

# Um olhar brasileiro sobre uma abordagem etnográfica do grafite português

LUCIANO SPINELLI

“**P**orque Pintamos a Cidade?”, indaga Ricardo Campos na capa do livro homônimo recém lançado pela editora Fim de Século, de Lisboa. Essa questão, de difícil resposta, é objetivada sob a ótica do grafite, pois são os integrantes dessa tribo urbana (MAFFESOLI, 2000) os mais loquazes no que diz respeito às intervenções sobre suportes urbanos.

Essas marcas, que fazem alusão a seus autores, comportam a identidade secreta de um writer: escritor urbano que é reconhecido pelos iniciados na prática de subjetivar iconograficamente o espaço público. O grafite passa a indicar a presença de um ser “anônimo” (2010, p. 84), que, apelidado por um tag<sup>1</sup>, repercute face à sociedade como signo a ser decodificado de forma intuitiva. Para Campos, a arte mais fundamental do grafite consiste em transformar o verbo em imagem, converter um conjunto de letras numa composição pictórica com impacto (2010, p. 113).

Relatos dos autores dessa prática são integrados à etnografia de campo e dialogam com o escritor, presente em primeira pessoa no texto. O leitor é levado por um relato íntimo a observar uma cena particular: o grafite português. O destaque é dado para o Bairro Alto, o mais emblemático de Lisboa, onde “a publicidade, o grafite, a street art, a sinalética urbana convivem num mesmo cenário, entrecruzando idiomas e alimentando formas híbridas de comunicação” (2010, p. 216-217). Essas vozes metropolitanas, regidas no ritmo do semáforo, corroboram para a percepção de uma “cidade polifônica” (CANEVACCI, 1993, p. 17), na qual o grafiteiro com sua linguagem ventríloqua tem a palavra.

Seguindo o livro, entende-se a roupagem portuguesa para o movimento social que se concretizou em Nova Iorque nos anos 70. A voz é dada aos grafiteiros lisboetas que, do *throw up*<sup>2</sup> ao *master piece*<sup>3</sup>, garantem “Eu quero ser all city. É isso que eu gostava de ser, eu gostava de estar por todo o lado” (2010, p. 209). Uma onipresença buscada ao redor do mundo pelos

seguidores dessa cultura de massa exportada também como elemento do movimento *hip-hop*. Nela, o grafite intui uma busca de visibilidade (BRIGHENTI, 2007), categoria sociológica que coloca em evidencia as relações de percepção e poder. O grafite é da rua e ser visto é condição primeira. Para tanto, uma hierarquia é erigida na disputa pelo melhor *spot* para uma prática ilegal instituída (FERRELL, 1993).

Visibilidade e legalidade são dois aspectos fundamentais abarcados por Campos na interpretação da pintura cidadina. Tendo por base esses elementos é possível estabelecer um comparativo entre os grafites vistos no Brasil e os descritos em Portugal. Percebe-se que o grafite português segue uma lógica internacional onde as ações mais cruas como o *tag* *throw-ups* são estigmatizados em relação a obras mais elaboradas como um *master piece* em um muro autorizado, um dito *hall of fame*. Essas primeiras, mais simples, monocromáticas ou bicolores, enfatizam a escrita do pseudônimo. A segunda, colorida e elaborada com letras e desenhos, é de aceitação mais fácil por parte da sociedade pois flerta com o lúdico-artístico. A visibilidade das várias técnicas usadas para marcar a cidade podem ser semelhantes mas diferem em relação à conotação socialmente aferida que pode ir da estética (arte) ao delito (vandalismo). Frente ao Estado, essa ambivalência também se faz sentir: “ se o grafite é alvo de mecanismos de silenciamento, por ser uma voz incomoda ou grosseira na cidade, também é objeto de estratégias de domesticação, patrocinadas pelos poderes públicos.” (2010, p. 140) caso português, a higienização do Bairro Alto etnografado em sua época de efervescência grafiteira por Campos, resultou na pintura dos muros e na entrega de um espaço público à escrita de um grafite pasteurizado. Mas o grafite é obra mutante e a pintura de um muro nada mais é do que a criação de uma tela branca para um constante recomeço.

Nessa reciclagem de uma cultura urbana, depara-se frente à ambiguidade entre repressão e domesticação sentida em Portugal, onde a prática do grafite está principalmente ligada a uma atividade ilegal. No Brasil, a diferença midiaticamente criada entre grafite e *pixação* ajuda a legitimar a primeira e a marginalizar a segunda. O grafite brasileiro, que enfatiza o desenho de personagens, foi exposto por galerias de arte, aceito pela sociedade e tolerado pela polícia. A *pixação*, por sua vez, carregou consigo o estigma (GOFFMAN, 1977) da escrita fosca de um pseudônimo monocromático, obra de um ser fantasmagórico que deixa seu rastro sem ser visto. Mas

mesmo esse estigma pode ser quebrado: espera-se para ver se a entrada da pixação pela porta da frente da 29ª Bienal de Artes de São Paulo vai resultar ou não em uma domesticação/comercialização da prática.

O clássico grafite de letra ficou em um espaço limiar, em especial o *tag* o *throw-up*. não contam com os artificios facilitadores das ilustrações grafitadas, mas também não são entendidos como pixações pois se diferem no quesito tipográfico. Esse grafite letra, no estilo dos que são feitos em chromo e preto em Portugal, é o que se mantém mais próximo de sua origem norte americana, ao enfatiza a pintura ilegal, em especial sobre trens, no intuito de invadir o território alheio, de escrever seu nome por toda a cidade, da forma mais indelével possível (CASTELMAN, 1982).

Essa atitude transgressiva, que pode ser sentida nos relatos dos grafiteiros entrevistados por Campos, é semelhante à atitude de quem escreve seu pseudônimo por cidades brasileiras fazendo pixação, *tag*, *throw-up* e outras formas contraventoras de marcar o espaço público. o grafite de personagem foi assimilado a uma street art tolerada, status que o grafite não possui em Portugal, é de se felicitar que a ilegalidade da escrita do pseudônimo, do grafite de letra, mantenha a índole dessa atividade inerente ao estado de natureza urbano.

Figura 1  
Throw up do francês Ikone junto  
a pixações na Avenida Paulista



## Referências bibliográficas

- BRIGHENTI, A. *Visibility: a category for the social sciences*. *Current Sociology*, 2007, 323-342.
- CAMPOS, R. *Porque pintamos a cidade?* Lisboa: Fim de século, 2000.
- CANEVACCI, M. *A Cidade Polifônica*. São Paulo: Livros Studio Nobel Ltda, 1993.
- CASTELMAN, C. *Getting Up*. London: The MIT Press, 1982
- FERRELL, J. *Crimes of Style: urban grafite and the politics of criminality*. New York & London: Garland Publishing, INC, 1993.
- GOFFMAN, E. *Stigmates Les usages sociaux des handicaps*. Paris: Ed. de Minuit, 1977.
- MAFFESOLI, M. *Le temps des tribus: La table ronde*, 2000.

### NOTAS

1. Segundo Ricardo Campos “O tag é a identificação do writer na comunidade, o nome pelo qual é notado e avaliado, sendo matéria-prima sobre a qual qualquer writer deve trabalhar, pois qualquer iniciação neste universo parte da escolha de um tag e de sua estilização. CAMPOS, R. (2010). *Porque pintamos a cidade?* Lisboa: Fim de século. p. 113.
2. “Grafite inspirado do estilo bubble preenchido ou não.” CAMPOS, R. (2010). *Porque pintamos a cidade?* Lisboa: Fim de século. p. 301.
3. “Designação para um grafite de grande qualidade.” CAMPOS, R. (2010). *Porque pintamos a cidade?* Lisboa: Fim de século. p. 300.

Recebido em: 14/09/2010

Aceito em: 26/02/2011

LUCIANO SPINELLI

*lucianospinelli@gmail.com*

Luciano Spinelli é doutorando em Sociologia e Comunicação Visual nas Universidades de Paris 5 – Descartes Sorbonne e Universitat Pompeu Fabra. Seu trabalho focaliza o grafite, a comunicação urbana em espaços intersticiais e os detalhes da socialidade pós-moderna. Ele é pesquisador do CEAQ (Centre d'Études sur l'Actuel et le Quotidien) e integra o On Walls (<http://www.onwalls.professionaldreamers.net/>).