer estampa? Por que não ter uma rotina assim? Acho que sim. (Akuma)

- Em relação a esse lado comercial, a tendência que acontece é o jovem, ou o grafiteiro, né, ele estar encontrando na própria arte alternativas de geração de renda para ele, entendeu, para ele não ter que se dedicar a uma outra coisa e poder fazer o grafite, né. Afinal, assim, isso aí se dá muito também pelo momento político que a gente vive, né, essa coisa da crise do socialismo e aí você também já revê uma série de valores que você tinha em relação ao capitalismo, porque ele está aí e você tem que sobreviver, né, e aí, como o grafite muitas vezes é feito por jovens que não têm muita renda, né, então você vê que ele... a arte, ela proporciona um ganho acima da média, né, então o cara prefere estar através da arte dele se desenvolvendo profissionalmente do que fazer uma outra coisa e querer manter aquela postura, num sei se um pouco radical ou talvez limitada, de você só fazer grafite na rua, na rua, na rua... (Airá “O Crespo”)

- Eu não tenho nenhum problema com isso [a utilização comercial do grafite]... Mudou muito minha cabeça nos últimos anos, quando eu precisei, passei a ser produtor em vez de consumidor. Vi que quem tinha uma postura de não pintar parada comercial, ou queria fazer outra coisa da vida ou tinha grana pra poder manter essa postura ou então não fazia nada. (Bragga)

Mesmo alguns dos que apresentam uma certa dose de crítica ao sistema capitalista – seja em seus discursos ou em seus grafites – acabam se rendendo ao mercado.

- Enfim, né, eu critico, sou contra ele [o capitalismo], mas é um rio que não adianta nadar contra, a correnteza é muito forte. Acho que eu aconselho a manter o teu barquinho ali no rio e vamos em frente, né, vamos falar assim. Nesse sentido aí, todo mundo, independente se ser artista, independente de ser dono de ong, independente de ser dono de emissora de TV,



independente de ser dono de supermercado, independente de ser estudante, né, pai, filho, né, todo mundo depende dessa realidade, do dinheiro. A gente tem que se alimentar, a gente tem que se locomover e a gente tem que morar (...). Como que vai se ganhar dinheiro para isso, né? Enfim, a gente precisa desse sistema por mais que a gente discorde, a gente está inserido nele, né. Nesse sentido, né, literalmente, a gente é obrigado a se vender, né. Eu, pô, se não tiver como, né, me alimentar, morar e me locomover: f-u-d-e-u! E agora? O que é que eu vou fazer, né? Vou ser obrigado a me render às portas, né, que não devem ser abertas, né, a criminalidade, né. Enfim, né, como que vai sobreviver? Tem que se vender, né? Se o que a gente faz o mercado quer comprar, maneiro, né. Vamos lá, tentar de repente, né, moldar direitinho a coisa, né, dar valor, né, se profissionalizar e tal. Até pra não ser enganado de novo, né, enganado por ele mesmo e enganado por quem tá praticando ele. (Preas)

- Toda arte mesmo começa na rua, né, e tu vê que quando ela parte pra mídia e fica só na televisão.... Isso, em consequência também da pressão que o cara sofre, né. Eu não quero fazer isso, não, mas eu acho que isso um dia vai ter que acontecer porque também ninguém é de aço, entendeu, o cara tem que fazer a vida dele, o cara tem que fazer a correria dele. Eu tenho aminha mãe, eu tenho a minha avó que sofre de mal de Alzheimer. Então, fazer o que? A gente tem que fazer por nós, né, cara. Se a gente quer fortalecer alguém, a gente também tem que estar fortalecido porque se não a gente acaba dando prejuízo na cabeça das pessoas. (Acme)

Além disso, muitos deles entendem os interesses comercial e midiático pelo grafite como reconhecimento da qualidade de seus trabalhos e como valorização do movimento, até então visto com desprezo e tratado com preconceito pela sociedade.

- Eu acho que, assim, demorou pro grafite ganhar o respeito, né, que lhe era devido e até pra que a própria galera do grafite conseguisse enxergar a amplitude, né, do movimento então, assim, agora que a gente tem isso mais esclarecido, eu acho que não tem porque querer restringir o acesso das pessoas ou a nossa atuação, né. Eu acho que tem que realmente ampliar e cair pra dentro. (Airá, “O Crespo”).

- Pô, quer dizer, um molequinho de dez anos hoje, ele vai se interessar por grafite por ele ver uma figurinha de grafite e ele vai começar a querer saber o que é isso, vai desenvolver. Quem é que vai ganhar com isso? É o grafite. Quem é que ganha com o grafite? O grafiteiros, né. (...) Eu acho benéfico. Quanto mais propaganda tiver da coisa, melhor. Quanto mais a mídia e os meios de comunicação quiser usar, melhor. Se usarem os próprios artistas disso, melhor ainda, né. Se os próprios artistas conseguirem se inserir nisso, magnífico. É assim que as coisas devem ser. O sistema está aí, eu critico, né, falo dele mas é o que eu falei: é um rio, vamos manter nosso barquinho ali, se não a gente morre afogado, é pior. (Preas)

- Eu sou a favor de qualquer coisa que seja positiva pro grafite, que enalteça o nome do grafite no cenário. Se ele vai pra galeria, pra museu, não importa onde seja... não denegrindo a imagem, nem a origem do grafite, mostrando sempre de onde ele veio, as pessoas que são as pioneiras e respeitando essas pessoas, eu sou a favor totalmente. E assim, eu acho que as pessoas têm só que tomar cuidado pra que as pessoas da arte não estejam manipulando, nem ganhando dinheiro

em cima – ganhar dinheiro em cima, eles ganham, mas que não seja usando os artistas do grafite pra isso. Mas eu acho super válido. (Criz)

Notei, na fala de alguns grafiteiros, que existe entre eles a preocupação de estar qualificados e preparados para atender à demanda comercial pela arte dos muros, para que outros, estranhos ao círculo do grafite, não se aproveitem da oportunidade.

- Então, foi como eu falei, acho que foi mais a linguagem do grafite que ganhou esse impulso do que o grafite em si. (...) Junto com essa linguagem tem que crescer essa especialização. Porque tu vê que a maioria das pessoas que fazem são pessoas técnicas que se apropriam da linguagem. Então, acho que a galera que faz tem que cada vez mais se capacitar pra poder cumprir e ocupar essa demanda porque, se não, muitas pessoas vão estar lucrando com isso. (Bragga)

- Eu acho que isso aí [o interesse comercial pela linguagem do grafite] vai ser como mais uma moda que eles estão usando agora, mas daqui a pouco eles não vão nem querer saber. Eu acho que se isso tiver que acontecer, (...), eu acho que o mínimo é que quem faça seja alguém que mereça, tipo, alguém que já pinta há bastante tempo, alguém que tenha um conceito, que saiba o que é grafite, saiba da onde vem, saiba pra onde vai, que saiba o que tá fazendo. Eu acho que é esse tipo de pessoa que deve desenvolver esse tipo de trabalho. Comercializar o grafite eu acho que seja errado. Você não deve botar isso como sua profissão, tipo, “minha profissão: eu sou grafiteiro”. Não é, não é sua profissão. (...) Eu não vejo problema em algumas vezes você ir lá e tal e ganhar um dinheiro fazendo um grafite (...). Você precisa, grafite é uma parada que você sabe fazer, você gosta. Eu acho que são esse tipo de pessoas que têm que fazer. O que eu acho errado é gente que começou ontem, neguinho que não sabe nada de grafite, não entende porcaria nenhuma estar ganhando dinheiro com isso, se auto-promovendo com isso. Isso eu acho errado, isso eu acho ruim, sabe. Até porque são pessoas que não merecem estar ali, estão aproveitando uma moda entendeu. (Ipek)

Percebi ainda que boa parte dos grafiteiros de origem pobre que vivem profissionalmente do grafite se vêem, em muito momentos, divididos entre os usos menores e maiores do grafite. Entre o grafite urbano *underground* que fazem na rua por prazer, alguns dos quais contendo mensagens de cunho político contra valores da ordem dominante, contra a sociedade de consumo, denunciando as mazelas da periferia onde boa parte ainda vive, e o grafite institucionalizado, trabalhos comerciais que podem limitar sua liberdade de expressão, podar sua criação artística e inseri-los nos quadros institucionais da sociedade que eles próprios criticam.

Quanto a atribuir efeitos negativos à institucionalização do grafite, eles se dividem. Alguns dizem não ver diferenças, do ponto de vista estético, entre os trabalhos que fazem mediante encomenda e aqueles que efetuam livremente na rua, apesar de afirmarem ter mais liberdade e autonomia para criar no ambiente urbano. Essa postura é ainda mais comum entre os grafiteiros mais famosos e reconhecidos, cujos estilos particulares costumam ser requisitados pelos contratantes.

- O que eu faço na galeria, eu faço no meu trabalho de designer, eu faço nos meus grafites e nos comerciais. (...) É o que acontece, cara, o artista se faz, entendeu. Hoje, eu deixei de ganhar cem reais pra fazer um desenho que não me agrada, que não tem nada a ver comigo que além de eu estar ganhando barato eu ia estar ofendendo o meu punho artístico, entendeu. De repente, amanhã também. Mas quem sabe semana que vem se eu começar a forçar, persistir, mostrar meu trabalho, mostrar minha qualidade, imprimir uma pastinha com fotos e começar a apresentar: “Isso daí eu não faço, não, mas olha só: eu faço assim. O que você acha? Esse aqui é meu estilo. Eu trabalho assim. O que você acha? É possível?” Por que não? Agora, se a pessoa relaxar e achar que vai ter sempre que ficar se dobrando aos caprichos de pessoas mal intencionadas, não vai crescer nunca. (Akuma)

- Quando a gente começou a fazer grafite, a gente tinha essa diferença claramente, porque a gente pintava na rua o que a gente queria e a gente ia pro trabalho comercial e pintava o que o cliente queria. Aí, era foda! Por exemplo, a gente rendia 60% nos trabalhos comerciais e 100% na rua, sacou, porque você fazia o que você queria. Como tempo, a gente conseguiu, a gente deu sorte, que isso também é um pouco de sorte: você conseguir uma linguagem original, própria, identificação das pessoas que olham aquele estilo e falam “Porra, Flesh Beck.” (...) Então, pra gente começou a rolar outro tipo de coisa, que era um trabalho comercial que rolava assim, tipo, a galera chama – como é esse da Conspiração – os caras chamam e querem o nosso estilo de desenho. (...) Aí, vira a mesma coisa, entendeu, só muda porque você tá ganhando pra aquilo, mas acho que em termos de arte, de qualidade, assim, a gente se esforça da mesma forma. Hoje em dia está rolando muito mais esse tipo de trabalho. (Toz)

- Quando fomos convidados a expor na galeria, o cara, ele chegou e falou “Eu quero que você faça o que você faz na rua, eu quero que você faça aqui dentro”. (...) Se eu vou fazer uma exposição dentro da galeria não vou fazer com a visão de arte de galeria, né, eu vou fazer o que eu tenho na rua, mas muitas das vezes dentro da tela, dentro de alguma superfície ou então na parede mesmo. (Marcelo Eco)

Desse modo – com maior ou menor consciência, resistindo mais ou menos - os grafiteiros cariocas rendem-se, pouco a pouco, à institucionalização do grafite. Notei, entretanto, que, de certo modo, eles revertem essa situação a favor do grafite urbano. Como a tinta *spray* custa caro,

na grande maioria dos casos, são os trabalhos comerciais que financiam os grafites feitos na rua, através do dinheiro que proporcionam ou das sobras de tinta. Descobri que muitos costumam superfaturar o pedido de tintas que fazem aos contratantes a fim de ter material para pintar pela cidade. É uma forma, ainda que limitada, de o *underground* sabotar o *mainstream*.

Assim, mesmo se rendendo às pressões que enquadram e formalizam o grafite urbano, os grafiteiros que ganham a vida vendendo trabalhos inspirados por esta linguagem não deixam de pintar na rua, “não perdem a essência”, como gostam de dizer. Conheci grafiteiros que deixam o local de trabalho já munidos de suas latinhas de *spray* e saem para dar um rolê e bombardear a cidade, às vezes até com grafite ilegal.

- A minha visão é que ele nunca perca a essência da rua, né, que ele nunca deixe a rua. Então é por isso que eu sempre quando eu tenho tempo... hoje mesmo, hoje, já vou pegar e já vou pintar na rua; ontem, eu pinte na rua; anteontem, eu também pinte na rua. Então, eu acho que o comercial ele é muito importante, (...) mas eu acho que a rua, da onde ele veio, acho que nunca pode morrer, né. E pra mim, o meu hobby é pintar na rua. Tipo, quando eu quero extravasar alguma coisa, eu vou pintar na rua (...) Então, que a motivação nunca perca o ponto principal que é a rua. (Marcelo Eco)

- Então, assim que surgir uma oportunidade boa, a gente tem que aproveitar, né e jamais esquecer nossas raízes que é aqui na rua. Pô, eu prefiro mil vezes estar pintando na pista, mas se for o caso de eu sofrer a pressão de um trabalho forte aí pra eu poder levantar minha vida, comprar uma casa, porque não abdicar um pouquinho da rua e ficar trancado produzindo pra melhorar minha vida? Mas eu nunca vou deixar de ser o que eu sou. (Acme)

- No nosso trabalho é lógico que a gente tem a sorte de ter a maior galera que ama, que gosta, a gente vende, a gente se vende, a gente é comercial, mas eu não deixo de pintar na rua, em lugares ilegais, não porque eu quero vandalizar, mas sim porque eu quero passar uma mensagem. (Toz)

- Por que é que eu acho que o grafite não se extinguirá? Por causa dessa verdade aí da rua, por causa dessa verdade aí do puro prazer só do pintar por pintar. (Preas)

## 5.2. Função social

Eu acho que o grafite é totalmente social. Muitas pessoas até me criticam e falam “Olha só, eu quero ser mais. Eu não quero ser só um grafiteiro social que vai dar aula”. Pelo contrário, quando você é um cara social que você dá aula, faz alguma coisa, você é que é mais. Você não

está só botando o nome esteticamente e mostrando que você é o cara, você tá dando oportunidade pra outras pessoas de falar ou desenhar ou de se sentir bem, de fazer o que quer. Eu acho que é totalmente social, aqui é totalmente social. Acho que lá fora é vandalismo, mas aqui, o grafite é social. (Chico)

Uma outra dimensão do grafite carioca é sua função social. Refiro-me ao trabalho filantrópico de alguns grafiteiros e ao uso da linguagem do grafite para fins educativos através de oficinas em sua maioria financiadas por ongs ou pelo estado. Não me estenderei neste assunto, pois não aprofundei minha pesquisa a respeito dessa questão. Apresentarei aqui apenas o registro desta que aparece como uma dimensão bastante característica do agenciamento grafite carioca.

Uma parcela significativa dos grafiteiros entrevistados está ou já esteve, de algum modo, envolvido em ações que usam o grafite como ferramenta de educação, socialização ou inclusão social de crianças, adolescentes e jovens moradores de favelas e áreas periféricas.

- O grafite, ele tem uma parte social porque mesmo como ele pode ser destrutivo, ele pode ser construtivo, porque eu posso fazer o grafite e posso influenciar, escrever um monte de parada a favor das drogas, a favor de prostituição, a favor de vandalismo, a favor de um monte de coisas. E o meu grafite eu utilizo ele como uma arma pra eu estar conversando com vários jovens, entendeu, eu estou ensinando, tipo assim, pode ser uma profissão pra ele, de repente um dia ele vai estar nessa área de design, de repente ele vai estar vendendo alguma tela, vai estar vendendo alguma roupa com o desenho que ele faz. Então isso é uma parte muito social pra mim entendeu? E eu passo a minha vida, entendeu. Acho que a parte que mais influencia é o que eu penso, então eu estou ali, mas estou passando o que eu acredito, passo o que eu acho certo, entendeu. Na minha visão de verdade, é o que passo pros jovens. (Eco)

- O grafite em si, a arte aqui é um instrumento de socialização. Não existe mais educação... a verdade é essa, não existe mais educação. (...) Então o que é que acontece? A arte está vindo porque tudo já se acabou, a única oportunidade é ela, é a música. Porque eu só posso atrair um moleque que tá na rua, fazendo grafite, uma coisa que ele nunca viu. E não adianta eu chegar lá e querer dar aula pra ele de alfabetização... eu acho que é isso, a arte é um instrumento muito forte de socialização. (Chico)

Nesse contexto, o ensino das técnicas do grafite, ao lado da música, dos esportes, da dança e do teatro, é tido como mais um meio de ocupar crianças e jovens carentes e retirá-los das ruas, onde estariam expostos ao ócio e ao aliciamento pela criminalidade. É também uma forma de

capacitar profissionalmente indivíduos que não têm acesso à educação formal, abrindo-lhes possibilidades de obtenção de renda.

- [ o grafite] Tem uma função social assim como todas as outras artes, os esporte, né, eu acho que tudo isso tem que estar nessa finalidade, entendeu, pra poder mudar mesmo porque isso é muito mais eficaz do que uma repressão de uma ditadura, sacou. É revolucionário o cara chegar e montar uma quadra de esporte na favela, faz com que as pessoas de lá comecem a praticar esporte, sacou, montar uma oficina de grafite faz com que as pessoas se interessem por arte. Ter conhecimento de arte, ter conhecimento de cultura, pô, tudo isso vai fazer as pessoas raciocinarem melhor. (Acme)

- Qual é a importância, a função dessas oficinas nessas comunidades?

- Eu acho que é só oportunidade. Oportunidade, só isso. Uma oportunidade de alguém virar um desenhista, ou até mesmo um grafiteiro, grafite-designer, ou então grafiteiro do gueto mesmo, um grafiteiro de revista, alguma coisa, alguma oportunidade. (Chico)

Essa modalidade também incorre num dos problemas mencionados para a modalidade comercial: ela o retira de seu meio próprio, a cidade. Embora se trate aqui de todo um outro conjunto de intenções, o grafite é igualmente formalizado e burocratizado em algum grau. Nesse contexto, a produção de grafite perde todo seu caráter marginal, seu “devir transgressão”, pois é domesticado e passa a depender de recursos privados ou públicos.

A respeito dessa questão, vale à pena registrar aqui o depoimento do grafiteiro Akuma a respeito da burocratização do grafite provocada por seu enquadramento numa ong:

- Eu já trabalhei muito com ongs, trabalho social, mas, a princípio, hoje em dia não faço mais um tipo de trabalho voluntário burocrático em ongs ou em qualquer outra entidade. (...) Desde o início, quando eu encontrei uns camaradas meus que a gente fazia uns grafites (...) e pintava sem compromisso todo final de semana (...) De repente, começou a aparecer interessados, os jornais, revistas começaram a querer buscar informação pra divulgar em revista, jornal e tal. Aí, depois disso, que foi divulgado, começou um outro tipo de procura, que é a parte da burocratização, uma ong que administra outra ong, que administra outra ong, que administra outra Ong, queria fazer da gente uma ong. Aí, a gente tudo moleque novo e tal, sem experiência, aí aconteceu do espaço ali, uns camaradas meus já tinham um espaço ali (...), aí o espaço se tornou uma Ong que o nome era Sobrado. Éramos eu, o Ema, o Eco, o Alex, tinha o Dentinho também, a gente dava aula de desenho. Burocratizou o negócio. Depois, o tempo foi passando e eu comecei a ver que a intenção era muito mais fora do perfil nosso, entendeu, não era muito certo o que acontecia. Aí, eu comecei a ver o que de repente outra pessoa não via e eu decidi

não continuar, vi que não era por aí e desassociei. Eu fiquei muito decepcionado e tô aí sem essa postura.

Na entrevistas realizadas, ouvi também relatos de associações bem sucedidas entre grafiteiros e organizações não governamentais. Obviamente, há casos e casos. Por isso, reafirmo que é necessário ter muito cuidado com esse enquadramento do grafite e de seus executores nessas ou quaisquer outras instituições que formalizem e burocratizem suas atuações.

A atuação social dos grafiteiros cariocas não está restrita a organismos e instituições formais. Há também algumas iniciativas informais, coletivas ou individuais, que lançam mão do grafite como forma de intervir na realidade de crianças, jovens e comunidades carentes visando a melhorá-la em algum grau. Apresentarei dois exemplos.

O primeiro diz respeito a ações esparsas de poucos grafiteiros que, fora dos quadros burocráticos de organizações não governamentais dispõem de seu tempo - e algumas vezes até de seus recursos – para ensinar a crianças e adolescentes as técnicas do grafite. É o caso do Akuma, que durante uma tarde por semana recebe em sua casa meninos e meninas do bairro onde mora para aulas gratuitas de técnicas de desenho.

- Hoje em dia não faço mais um tipo de trabalho voluntário burocrático em ongs ou em qualquer outra entidade, o máximo que eu faço, dentro do social é trazer a molecada de onde eu moro, que onde eu moro é um lugar humilde que tem uma galera trabalhadora, da classe trabalhadora, que na maioria das vezes a mãe é doméstica e o pai trabalha em obra e não têm muita instrução e as crianças eu reúno aos domingos, dou algumas aulas de desenhos, de técnicas de pintura, desenho, ilustração. Essa criançada, a gente fica numa tarde desenhando e trocando idéias sobre desenhos, eles fazem perguntas, não é muito técnico, é mais o que eu aprendi como autodidata (...) No quintal da minha casa, tem uma mesa redonda. Eu nem divulgo isso, não gosto de levar ninguém pra mostrar o que eu faço, não gosto que ninguém vá lá, que ninguém me aborreça, entendeu estou lá, só entram as crianças e eu.

Iniciativa semelhante a da grafiteira Anarkia, que também é artista plástica e professora de artes.

- O único movimento social que eu faço é comigo mesma. Lá no meu trabalho, de turma de dez eu tinha direito de colocar quatro bolsistas (...) Já que eu não quero trabalhar com nenhuma ong (...), então eu procurei fazer uma coisa por mim mesma. Eu peguei o meu trabalho, que eu posso colocar por minha conta essas quatro bolsas, fiz um acordo com eles pra eles me darem o espaço e toda infra-estrutura necessária pra eu trabalhar uma turma de grafite e nessa turma todos os alunos seriam bolsistas. Então, eu fiz minha divulgação nos colégios de lá e eu tenho uma turma de grafite completamente de graça. (...) Então, eu faço minha parte social, mas sem depender de ong.

Há também os mutirões de grafite em favelas e bairro periféricos organizados pelo Criz, que conta com o apoio dos grupos e grafiteiros mais engajados. A cada dois meses, uma localidade é escolhida para ter a paisagem modificada pelas cores do grafite. Além dos grafites que colorem os muros, os mutirões também levam música, artesanato e poesia para dentro das favelas.

- Eu não posso falar que eu tenho o objetivo de tirar as pessoas das drogas, de acabar com o tráfico, de acabar com a violência, porque isso não é competência minha, eu tenho o objetivo de ir lá levar cultura pra pessoas que, de repente, não conhecem o que eu faço. Então, esse é meu objetivo maior: ir lá levar essa cultura pra eles conhecerem. (...)Então, assim, o mutirão de grafite tem esse objetivo também de oferecer cultura, tudo o que for novo... no próximo, a gente vai levar poesia, é um grupo de pessoas que fazem poesia de cordel e a gente vai levar. Vai estar lá, as pessoas vão estar lá pra experimentar, entendeu. Tudo é experimentação e as coisas vão acontecendo. Por isso a favela, a favela foi escolhida pra isso porque no asfalto as pessoas têm acesso mais fácil a isso. A favela não tem, então a gente leva lá pra dentro isso. (Criz)

Por ser um evento informal, sem apoio financeiro de quem quer que seja, não há ajuda de custo, nem doação de tinta. Algumas vezes a comunidade alvo da grafiteagem se organiza para oferecer alguma refeição para os visitantes. O comparecimento fiel de alguns grafiteiros cariocas – em média, 40 em cada mutirão, sendo que cerca de 80% já prestigiaram, participando pelo menos uma vez -, apesar falta de apoio financeiro, é o fato que leva o organizador do evento a concluir que se engaja nos mutirões apenas quem “pinta por amor”.



- Cada um leva seu material e lá ele doa seu tempo e seu material, por isso o nome mutirão. É por isso que eu não quero patrocínio porque quando eu disponibilizar o material pra um grafiteiro vir pintar, vai vir pintar aquele cara que só tá a fim pegar o material, só vai pintar porque eu dei o material. Então, quando o cara leva o material, você vê que ele está ali por amor, que ele está a fim de estar ali e pintar. E na maioria das vezes, as pessoas que estão pintando ali, sabem que esse grafite ninguém vai ver – ninguém que eu falo e na pista, né – não é igual a você pintar um painel na Presidente Vargas, onde todo mundo vai passar de ônibus e vai ver, quando você pinta dentro dum beco numa favela, ninguém vai ver, sua foto às vezes sai ruim, sai torta porque o lugar é apertado, mas é o amor de pintar dentro de uma favela.

Ainda segundo o Criz, um importante benefício dos mutirões é a valorização dos moradores das comunidades:

- Em cada lugar eles têm um sentimento diferente no final, mas uma coisa que eu vi que é comum a todos é que as pessoas se sentem mais respeitadas. (...) E essa atenção é o que eu acho que é o mais importante porque as favelas sentem que a gente está ali pra dar atenção. A parada maior que eu curto é a atenção que a gente dá pras pessoas, independente da pintura que a gente está fazendo.

Percebe-se que se trata aqui de outras forma de realizar o que poderíamos chamar de uma “função social” do grafite. Nesse caso, ele não sai da cidade e continua, portanto, exposto à dinâmica urbana. Por outro lado, é imbuído de uma dimensão pedagógica que, à sua maneira, também o modifica.

### **5.3 Grafite urbano: devires menores e revolucionários**

Apesar de perceber, no circuito do grafite carioca, uma significativa tendência de institucionalização que anexa os grafiteiros e seus trabalhos, como procurei indicar acima, constatei também que, em alguns momentos e em situações específicas, outros acontecimentos se dão que escapam a essas apropriações. Refiro-me ao grafite urbano propriamente dito.

Deleuze e Guattari mostram como os processos são atravessados por aquilo que chamam de “devires”, ou “linhas de fuga” — movimentos de desterritorialização ou desinserção que

desestabilizam as formalizações e as transformam constantemente. É a idéia de que nada está dado por completo, de que não há processo ou sistema que não sejam transformáveis. A esse respeito, Caiafa escreve: “o obstáculo nunca é absoluto, nunca veda sem frestas”, porque “os processos sempre incluem as vias de uma guinada, têm sempre no horizonte o começo de uma outra coisa”<sup>261</sup>.

Em Deleuze, “devir” designa um desvio das condições históricas dadas a fim de criar algo novo<sup>262</sup>. Deleuze e Guattari propõem que a distinção entre as minorias e as majorias não seja feita em termos quantitativos. De acordo com eles, o majoritário implica um sistema “homogêneo e constante”<sup>263</sup>, um “padrão abstrato”<sup>264</sup>, “um modelo ao qual é preciso estar conforme”<sup>265</sup>. Portanto, qualquer esquiva à constante é considerado minoritário, qualquer que seja seu número. Assim, uma “minoria não tem modelo, é um devir, um processo”<sup>266</sup>, um subsistema ou um lugar fora do sistema.

A produção carioca de grafite, acredito, é também incessantemente atravessada por devires minoritários. São realizações que não se encaixam nos padrões de comercialização e formalização que hoje marcam esse circuito.

Atitudes como a resistência à anexação pelo mercado e pela publicidade, a recusa à transformação em objeto de consumo, além da criação urbana livre de constrangimentos e que extrapole os moldes que hoje se cristalizam, são, nesse sentido, devires minoritários que atravessam o grafite carioca.

Sugiro, também, pensar a arte como um desses devires, uma das pontas de desterritorialização no “agenciamento grafite carioca”. Arte aqui não remete ao circuito

---

<sup>261</sup> CAIAFA, 2000, p. 61.

<sup>262</sup> DELEUZE, *op. cit.*, p. 211.

<sup>263</sup> DELEUZE e GUATTARI, 1995, p. 52.

<sup>264</sup> *Ibidem*.

<sup>265</sup> DELEUZE, *op. cit.*, p. 214.

<sup>266</sup> *Ibidem*.

canônico. Proponho pensá-la como resistência, como criação, compreensão sugerida por Deleuze, para quem criar é resistir, como vimos no capítulo anterior. “A arte é o que resiste: ela resiste à morte, à servidão, à infâmia, à vergonha”<sup>267</sup>, afirma. Nesse sentido, nem todo grafite poderá ser classificado como arte, mas apenas quando não estiver em conformidade com as normas dominantes e com a estética generalizada pela indústria cultural e, também, quando sua produção estiver livre de constrangimentos e limitações institucionais.

No caso do grafite carioca, trata-se, portanto, da elaboração de pinturas que, de diversas maneiras, rompem com uma estética e uma ética dominantes. Ao longo da minha pesquisa pude perceber que tal criação continua se dando e pode ser observada nos muros da cidade. Além disso, como constatei, muitos grafiteiros evidenciam essa preocupação de manter a contundência dos grafites e sua diferença em relação a uma imagética oficial ou dominante.

- A principal característica do Inde é isso mesmo, a essência da Inde é essa. (...) a gente não se preocupa muito com a beleza, é essa parada mesmo de chegar, fazer, a atitude de pegar um lugar ilegal e mostrar rebeldia mesmo, entendeu (...) A gente não tá preocupado que a mulher passe e fale “Que bonitinho que você fez! Faz um no quarto do meu filho.” A gente não tá preocupado com isso, a gente tá preocupado em fazer e assustar mesmo, fazer pra dar um impacto. (...) Tipo assim, a gente vai pegar uma parada que seja sinistra, que o pessoal vai bater neurose, geral vai bater neurose e é capaz de sair no jornal, entendeu. Tipo, vamos pintar uma parada que a população vai tomar um susto e se surpreender: “O que é isso? Isso é um absurdo!”  
(Stile22)

- Se você tem uma identidade, uma identidade forte, você pode ter grupos que gostam do seu grafite e grupos que não gostam. Então, eu tenho muitas pessoas que não gostam da minha parada, sacou, mas tem muitas pessoas que gostam. Então, é isso que acontece: você acaba fazendo uma coisa e as pessoas fazem outra, então é, tipo, nego se identifica com o grafite pop e outros se identificam com o grafite underground, entendeu. Eu sou do grafite underground. O grafite underground é uma coisa que você expressa sem querer saber o que é que as pessoas vão pensar, entendeu. De repente, eu estou com um pensamento aqui, igual ao que eu pinte com o Airá quando a gente fez uma crítica ao mensalão, entendeu. A gente falou “Vamos pintar e vamos fazer uma batalha de MCs [cantores de rap] com esses políticos”. Botamos eles batalhando como se eles fossem dois MCs, batalhando no palco, no ringue. Então, é uma coisa que eu pinte e não quis nem saber, entendeu, nem pensei se os caras iriam ficar bolados com a gente. Que se dane, entendeu. Então, a gente sai atacando, entendeu. Então, às vezes, o pop, ele

---

<sup>267</sup> *Ibidem*, p. 215.

se preocupa em ser aceitável, se preocupa em, de repente, não falar um palavrão pra não chocar. A questão é essa. (Acme)

- Eu considero o nosso grafite arte no momento que ele tá enquadrado dentro dessa arte política mesmo, o termo arte política contemporânea, eu acho que o nosso grafite não é aquele a grafite arte contemporânea de decoração, de Rio Décor (...) Ele é contemporâneo no momento que tá fazendo arte política contra o estado, de expressão contra os problemas da atualidade, aí eu considero nosso grafite uma arte mesmo. (...) A gente não quer que os outros gostem do grafite, a gente quer se expressar. (...) Uma coisa é a gente fazer o vandalismo como uma expressão nossa de revolta, uma arte política, uma coisa pensada, mas a gente tem consciência do nosso papel na sociedade, do que é certo, do que é errado, do que é o bem, do que é o mal. Então, eu posso até ir lá e estragar uma parada pública ou até particular, mas eu tenho consciência do porquê eu estou fazendo isso, entendeu, do porquê daquele vandalismo. (Anarkia)

- Tem a [personagem] Anarkia Boladona que ela é ruim, ela sempre tá fazendo um bagulho errado ou do mal ou escrachando com a parada dos outros, tu nunca vai ver ela feliz. Mas isso daí é mais painel. (...) Então, o pessoal quer que eu vá fazer um painel e faça um negócio bonito, do bem, feliz pra incrementar o painel, e toda vez que vou, eu faço ou pra debochar ou escrachando ou então colocando uma coisa do mal, nunca rindo, nunca boazinha. É uma maneira de protesto também, nunca boazinha, sempre do mal. Aí, eu fiz uma do criança esperança, aí eu fui fazer da ginástica artística, e todo mundo crente que eu ia fazer uma bonitona lá, aquela beleza sublime, e eu fiz uma toda desengonçada, toda malhada naquela fita. Então é sempre assim: ou debochando ou levando pro mal (Anarkia)

Grafites ilegais, marginais, inovadores, produzidos sem a preocupação em seguir normas ou se enquadrar nos padrões dominantes seriam, portanto, as linhas de fuga capazes de desterritorializar as formalizações que enquadram e cristalizam o agenciamento grafite carioca. São esses devires menores, esses desvios do padrão homogêneo e constante, que garantem a desterritorialização das formalizações.

- Eles [referindo-se às pessoas que exploram comercialmente o grafite] fazem a coisa virar comercial e usual pra perder o impacto que tem um movimento de contra-cultura ou então em um movimento que tenha esse perfil. Mas, eu acho que o grafite é tão dinâmico, que de repente, não vai acontecer isso. Pode acontecer por um lado, mas sempre vai ter gente pintando ilegalmente, pintando na rua, fazendo grafite vandalismo, fazendo arte. (Bragga)

Com base nos dados de campo, atrevo-me a afirmar que esse devires minoritários estão pela cidade, espaço onde o grafite se encontra disponível para os mais diversos usos e intervenções, ao

sabor do lugar, do momento e da vontade do grafiteiro e da expressão das pessoas que podem ser afetadas por eles.

Ali, ele está exposto em galeria a céu-aberto, acessível ao olhar, ao toque, à interação, à mutação, à extinção, em contato e diálogo não mediados e contínuos com a população que passa.

É nas ruas e guetos onde o grafite é livre de normas e restrições institucionais. Lá, dizem muitos dos grafiteiros com quem conversei, que está sua essência, sua raiz. É onde pintam por prazer, para curtir com os amigos, para experimentar sua arte, levá-la a novos limiares, expô-la à apreciação – ou à execração – pública, grafitam para extravasar, “gritar o grito silencioso” que lhes é calado nos demais lugares. É nas ruas, como vimos, onde o grafite surge como forma de expressão e é lá onde permanece livre para esse fim – e também para outros quaisquer.

- Grafite é todo tipo de expressão, todo tipo de manifestação artística não limitada a ... sem limites, né. Acho que resumindo assim, grafite pra mim é isso: todo tipo de arte que é sem limites, né, sem limitações. (Eco)

- O trabalho que eu faço na rua, por mim, é o que eu penso, né, eu faço a minha parada... é o que eu penso. (Acme)

- na rua, eu faço o que eu quero, eu faço o que eu quero falar pro povo, eu não quero de repente só colocar meu desenho. Nem que seja uma letra, eu vou botar alguma coisinha escrita, ou eu vou, se eu for fazer um personagem, vou colocar alguma coisa que tem a ver com a rua. (Chico)

É nas ruas, portanto, que podemos identificar a principal faceta do grafite, aquela que o caracteriza como tal pois conserva seus aspectos mais marcantes e mantém relação com as origens do movimento.

## Considerações Finais

As tintas do grafite tomaram os muros do Rio de Janeiro, tanto na explosão de cores dos enorme painéis compostos por paisagens, personagens e inscrições de letras estilizadas, como sob a forma dos *bombs* e intervenções dos adeptos das ações “vandal”. Entretanto, aqui, como mundo afora, o espaço público não é o único lugar onde os traços do grafite podem ser vistos, pois esta estética urbana foi incorporada pelo mercado da moda, pelo discurso publicitário e pelos museus e galerias.

As atuais produções – urbanas, comerciais ou artísticas - que proliferam na capital carioca, são desdobramentos do grafite contemporâneo que teve origem nos anos 1970 nas periferias nova-iorquinas, ligado a grupos de jovens marginalizados. Nos anos seguintes, impulsionadas pela explosão da cultura *hip hop*, as imagens pintadas com tinta *spray* ganharam os muros de outras cidades do mundo e foram, simultaneamente, conquistando o interior das galerias de arte. Ao longo desse processo de expansão, o crescente interesse da mídia e do mercado atraiu os jovens grafiteiros para uma nova atividade profissional: transformar a arte dos muros em linguagem publicitária, cenografia e design para os mais diversos produtos.

Assim, o grafite caminhou dos muros das periferias das grandes cidades para o interior das instituições capitalistas. No entanto, a incorporação dessa linguagem aos circuitos artísticos e comerciais, apesar de tê-la institucionalizado, não foi capaz de romper os elos que ligam o grafite à informalidade, à espontaneidade e à marginalidade, em alguns casos, aspectos que, usualmente, caracterizam as produções urbanas.

Assim, nos espaços públicos da urbe, o *spray* ainda se oferece como ferramenta de protesto, denúncia, contestação e questionamento dos valores da sociedade e da ordem vigente, bem como continua a ser um meio democrático de expressão e de tomada da cidade por seus

habitantes. Tendo o jato de tinta por instrumento e os muros, as paredes de concreto, os tapumes e o mobiliário urbano por suportes, grupos formados sobretudo por jovens inventam e reinventam a cada dia novas maneiras não apenas de apropriar-se do espaço que ocupam, imprimindo nele suas marcas, mas de obter voz e visibilidade perante seus pares e perante a sociedade.

Desse modo, nas ruas, o grafite continua integrando os processos urbanos de comunicação, interpelando os cidadãos, chamando-lhes a atenção, transmitindo-lhes mensagens e sensações, fazendo-os parar para pensar ou simplesmente para admirar as imagens multicoloridas que cobrem os muros transformando a paisagem das cidades.

Paisagem que, por sua vez, testemunha a sobrevivência do grafite urbano apesar do processo de institucionalização que captura sua estética, emoldurando-a em telas caras, embalando-a para o consumo e massificando-a via meios de comunicação. A produção urbana, aliás, não apenas resiste, mas se renova e se transforma constantemente, seja por influência da generalização da estética, seja pela ação criativa e espontânea dos artistas dos muros.

Vê-se, portanto, que o grafite, especificamente o carioca, não pode ser conceituado genericamente, isto é, não se pode prendê-lo numa forma rígida que o defina e restrinja seus aspectos e aplicações. Isso porque ele é multifacetado e dinâmico, um arranjo heterogêneo e instável sempre em vias de transformar-se em algo novo, semelhante aos agenciamentos descritos por Deleuze e Guattari.

Nesses termos, pode-se dizer que o grafite que se produz no Rio de Janeiro hoje não é nem apenas urbano, nem totalmente institucional, mas transita entre a informalidade das produções das ruas e os usos institucionais, passando de um ponto ao outro sem se prender definitivamente a nenhum deles.

Na verdade, o grafite carioca assume diversas facetas, de acordo com o meio, as intenções de seus executores e as circunstâncias que envolvem a criação. Nas intervenções urbanas, ele

pode ser marginal, transgressor, inovador; institucionaliza-se nos circuitos comercial e da arte canônica dos museus e galerias; nas ações de grafiteiros voluntários e nas oficinas promovidas por ongs encontra uma função social, mas também sai de seu meio próprio, que é a cidade, sendo, portanto, formalizado e burocratizado em algum grau.

Tais diferentes dimensões do grafite carioca contemporâneo revelam a multiplicidade, a complexidade e a volubilidade deste fenômeno. Aspectos que podem ser inferidos tanto a partir da análise dos grupos e grafiteiros apresentados ao longo das páginas deste trabalho, como pela observação as imagens produzidas por eles.

Vimos que, no Rio de Janeiro, há muitos e incontáveis escritores urbanos e *crews*, com perfis bastante diferentes, cada qual portador de características próprias que os particularizam e dotam o grafite carioca da diversidade que o qualifica.

Tais diferenças dizem respeito à idade, à classe social, às inclinações políticas, aos estilos e técnicas empregados e aos usos que fazem do grafite. Por exemplo, quanto à área atuação, há grafiteiros e grupos mais integrados ao mercado, outros se engajam com mais frequência em ongs e projetos sociais, enquanto alguns concentram suas ações no meio urbano e no grafite ilegal. Entretanto, como a pesquisa de campo mostrou, a vinculação a qualquer um desses nichos não inviabiliza participações nos outros. O que se percebe é que, na prática, a grande maioria dos grafiteiros cariocas transita por essas diferentes dimensões, atuando simultaneamente na rua e no interior de instituições comerciais, de arte, mídia e em projetos sociais.

Diante desse quadro, desfaz-se o esteriótipo, muitas vezes atribuídos ao grafiteiro, de jovem pobre, morador de periferia, engajado no *hip hop* e que faz de seus grafites meio de expressão das ideologias do movimento, um perfil que pode até corresponder a alguns escritores urbanos, mas que não dá conta da variedade humana e artística existente nas ruas, estúdios e oficinas cariocas.



Quanto aos temas abordados e aos aspectos estéticos do grafite produzido no Rio de Janeiro, mais uma vez a multiplicidade se faz notar: da vinculação ao *hip hop*, passando pela livre expressão artística do pintor, à utilização dos muros urbanos como portfólio e meio de autopromoção o que se vê é uma grande variedade de temas, técnicas e estilos. Os muros da cidade exibem desde ideologias pessoais como mensagens bíblicas, críticas políticas e sociais até paisagens, imagens lúdicas ou abstratas, em pinturas que variam de enormes produções multicoloridas e bem elaboradas aos rápidos e simples *bombs*.

Outros dados da etnografia que ratificam a impossibilidade de definir genericamente a atual produção carioca são os que apontam no sentido do dinamismo do circuito e da fluidez dos agrupamentos de grafiteiros. Por exemplo, enquanto esse trabalho era escrito, a Inde Gang, um dos grupos entrevistados, se dissolveu e seus integrantes migraram para outros coletivos. Por outro lado, ao longo da minha pesquisa testemunhei, também, a formação de novos grafiteiros nas oficinas que visitei: garotos de doze a quinze anos aprendendo a manipular o *spray*, formando suas próprias *crews* e organizando suas primeiras saídas para grafitar a cidade. A mutabilidade está expressa ainda nas palavras de alguns entrevistados, como as do Preas que comparou o grafite carioca a uma “panela ainda sendo mexida” e as do Chico ao enunciar as transformações pelas quais a Nação Crew tem passado.

Além disso, o grafite se expande a cada dia, multiplicando-se tanto na capital carioca como fora dela, nas ruas e nos meios institucionais. Nesse processo, o grafite interioriza-se, indo das ruas e oficinas da metrópole para os muros das cidades pequenas e médias no interior do estado, cujos meios urbanos eram, até então, estéreis de grafites.

É o que acontece, por exemplo, em Macaé, município da região norte-fluminense, onde a atuação do veterano Marcelo Eco em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura e com grafiteiros locais – muitos dos quais formados em oficinas ministradas por ele – tem modificado

rápida e radicalmente a paisagem. É claro que lá, a produção de grafites se dá em circunstâncias totalmente diferentes das observadas no Rio de Janeiro, de modo que os aspectos descritos neste trabalho não podem ser generalizados para a ocorrência do grafite naquela cidade.

O fato é que a arte dos muros hoje se expande, uma generalização que pode trabalhar no sentido de banalizá-la. Como procurei demonstrar aqui, o grafite urbano ao ser institucionalizado, serializado e massificado, transforma-se e perde sua aura. Nesse processo, sua estética desvincula-se do movimento *hip hop* e de suas preocupações sociais, perdendo assim seu caráter político e seu potencial de intervenção nos assuntos públicos. Além disso, ao deixar as ruas, o grafite descaracteriza-se e deixa de integrar importantes circuitos comunicacionais urbanos. Enfim, ao ser produzido visando a fins comerciais, o grafite transforma-se em mero objeto de consumo.

Por outro lado, é possível supor também que sua proliferação possa renová-lo, pois o retira dos circuitos fechados e o coloca a disposição de novos usos e aplicações, que como vimos podem ser criativos e revolucionários. Nesse processo, os grafiteiros, antes limitados física e financeiramente, obtêm recursos e fama, fazem novos contatos, viajam o Brasil e o mundo graças à prática da grafiteagem, vivenciando oportunidades de conhecer outros escritores urbanos, compartilhar e trocar experiências. Desse modo, paralelamente à incorporação do grafite aos meios institucionais, a prática urbana se renova e fortalece.

Além disso, o grafite ainda está na rua, de onde, apesar de sua institucionalização, nunca saiu. Acredito que toda vitalidade e força do grafite, estão relacionadas às práticas marginais e ilegais, às ações livre e espontâneas que sobrevivem na rua. Grafite é mais do que um conjunto de técnicas artísticas, sua essência pulsa nas ruas através da transgressão do artista que pinta escondido durante a noite, da *crew* que negocia com a polícia, da explosão de cores e imagens

num cenário de cinza e concreto, da liberdade de expressão que oferece para seus executores, da interação com os outros elementos urbanos, do diálogo silencioso com a população que passa.

O grafite apropriado pelas galerias, pela publicidade e pelo mercado só tem força e aceitação porque remete para o exterior dos museus e centros comerciais, aponta para fora da tela da televisão e das páginas de revistas que capturaram sua estética. Mesmo que as inscrições que hoje proliferam nos meios institucionais contenham a estética do grafite destituída de sua aura e descolada de seus aspectos subversivo e marginal, sua essência *underground* está entranhada nas cores e traços que colorem as telas e projetos gráficos.

O grafite urbano é uma forma de expressão que se esquia dos constrangimentos e limitações legais, institucionais ou ideológicos. Na rua ainda existem espaços relativamente livres (há os muros sem dono, as paredes de prédios abandonados, as laterais de viadutos, os tapumes) nos quais o *spray* funciona como meio de expressão de quem quer que seja. Os muros estão ali à disposição dos grafiteiros, cabendo unicamente a eles a escolha das imagens e mensagens que irão disseminar. Assim, ainda estão abertas as possibilidades de para que haja criações espontâneas, livres e informais, que podem até, em alguns casos, ser transgressoras.

Por fim, a heterogeneidade e fluidez do grafite são aspectos importantes que desautorizam as previsões pessimistas de uns poucos para os quais a institucionalização desta linguagem determinará seu fim. O grafite, assim como os agenciamentos de Deleuze e Guattari, são arranjos provisórios, instáveis e que, portanto, mantêm sempre no horizonte possibilidades de mudanças importantes. Desse modo, finalizo este trabalho com a certeza de que o grafite carioca já é, neste exato momento, diferente do que era durante a pesquisa que gerou estas páginas e do que será no futuro.

## Referências Bibliográficas

- AMARAL, Márcio Tavares d'. *Comunicação e diferença: uma filosofia de guerra para uso dos homens comuns*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.
- ARAÚJO, Marcelo da Silva. *Vitrines de concreto na cidade: juventude e grafite em São Gonçalo*. Rio de Janeiro, 2003, 224p. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Escola de Belas Artes – Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- ARCE, José Manuel Valenzuela. *Vida de barro duro: cultura popular juvenil e grafite*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 2002.
- BEDRAN, Laura. Galeria do Poste – muito além de seu suporte na calçada de uma rua. In: *Anais do 8 Encontro do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais: Cidade-galeria a arte e os espaços urbanos*. EBA-UFRJ, 2001, p. 9-17.
- \_\_\_\_\_. Visualidade da imagem publicitária numa interlocução múltipla no espaço urbano. In: ALAIC, Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, 7., 2004, La Plata. *CD Ponencias*. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- BENJAMIN, Walter. “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”. In: *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- CABRAL, Ana Julia Cury de Brito. O contra-espetáculo da era neoliberal: estratégias artísticas e midiáticas da resistência jovem no Brasil. Rio de Janeiro, 2007. 200p. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação – Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- CAIAFA, Janice. *Aventura das cidades: ensaios e etnografias*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- \_\_\_\_\_. *Jornadas urbanas: Exclusão, trabalho e subjetividade nas viagens de ônibus na cidade do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: FGV, 2002.
- \_\_\_\_\_. Comunicação e diferença nas cidades. in *Lugar Comum: estudos de mídia, cultura e democracia*. Rio de Janeiro, nº18, nov. 2002 jun.2003.

- \_\_\_\_\_. Povoar as Cidades. in *Revista Fronteiras: estudos midiáticos*. Vol. III, nº2, p.123-130, dez. 2001.
- \_\_\_\_\_. *Nosso século XXI: notas sobre arte, técnica e poderes*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.
- CANCLINI, Nestor García. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.
- CANEVACCI, Massimo. *A cidade polifônica: um ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. São Paulo: Studio Nobel, 1997. 262 p.
- CASA DAS ARTES DA MANGUEIRA. *Tinta no morro*. Rio de Janeiro: Unesco, Instituto Xerox do Brasil e Prefeitura do Rio de Janeiro, 2003.
- CAVAN, Sherri. "The Great Graffiti Wars of the Late 20th Century". Paper presented at the Pacific Sociological Association, 1995. Disponível em: <http://www.graffiti.org/faq/greatgraffitiwars.html>. Acesso em 17 de julho de 2006.
- CENTRAL DE OUTDOOR. A história do outdoor. Disponível em: [www.outdoor.com.br](http://www.outdoor.com.br). Acesso em 26 de abril de 2005.
- CLIFFORD, James. *A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2002.
- DAMATTA, Roberto. *Relativizando: uma introdução à Antropologia Social*. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.
- DELEUZE, Giles. *Conversações*. Rio de Janeiro: Editora 34, 2004.
- \_\_\_\_\_. e GUATTARI, Félix. 20 de novembro de 1923: Postulados da Lingüística. In: *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Vol.2. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.
- \_\_\_\_\_. e GUATTARI, Félix. *Kafka: por uma literatura menor*. Rio de Janeiro: Imago, 1976.
- DENNANT, Pamela. Urban expression, urban assault, urban wildstyle: New York City graffiti. BA (HONS) Humanities. American studies project. Thames Valley University (London), 1997. Disponível em: <http://www.graffiti.org/faq/pamdennant.html> Acessado 17/07/2006.
- EAGLETON, Terry. *A idéia de cultura*. São Paulo: Unesp, 2005.
- ELEMENT, Kevin. Hard Hitting Modern Perspective on Hip Hop Graffiti. Art Crimes, 1996. Disponível em: <http://www.graffiti.org/faq/element.html>. Acessado 17/07/2006.

FACINA, Adriana. *Literatura e sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

FREIRE FILHO, João. Das subculturas às pós-subculturas juvenis: música, estilo e ativismo político. In: *Contemporânea: revista de comunicação e cultura*. Vol. 3, nº 1, p. 143-172, jan. –jun. 2005.

GITAHY, Celso. *O que é graffiti*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1999.

GUATTARI, Félix e ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 2005

GUATTARI, Félix. *As três ecologias*. Campinas: Papirus, 2005.

\_\_\_\_\_. *Caosmose: um novo paradigma estético*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

HAESBAERT, Rogério. *Territórios alternativos*. Niterói: EdUFF; São Paulo: Contexto, 2002.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HERSCHMANN, Micael. *O funk e o hip-hop invadem a cena*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

HOOKS, bell. “Devorar al outro: deseo y resistencia”. In: *Debate Feminista*. Ano7, vol.13, abril 1996 (México), p.17-38.

KAHN, Richard et KELLNER, Douglas. Youth culture. Disponível em : <http://richardkahn.org/writings/culturalstudies/youthculture.pdf>. Acessado 21/07/2006.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia; estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC, 2001.

\_\_\_\_\_. Media Culture and the triumph of the spectacle. In: KING, Geoff (ed.). *The spectacle of the real: from hollywood to reality tv and beyond*. Bristol: Intellect, 2005.

KLEIN, Naomi. *Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

KNAUSS, Paulo. *Imagens urbanas e poder simbólico: esculturas e monumentos públicos nas cidades do Rio de Janeiro e de Niterói*. Niterói, 1998. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em História Social - Universidade Federal Fluminense.

\_\_\_\_\_. Grafite urbano contemporâneo. In: TORRES, Sônia (org.). *Raízes e rumos*. Rio de Janeiro: Sete letras: 2001, p.334-353.

- \_\_\_\_\_. Olhares sobre a cidade: as formas da imaginária urbana. In: *Anais do 8 Encontro do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais: Cidade-galeria a arte e os espaços urbanos*. EBA-UFRJ, 2001, p. 9-17.
- LARA, Arthur H. *Arte urbana em movimento*. São Paulo: 1996. Dissertação de Mestrado (Departamento de Comunicação e Artes) ECA – USP. Disponível em: [www.artgaragem.com.br/grafite/paginas/textos-teses.htm](http://www.artgaragem.com.br/grafite/paginas/textos-teses.htm). Acessado em 05 de maio de 2005.
- MACHADO, Maria Berenice da Costa. Abaixo a ditadura da mídia: Pichações e grafites e as tensões políticas da sociedade porto-alegrense em 2004. In: ALAIC, Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, 7., 2004, La Plata. *CD Ponencias*. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata, 2004.
- MAZETTI, Henrique Moreira. Intervenção urbana: representação e subjetivação na cidade. In: *Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Brasília: UNB, 2006.
- MOLES, Abraham Antonie. *O Cartaz*. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- MUNHOZ, Daniella Rosito Michelena. *Graffiti: uma etnografia dos atores da escrita urbana de Curitiba*. Curitiba, 2003, 175 p. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social – Universidade Federal do Paraná.
- OLIVEN, Ruben George. *Antropologia de grupos urbanos*. Petrópolis: Vozes, 1992.
- PASSARO, Joanne. “You can’t take the subway to the field!”: “village” epistemologies in the global village. In: *Anthropological locations: boundaries and grounds of a field science*. Los Angeles: University of California Press, 1997.
- PAUL 107. *All city: the book about taking place*. Toronto: ECW, 2003.
- PAULI, Cristina. Graffiti: los jóvenes se adueñan de las diagonales. In: ALAIC, Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, 7., 2004, La Plata. *CD Ponencias*. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata, 2004.
- POATO, Sérgio (ed.). *O graffiti na cidade de São Paulo e suas vertentes no Brasil: estéticas e estilos*. São Paulo: Instituto de psicologia da Universidade de São Paulo. Núcleo Interdisciplinar do Imaginário e Memória. Laboratório de Estudos do Imaginário, 2006.
- RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- SANTOS, Boaventura de Sousa(org.). *A Globalização e as ciências sociais*. São Paulo: Cortez, 2005.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

\_\_\_\_\_. *Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico científico informacional*. São Paulo: Hucitec, 1997.

SANTOS, José Luiz dos. *O que é cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SCHULZ, Sônia Hilf. *Espaço e tempo nas arquiteturas urbanas: uma genealogia de conceitos, uma arqueologia de configurações*. Rio de Janeiro, 1995. 134 p. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação – UFRJ.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio Guilherme (org.). *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

\_\_\_\_\_. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis: Vozes, 2001.

SPIGELMAN, Daniel. Symbolic subversion and the writing on the wall. BA (HONS) at the Courtauld Institute in London (Abridged for Internet Publication), 2005. Disponível em: [http://www.graffiti.org/faq/spigelman\\_graffiti.html](http://www.graffiti.org/faq/spigelman_graffiti.html) . Acessado 17/07/2006.

TOBIN, Killian. A Modern Perspective on Graffiti. Art Crimes, 1995. Disponível em : <http://www.graffiti.org/faq/tobin.html> . Acessado 17/07/2006.

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

ZUCOLLOTTI, Juliana Maria. *O paradigma da imagem: a linguagem auto-referente da sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro, 2001. 117 p. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação - UFRJ.



## **Glossário**

**Atropelar:** rasurar ou pintar por cima de um grafite alheio.

**B-Boy:** dançarinos de break.

**Break ou Breakdance:** forma de dança associada ao hip hop.

**Blackbook:** caderno com os desenhos do grafiteiro .

**Bomb (throw-up):** Desenho/letra feito rapidamente geralmente com duas cores. As letras gordas são conhecidas como *bubble letters*.

**Bombardear:** encher os espaços de grafite.

**Crew:** conjunto de grafiteiros que pintam juntos, geralmente identificados por uma sigla ou assinatura que identifiquem o grupo.

**Destruir:** Fazer muitas pichações ou grafites; “espancar”.

**DJ:** O DJ (Disque jôquei) é quem coordena e toca o mixador e a pick-up (aparelhos que são considerados instrumentos), dos quais retira os sons eletrônicos que dão o ritmo à fala do MC.

**Espancar:** fazer muitos grafites ou pichações.

**Grafite vandal:** ilegal

**Gringa:** relativo às pessoas e lugares estrangeiros.

**Já é:** expressão que indica concordância ou aceitação de algum convite ou proposição; denota também captação ou entendimento de uma mensagem ou informação.

**Jet:** o mesmo que spray.

**Lance:** situação, acontecimento.

**Maluco:** forma de tratamento simples e corrente; forma amistosa de referir-se aos parceiros de pintura.

**Mandar** (uma letra, um grafite): o mesmo que fazer.

**Maneiro (a):** palavra que qualifica pessoa ou coisa com atributos positivos (Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa)

**MC:** cantor de rap (rapper), geralmente é o compositor da obra.

**New school:** Nova escola; os grafiteiros da nova geração.

**Old school:** os precursores do grafite, quem inventou os estilos clássicos de grafitar; grafiteiros antigos, aqueles que estão há mais tempo em atividade.

**Parada:** termo genérico sem contexto específico, usado para se referir a qualquer situação ou objeto.

**Passar por cima:** o mesmo que atropelar.

**Pixo:** resultado da pichação (escrita com “x” pelos pichadores).

**Rap:** Abreviação de ritmo e roesia (rhythm and poetry) ou ritmo e fala, ou ainda fala ritmada. É considerado a linguagem musical do hip hop.

**Ratar:** o mesmo que atropelar.

**Rodar:** ser pego pela polícia pichando ou grafitando.

**Rolar:** verbo usado no sentido de acontecer, existir.

**Sticker:** adesivos ou etiquetas usados para bombardear lugares públicos.

**Tá ligado:** expressão usada como pergunta para certificar-se do entendimento e/ou da atenção do interlocutor. Equivale ao termo sacou.

**Tag:** assinatura do grafiteiro ou pichador.

**Tipo ou tipo assim:** forma de enunciar, comparar ou indicar algo ou alguém.

**Tirar onda:** gabar-se por algo.

**Toy:** grafiteiro novato e inexperiente