



ÁREA TEMÁTICA: Grupo de Trabalho 1 A produção das mobilidades: redes, espacialidades e trajectos num mundo em globalização

Movimentos da imagem no Graffiti. Das ruas da cidade para os circuitos digitais

CAMPOS, Ricardo

Mestre em Sociologia e Doutorado em Antropologia

rmocampos@yahoo.com.br

Resumo

O graffiti é uma forma expressão visual, com as suas convenções, técnicas e materiais, vinculada a uma cultura com mais de três décadas de história. Das suas origens o graffiti que encontramos actualmente mantém uma série de princípios, regras e modelos de conduta, todavia, revela-se cada vez mais uma cultura em mutação, permeável aos circuitos globais e às inovações tecnológicas. As tecnologias de registo e tratamento de imagem, nomeadamente de natureza digital, foram apropriadas pelos protagonistas desta prática cultural que usam estes recursos de forma criativa, induzindo alterações importantes no modo como esta comunidade se estrutura e atribui sentido às suas produções culturais. Esta é uma transformação com repercussões evidentes ao nível do estatuto da imagem, que se reproduz e multiplica, que se funde com novos suportes e conteúdos, migrando para outros media e territórios de comunicação. A desmaterialização da imagem comporta uma reformulação das práticas uma nova condição para imagem-graffiti. Argumento que o graffiti representa, deste modo, um bom exemplo da cultura visual contemporânea. Uma linguagem de natureza global, tecnologicamente mediada, suportando conteúdos híbridos e em constante mutação, na intersecção de diferentes territórios comunicacionais (Banda Desenhada, Desenhos Animados, Fotografia, Televisão e Cinema, Artes Plásticas, etc.).

Palavras-chave: Graffiti, Cidade, Culturas Juvenis, Tecnologias Digitais





1. Introdução

Esta reflexão surge a propósito de uma investigação desenvolvida recentemente, tendo por objecto o graffiti urbano na região da Grande Lisboa. O programa de pesquisa em que me envolvi, permitiu-me olhar o espaço urbano enquanto arena comunicacional, lugar onde diferentes agentes se expressam. Este foi o ponto de partida para aquilo que exponho ao longo das páginas que se seguem. Louis Wirth (1967), num texto clássico publicado inicialmente em 1938, argumentava que a cidade valoriza o reconhecimento visual, sendo os processos de comunicação de índole visual necessários a uma orientação num meio urbano marcado pelo anonimato e por contactos sociais distantes e heterogéneos. Se esta condição urbana era evidente na década de 30 do Século passado mais relevante se torna na actualidade, onde os circuitos da imagem e a *visualização da existência*, para usar palavras de Mirzoeff (1999), adquirem um peso importante na forma como entendemos e nos conectamos com o mundo. A consciência desta condição conduz a uma maior atenção pela materialidade e pela cultura visual cidadinas (Campos, 2007), entendidas como dimensões fulcrais na experiência quotidiana da cidade. Daí que Canevacci (1997), antropólogo e especialista nos processos de comunicação visual, entenda que as nossas cidades são polifónicas, ambientes humanos carregados de muitos e múltiplos sentidos que importa desconstruir, particularmente através de um olhar metodologicamente orientado.

Todos reconhecemos, ao circularmos pelas nossas cidades, um conjunto disperso e fragmentado de signos que, não obstante, aparenta alguma coerência no complexo ecossistema comunicacional que habita a superfície do território. Este aglomerado de signos pictóricos ou gráficos, de grafias incompreensíveis, de traços aparentemente caóticos, espelha diferentes vontades comunicativas, modos distintos de utilizar a arquitectura e o mobiliário urbano. Estas mensagens têm uma autoria. Quem utiliza o espaço público urbano para comunicar fá-lo com um propósito, assumindo este suporte como um veículo de transmissão de algo a alguém.

A apropriação do espaço público e dos muros para a comunicação entre pessoas não é propriamente uma invenção recente, pois tem acompanhado a humanidade ao longo da sua história. Aliás, grande parte da nossa história é fabricada a partir de indícios que nos foram legados na superfície visível das pedras e cimentos que abrigaram os nossos antepassados. A escrita na parede, a incisão marcante do espaço com siglas codificadas faz parte da cultura dos povos, parece assumir uma natureza universal (apesar das cambiantes históricas e geográficas que reconhecemos nas diferentes manifestações). O muro serviu de suporte para a escrita em muitas civilizações e até ao século XIV era uma das superfícies sobre as quais se criavam as expressões artísticas (Gari, 1995).

No mundo contemporâneo o graffiti urbano possui um lugar de destaque. Não porque possui um papel dominante nos circuitos de comunicação, mas precisamente pelo oposto, porque revela a capacidade de actuação dos indivíduos e grupos à margem de corporações e entidades poderosas, apropriando-se de enclaves citadinos para manifestações culturais singulares. Curiosamente, apesar da indiscutível escassez de recursos ao seu dispor, aqueles que fazem graffiti conseguem fabricar um discurso visualmente vigoroso, que tende a colonizar circunscrições alargadas da cidade, competindo com outros discursos poderosos como o da publicidade.

Todavia o graffiti não se resume a uma qualquer inscrição realizada numa parede, acresce o facto desta carregar uma conotação subversiva, informal ou ilegal, que lhe confere uma condição singular no ecossistema comunicacional urbano¹. Deste modo o graffiti opõe-se (e eventualmente entra em confronto) com os processos de comunicação dominantes, socialmente tolerados e politicamente regulamentados, patrocinados pelos poderes públicos e privados que se apropriam do espaço público. Se o muro pode ser lugar de ordem e harmonia, também pode representar confronto e desobediência. A rua é, por isso, arena de lutas simbólicas (Figuerola Saavedra, 2006).



O graffiti, enquanto prática social e objecto de comunicação, está fortemente associado ao espaço, ao território físico onde adquire visibilidade e ganha corpo. Este adquire sentido enquanto, mecanismo de propagação de mensagens na malha visível da cidade, mostrando-se a quem circula pelas artérias cidadinas². Enquanto artefacto de comunicação encontra-se invariavelmente ligado aos suportes físicos, móveis ou imóveis, disponíveis na cidade. Quem faz graffiti utiliza os recursos materiais ao seu dispor, estuda as suas potencialidades comunicativas, inventa e interfere no significado último dos objectos quotidianos.

Esta acção aparentemente despropositada possui uma autoria. Entender o graffiti enquanto acto de comunicação implica, necessariamente, examinar aqueles que o fazem, entender a natureza gregária do movimento e as suas fundações culturais. Aquilo que se destaca imediatamente quando abordamos os autores do graffiti é que estes partilham uma mesma condição etária³. Esta é uma actividade que apesar de poder ser executada por indivíduos de diferentes níveis etários, está particularmente associada aos modos de vida juvenis, o que explica algumas das singularidades do graffiti enquanto contexto social e discursivo.

Os jovens parecem particularmente hábeis no uso de uma série de materiais do quotidiano com o intuito de experimentarem identidades e inventarem novas práticas sociais, profundamente significativas num mundo globalizado e em constante transformação (Willis, 1990; Feixa, 2006; Pais, 1993). Grande parte das culturas juvenis que conhecemos valem-se das tecnologias e dos media, do consumo e do lazer como instrumentos estratégicos na formação das suas identidades grupais (Pais, 1993; Feixa, 2006). No quotidiano dão-nos mostras constantes de como pretendem viver a vida e como se situam no mundo contemporâneo. A visualidade é uma dimensão central deste processo. Através do corpo, coberto de ornamentos vários, vestes e incisões, através da postura ou da decoração dos territórios familiares, a visualidade é uma arena para afirmação de identidades (Campos, 2007; Ferreira, 2007). Isto aplica-se à forma como se usa o espaço urbano (Magnani, 2002, 2005; Pais, 2005). A cidade é abraçada como refúgio familiar e palco para a actuação de jovens que a utilizam como repositório de signos que transcendem o seu conteúdo expresso, remetendo para formas de hierarquização simbólica e conflitos de natureza política. O graffiti deve ser entendido neste contexto.

Todavia, o graffiti não se resume a uma actuação na e sobre a cidade. Argumento que, tal como aconteceu com outros fenómenos sociais circunscritos, fortemente localizados e enraizados numa rede geográfica e social singular, o graffiti tem vindo a transcender as contingências espaço-temporais, assumindo actualmente uma natureza muito diferente daquela que caracterizava os seus primórdios. Suportada por uma tecnologia em constante e rápida mutação, principalmente pelas tecnologias visuais, o graffiti enquanto obra e prática cultural tem sofrido enormes alterações. Assim, o que encontramos actualmente são duas redes, paralelas, que se reflectem e complementam, que dialogam por vasos de difícil identificação. A uma rede física composta por muros, ruas e bairros pintados ou aguardando pintura contrapõe-se uma malha virtual que funciona como reflexo da primeira mas que, cada vez mais, assume maior protagonismo na dinamização do próprio campo. Ao território da cidade ocupado por pessoas que se olham e tocam, partilham latas de spray e muros, desenha-se um outro território de transmissão de dados e informações diversas, uma extensa rede de troca entre pessoas que não está desligada, antes pelo contrário, do mundo físico que os actores pisam. Os fluxos quotidianos, marcados pelas deambulações cidadinas com os seus lugares privilegiados e agentes alimentam um outro circuito, mobilizado pela tecnologia digital, dando suporte à edificação de novas arenas onde a cultura graffiti se constrói e transforma.

2. Exploradores de cidades

O graffiti contemporâneo sendo o resultado de influências e canais díspares, tem por inspiração fundadora o movimento hip-hop norte-americano. Diversas fontes parecem estar de acordo quanto ao momento e local de nascimento da cultura hip-hop: início dos anos 70 do século XX, Estados Unidos, cidade de Nova Iorque (Cooper e Chalfant, 1984; Castleman, 1982). O Graffiti que prolifera pelas nossas cidades é o corolário de



uma prática cultural com uma história com mais de três décadas, que percorreu os circuitos da mediatização, comercialização e globalização que atingem grande parte dos produtos e bens simbólicos com que lidamos actualmente.

Há pouco mais de três décadas surgia, nos EUA, uma prática estranha e incompreensível. Enigmáticos rótulos cifrados surgiam disseminados pelo território, sem autor identificável e em volume crescente. Este bombardeamento⁴ da cidade, a que os media dão alguma visibilidade iniciando a mediatização do fenómeno⁵, resultava de uma acção perpetrada por desconhecidos cujo alcance era ignorado pelo público. A inscrição de siglas, em jeito de assinatura, correspondia a um jogo proibido de marcação da cidade através de pseudónimos, os denominados *tags*. O estatuto dos actores nesta trama era definido, principalmente, pela destreza demonstrada no bombardeamento da cidade, conquistada por grupos que deixavam o seu emblema como manifestação de poder sobre o espaço físico e social.

Agir no território do proibido é algo que distingue o graffiti de outras formas de comunicação no espaço público. E aqui surge o acto de rebelião e aquilo que é fundamental, e provavelmente justifica a acção de muitos jovens, o prazer da transgressão. Joan Gari (1995), ao estudar em profundidade o graffiti enquanto sistema de comunicação, refere a transgressão como um princípio de natureza universal, um impulso humano de desobediência à norma, um jogo que, em determinadas circunstâncias, gera satisfação. O gozo que resulta da desobediência, presente em muitos capítulos da vida e que encontra no graffiti um refúgio muito especial⁶. Acrescentaria, o deleite presente na subversão, a natureza lúdica que decorre da exploração dos paradoxos e contrários culturais e que encontra no graffiti um gratificante campo de acção. Os *writers*, assim se autodenominam aqueles que fazem graffiti, subvertem o lugar e o seu significado, na medida em que transformam o sentido dos objectos e das superfícies, usadas como inusitadas telas para o desenho de *bonecos* ou para o rascunho de assinaturas. Deste modo, questionam o próprio sentido da cidade, tal como este é entendido por aqueles que nela vivem e pelos agentes da planificação, ignorando o usufruto do espaço socialmente aceite. O graffiti parece situar-se, assim, nos mundos obscuros do proibido, do marginal e do não-dito (igualmente do invisível e do anónimo).

O graffiti transporta um conflito que se assume principalmente em termos simbólicos. Este acto corresponde a uma espécie de *sabotagem estética* (Ferrell, 1996), uma forma de resistência cultural, que adultera modelos estéticos, manipula as linguagens da cultura de massas e dos media, reconfigura a funcionalidade dos artefactos urbanos, como as carruagens de comboio, os sinais de trânsito, os *outdoors*, etc. É, de certa forma, uma cultura do excesso, quer ao nível das práticas rituais, quer ao nível, muitas vezes, da sua linguagem. Uma cultura que joga nos limiares do socialmente aceitável e da legalidade, que promove a sublevação e, em certo sentido, a transcendência. Vencer barreiras sociais e legais é o mote. O próprio acto de invasão da cidade com emblemas codificados, sujeito apenas a uma vontade individual e colectiva que desrespeita a legalidade e o senso comum, sugere a ideia de excesso. Determinadas zonas da cidade são, aliás, um bom exemplo deste exagero visual, da amálgama e sobreposição de inscrições que tomam de assalto as fachadas dos edifícios (por exemplo o Bairro Alto em Lisboa).

No graffiti urbano a transgressão redundante, também, em imprevisibilidade e perturbação. Os símbolos surgem num ápice, em locais impróprios, causando a surpresa de quem passa. As linguagens de transgressão, nas palavras de Célia Ramos, «violam as expectativas da cultura que pré-determina, num texto como o da cidade, como e quando o seu espaço e tempo podem ser utilizados» (Ramos, 1994: 44). As inscrições em locais não previstos para o efeito reflectem, de forma mais ou menos consciente, a desobediência a um normativo que estabelece regras claras num universo comunicacional regulado por poderes públicos e privados. Os jovens destituídos do poder de gestão e participação nas políticas urbanas, apossam-se de espaços liminares, dos territórios que habitam, deixando a sua marca e manifestando a sua existência no meio do cimento e do betão.

Passadas três décadas desde a sua origem é, ainda, relativamente consensual a ideia de que o graffiti é uma actividade fortemente territorializada. O simples facto de o encontrarmos no espaço citadino, exposto em diferentes suportes de visibilidade variada, contribuindo para os nossos *imaginários urbanos* (Silva,



2001), é factor suficiente para suportar esta afirmação. Estas inscrições fornecem uma série de informações ao habitante urbano, servindo de suporte à construção da imagem dos territórios por onde circula, à formação de imaginários, sentimentos e memórias enraizados num espaço e tempo determinados. Os jovens são, aliás, elementos centrais no cenário urbano, os seus circuitos são acompanhados por uma forte demarcação territorial que revela uma transmutação da paisagem urbana em função das características dos seus utilizadores (Magnani, 2002, 2005). De certo modo, a paisagem urbana adquire as tonalidades de quem a frequenta convertendo-se num signo com forte conotação identitária.

A visualidade da cidade é marcada por diferentes expressões, materiais e objectos que possuem densidade semiológica, que funcionam como signos com conotação social e cultural. O espaço é pontuado por uma materialidade que remete para a autoridade do Estado na gestão da mobilidade (sinais de trânsito, transportes públicos, etc.) e do espaço urbano (diferentes funcionalidades do território, parques, jardins, espaço edificado, etc.), na preservação das ideologias oficiais (monumentos consagrados a pátria e aos seus heróis), que remete para o poder de determinados agentes privados na comunicação (publicidade em cartazes, *outdoors*, etc.) e na modelação do espaço (edifícios privados), mas que revela, igualmente, dinâmicas transgressoras (graffitis, construção clandestina, vandalismo, etc.)

A territorialidade faz parte da substância e visibilidade da cultura graffiti, é incorporada na prática e na identidade de quem o pratica. Uma abordagem das inscrições na cidade revela-nos que as acções de writers e crews⁷ correspondem, geralmente, ao rasto das suas passagens e dos seus circuitos habituais. Os writers pintam principalmente onde habitam e nos locais por onde circulam. A cidade tende a ser composta por circunscrições geográficas que apresentam uma identidade particular para quem faz graffiti. Os writers têm um conhecimento da cidade que envolve centralidades particulares. Lisboa não pode ser vislumbrada sem o muro das Amoreiras ou o Bairro Alto, a Calçada de Carriche ou a Segunda Circular, entre outras polaridades de especial relevância para quem faz graffiti. São territórios humanos, apropriados por determinados agentes, que se convertem em espaços de exposição das artes e poderes dos seus autores.

Estas divisões territoriais surgem de forma natural, emergem a partir do quotidiano dos agentes, as suas marcas são uma manifestação de existência e domínio sobre uma área que é, desta forma, tomada simbolicamente. A acção de sinalização de uma superfície equivale a uma apropriação do lugar. É esta percepção de posse que gera conflitos territoriais que tantas vezes surgem no graffiti, pois a acção sobre uma parede, rua, ou bairro, confere, de forma mágica, poderes sobre o lugar. A parede, tal como o bairro, torna-se domínio de alguns. Muitas crews apropriam-se de territórios que defendem, com maior ou menor vigor, pois o território simboliza poder. A colonização exprime a existência de um espaço seguro, de alguma forma sacralizado. Um terreno protegido, devidamente identificado e mantido pelos seus, onde é seguro pintar, exibindo dotes e mantendo visível o nome dos writers e das crews.

A cidade é um mosaico identitário, um vasto campo de retalhos carregado de significado e de conflitos simbólicos. A disputa pelo espaço é uma competição de signos e identidades, um confronto de poderes que assume uma dimensão simbólica. Daí que Magnani (2005), ao reflectir sobre o denominado espaço público urbano, argumente que é difícil distinguir claramente o domínio público e privado no uso da rua, na medida em que esta é apropriada de múltiplas formas, por variados grupos que se vão apoderando da sua essência, imprimindo as suas características particulares no espaço. As ruas, as calçadas, as vielas ou os viadutos, oferecem-se a diferentes públicos e sugerem diferentes usos, são socialmente preenchidos por pessoas que carregam hábitos e temporalidades distintas. No graffiti, esta relação de posse sobre o território é evidente. O espaço público converte-se num espaço com identidade grupal, torna-se familiar, transformando-se num território com dono. Este mecanismo de conquista do espaço é, todavia, bem distinto dos processos institucionais a que recorrem os diferentes agentes públicos e privados na sua posse do território. O graffiti funciona aliás como uma subversão dos princípios de propriedade que regulam as acções dos diferentes poderes na cidade. Os writers não compram ou alugam o lugar, os writers tomam posse do lugar, independentemente do seu legítimo proprietário, ignorando todos os requisitos legais.



A importância do território na estruturação desta comunidade redonda numa hierarquização dos lugares. Existem espaços nobres, lugares ambicionados, *spots* fáceis e *spots* invisíveis. Isto significa que existem linhas de comboio mais interessantes que outras, auto-estradas que valem mais que estradas de província, *outdoors* cuja dimensão e colocação tornam mais provável ou apetecível a inscrição de um graffiti⁸. Esta é uma aprendizagem que o writer vai fazendo ao longo dos primeiros tempos⁹.

3. Do rolo fotográfico ao cartão de memória: libertação da imagem

A expressão visual que tenho vindo a tratar como graffiti, nasceu nas superfícies físicas da cidade, facultando a todos a possibilidade de convívio com letras e imagens no decurso dos seus itinerários quotidianos. Esta é, originalmente, uma manifestação visual localizada, enraizada em suportes físicos e possui, como tal, uma existência palpável. O graffiti existia na cidade e para a cidade.

Ao contrário de uma tela ou papel, a obra fabricada em graffiti dificilmente se move, está umbilicalmente ligada à arquitectura do espaço onde nasceu, ao relevo, porosidade e estado do suporte, condição que define a singularidade desta forma de expressão. Esta relação é de tal forma estreita que a morte ou transfiguração da superfície resultam, fatalmente, na extinção ou transformação das imagens aí inscritas. O graffiti feito em paredes, fábricas abandonadas ou carruagens, sobrevive enquanto as fábricas não são demolidas, as paredes retocadas ou os comboios lavados. A imagem-graffiti original partilha o destino do seu suporte, estando dependente de factores tão imponderáveis como o clima, o envelhecimento das superfícies ou a boa vontade dos cidadãos e autoridades. Ao contrário das telas, de fácil circulação, arrumação e preservação, o graffiti dificilmente pode ser protegido. A efemeridade e imprevisibilidade são requisitos da sua existência enquanto linguagem visual contemporânea. Daí que o único processo que garante a sua perpetuação é, desde os tempos iniciais, o registo da imagem em papel fotográfico.

As tecnologias de registo e difusão de imagens foram alterando lentamente a forma como o graffiti é entendido e praticado. A máquina fotográfica tem sido, desde o aparecimento deste fenómeno, protagonista fundamental para a história deste movimento. As imagens fotográficas dos tags e de outras expressões de graffiti estampadas nos jornais e mais tarde em revistas e livros trouxeram o graffiti para a agenda mediática (e política) conferindo outro alcance às suas imagens. A desterritorialização do graffiti inicia-se com a fotografia, mas passa também pelo cinema e pela televisão que convertem este fenómeno localizado num bem de circulação global.

O convívio da fotografia com o graffiti transforma irremediavelmente a prática e representação do graffiti, operando uma transformação radical relativamente ao estatuto ontológico da imagem. A imagem-graffiti, que nos seus primórdios apenas garantia a sua perenidade através da memória individual e colectiva, encontra nos modernos processos de reprodução, instrumentos para a sua replicação, difusão e manipulação¹⁰. A vida de uma imagem, deixa de estar dependente de uma temporalidade que, irrevogavelmente, traria a morte acelerada do objecto. Deixa de estar ameaçada pelas autoridades e agentes climatéricos, uma vez que se encontra resguardada do perigo de uma existência fugaz.

Ou seja, actualmente, o graffiti não se faz, nem vive, apenas dos objectos que a cidade nos oferece à vista. É, aliás, profundamente errado querer entender o graffiti enquanto fenómeno de rua, sem ter em consideração os outros circuitos e processos onde é fabricado. A parede, a carruagem, o autocarro ou o sinal de trânsito são apenas lugares por onde a imagem transita, tal como o papel fotográfico, o monitor de computador ou a página de uma revista. A imagem desponta, de facto, num suporte físico concreto, para aí permanecer pouco tempo, rapidamente emancipada da clausura que a mantinha ligada ao alicerce que lhe deu abrigo.

A generalização da máquina fotográfica (recentemente na sua versão digital), permite que writers e crews disponham de meios práticos e acessíveis de registo e circulação de imagens. A grande maioria dos writers possui, de forma mais ou menos organizada, um património acumulado ao longo dos anos de actividade,



permitindo traçar visualmente a sua história e a evolução do seu estilo. O seu museu particular é, ainda, enriquecido com fotos fornecidas por amigos ou membros da crew, numa forma ritualizada de transmissão de bens. Assim, ao património individual que é acumulado num acervo digital, acrescenta-se um património universal, global, um volumoso repositório de produções visuais virtualmente disponível a todos e que contribui para a consagração de determinados autores e trabalhos a nível internacional. Deste modo, torna-se inevitável que os movimentos do campo tenham em consideração referências globais que contribuem decisivamente para a definição de tendências locais. Os writers mais interessados e conhecedores do campo possuem um horizonte vasto, que se inspira em referências com geografias distintas, permitindo a construção de representações e expectativas acerca deste campo social que articula, simultaneamente, o contexto nacional e internacional da cultura graffiti.

A emancipação da imagem criou, aliás, efeitos aparentemente perversos, deslocando o valor da imagem do seu original para a sua reprodução que, em inúmeros casos, se converte num bem mais precioso do que o objecto existente no suporte original. Esta substituição é compreensível, na medida em que o bem original é efémero, com um tempo de vida que pode ser extremamente curto, convertendo a fotografia na única testemunha existente de uma obra prestes a desaparecer. O acto de fotografar e a fotografia convertem-se, desta forma, no seguro de vida das imagens, tornando potencialmente eterno algo que é fugaz. A fotografia é, assim, alvo de uma atenção dedicada, transforma-se num bem com elevado valor simbólico para o próprio (que compõe um arquivo pessoal) e para a comunidade (que tem a oportunidade de conhecer trabalhos que, de outra forma, seriam ignorados).

As tecnologias de imagem não se resumem às câmaras fotográficas. A imagem fixa não capta a velocidade e precisão das execuções, as emoções ao rubro, o ambiente e o contexto envolvente. É um médium pobre para representar esta vertente do graffiti. Inspirados por imagens originárias do estrangeiro (disponíveis no mercado em cassetes VHS e DVDs), a utilização do vídeo para registo de missões realizadas pelos writers em comboios e metros parece estar em crescimento¹¹.

O aparecimento dos utensílios digitais transformou uma série de dinâmicas e rotinas quotidianas, introduzindo, ainda, mudanças nos cenários visuais, nos imaginários e nas linguagens do dia a dia. Assim, se por um lado, facilitam e tornam mais acessíveis e rápidos determinados processos previamente consolidados, por outro lado, produzem inovações subtis e incentivam a construção de novas modalidades de interacção, comunicação e pensamento. Estes utensílios afirmam-se, por um lado, como tecnologias de memória e, por outro lado, como tecnologias de comunicação. Esta dupla função está bem presente na forma como os jovens usam estes recursos de forma integrada. Os computadores pessoais servem, muitas vezes como interface de comunicação e gestão de informação de diversa ordem, como as fotografias digitais ou os ficheiros áudio mp3, que circulam por redes virtuais e sociais. Os computadores são, assim, um veículo para a fabricação, armazenamento e circulação de informação entre jovens e grupos de jovens. Constatei a importância que estes recursos possuem no quotidiano, fortalecendo laços, facilitando a comunicação e transmissão de informação. Não por acaso Carles Feixa define os jovens da actualidade como a Geração@ (Feixa, 2006).

No caso do graffiti julgo que os utensílios digitais, por um lado, acompanham uma série de dinâmicas e processos consolidados no meio, facilitando rotinas que possuem uma história anterior à introdução e banalização destes recursos no quotidiano; por outro lado, favorecem o aparecimento de um conjunto de situações novas, obrigando a cultura graffiti e aqueles que a perfilham a agir e posicionar-se face a novas propostas, agentes e objectos. Uma das funções dos instrumentos digitais, que reforça práticas antigas, é a de registo e documentação, quer das obras, quer das acções. Actualmente é relativamente acessível e económico o registo e transporte de imagens entre writers e crews, convertendo o computador no álbum fotográfico da nova geração. As mudanças devem-se não apenas ao aparecimento de fenómenos relativamente recentes (exemplo dos weblogs, photologs ou dos chats), mas igualmente à difusão destes instrumentos, convertidos em objectos familiares (banalização do computador pessoal ou das máquinas fotográficas digitais)¹².



A Internet funciona, neste momento, como um veículo imprescindível para a formação de redes e circulação de imagens. Actualmente, através de sites, photologs pessoais ou por correio electrónico, diferentes writers expõem as suas proezas e trabalhos mais recentes, em circuitos restritos ou de acesso generalizado. Os sites e os photologs adquirem, deste modo, um papel muito relevante numa cultura em que a imagem é uma espécie de capital. A Internet permite criar uma montra virtual, substituindo as ruas e as paredes da cidade enquanto repositório das produções de writers e crews. Permite, para além disso, uma desmaterialização e deslocalização do graffiti, tornando acessível ao olhar produtos visuais que de outro modo estariam inacessíveis. Deste modo é possível aos writers conhecerem autores e trabalhos de proveniências distintas, promovendo uma ideia de comunidade global e de linguagem universal. Julgo que esta situação introduz uma alteração profunda no universo do graffiti. Em primeiro lugar, deslocaliza socialmente o graffiti, tornando possível a constituição de redes através da Internet; em segundo lugar deslocaliza a imagem-graffiti, tornando-a disponível virtualmente sem ligação física ao espaço onde se inscreve; em terceiro lugar, fornece um conjunto de dados (imagens, imaginários, ideologias, informações) a uma velocidade e volume anteriormente desconhecidos.

Relativamente ao que defini como a deslocalização social do graffiti, verifico que actualmente muitos writers possuem uma série de ligações que ultrapassam, em larga medida, o contexto local onde se movem, assumindo uma existência basicamente virtual. Daí que seja comum, por exemplo, estabelecerem-se pontos de contacto entre writers de regiões e países distantes que, não se conhecendo, utilizam a sua filiação cultural para comunicar e promover acções. Nalguns casos estas redes virtuais facilitam, inclusive, a formação de crews e o ingresso de novos elementos, situação completamente contrária à dinâmica tradicional assente em relações afectivas e de vizinhança. As hierarquias simbólicas, a fama e o prestígio podem-se jogar, também, neste universo virtual em que cada um produz informação, expõe as suas realizações e virtudes. Todavia, curiosamente, esta rede virtual permite alargar os horizontes geográficos de actuação dos writers. A expansão dos vasos comunicantes facilitados pela internet¹³ é acompanhada por um alargamento da acção no espaço, na medida em que as redes de comunicação facilitam os contactos pessoais, promovendo encontros que, de outra forma, seriam muito improváveis. Ou seja, esta deslocalização não colide com, nem impede, um fenómeno de re-localização. A multiplicação das conexões e enraizamentos locais pode acontecer, a partir de redes favorecidas pela mobilidade virtual.

As ferramentas digitais e a Internet também promovem a deslocalização da imagem-graffiti. A facilidade de circulação da imagem comporta alterações fundamentais na relação entre os produtores de imagem e aqueles que são o seu potencial público. O espectador, que anteriormente era recolhido ao acaso entre os transeuntes em circulação pela cidade, alarga-se, permitindo a formação de um público virtual, um novo destinatário do graffiti contemporâneo. Deste modo, já não se faz só graffiti para expor nas paredes, muitos writers procuram trabalhar tendo em consideração, igualmente, uma exposição alargada potenciada pela Internet. Deste modo, a Internet funciona, cada vez mais, como mediador de informação e sentido a nível global. Este veículo parece ultrapassar em grande medida os meios de comunicação mais tradicionais, como as revistas, que serviram durante décadas como elemento de ligação entre writers e expressões visuais fisicamente distantes.

4. Conclusão

Comecei esta comunicação/artigo centrando-me sobre a cidade, tomando-a como espaço de comunicação, repositório de signos que alberga diferentes agentes e canais de comunicação. Problematizei o graffiti urbano a partir de uma articulação entre a cultura visual, as culturas juvenis e a cidade. Do cruzamento entre estes vectores surgiu uma representação particular do graffiti que acompanha uma série de dinâmicas que têm sido identificadas como centrais para a condição contemporânea. Reconheci nesta realidade movimentos de múltiplos sentidos que envolvem as inter-relações entre o local e o global, entre o real e o virtual. Transitando entre o bairro e o mundo, entre a rua e o monitor, entre a parede o papel fotográfico, o



graffiti faz-se de múltiplos contextos e circuitos, de diferentes lugares e sincronias. Assistimos ao longo de décadas à gradual transmutação do graffiti, actualmente uma cultura transnacional. Os processos de mediatização e digitalização, profundamente enraizados num processo mais lato de globalização que não pode ser apartado da hegemonia que a imagem e a visualização assumem no nosso quotidiano, atravessam diferentes territórios da vida colectiva, justificando muitas das mudanças a que assistimos (Mirzoeff, 1999; Messaris, 2001; Campos, 2008). Suportado por uma imagem pixelizada que se reproduz indefinidamente e circula por canais não identificáveis, o graffiti, é um bom exemplo desta condição contemporânea.

Inicialmente enraizado num espaço físico e social concreto, dando corpo a processos simbólicos complexos, envolvendo disputas territoriais e distintas afirmações de poder, o graffiti deixa de se expressar unicamente na superfície da cidade para passar a outras telas. O território era uma dimensão central do graffiti enquanto afirmação cultural singular. A importância do espaço enquanto recurso continua a manter-se pois a cultura graffiti depende, ainda, de um exercício individual e colectivo que é realizado sobre o espaço e possui uma materialidade que é inquestionável. A integração neste campo social depende, ainda, de uma actuação sólida sobre a superfície da cidade, dominar o terreno tem tanto de metafórico como de concreto. É na arena dos conflitos que se esboçam nas artérias da cidade que os diferentes writers aprendem o ofício e adquirem estatuto. A natureza localizada do graffiti não está em causa, as redes sociais compõem-se a partir de relações de vizinhança e de proximidade geográfica, os writers ocupam espaços e dominam circunscrições geográficas específicas, actuam sobre a epiderme da cidade alterando-lhe a fisionomia.

No entanto, o graffiti é, cada vez mais, deslocalizado. Circula por outros suportes onde a imagem, inscrita em papel fotográfico ou convertida em linguagem digital, serve para comunicar entre writers, para difundir estilos, para construir livros de memórias ou para disseminar a cultura. A fotografia, o vídeo, a Internet são recursos e refúgios comunicacionais paralelos à prática da pintura. Actualmente converteram-se em domínios fundamentais para a formação de redes, aprendizagem de estilos ou aquisição de estatuto. O graffiti é, por essa razão, um bom exemplo da cultura visual contemporânea. O seu idioma é mutante, híbrido, massificado e global, inspira-se em linguagens e tecnologias tão distintas como a televisão e o cinema, a banda desenhada e os desenhos animados, a publicidade ou as artes plásticas. As novas tecnologias funcionam como recursos que permitem inovar linguagens, introduzindo alterações na forma como se configuram muitos dos processos sociais que sustentam a comunidade. Acredito, pois, que para compreender o graffiti, tal como muitas outras expressões das denominadas culturas juvenis, é fundamental estarmos atentos a este trânsito permanente de signos, feito de matérias diversas. Entre a rua, o visor do telemóvel e o monitor do computador viajam diferentes expressões destas identidades juvenis que usam com destreza as extensões tecnológicas em proveito próprio, reconfigurando hábitos e práticas.

5. Referências

- APPADURAI, Arjun (2004), *Dimensões culturais da globalização. A modernidade sem peias*, Lisboa, Teorema.
- CAMPOS, Ricardo (2008) «Onde é que eu já vi isto? - Imagens e imaginários num planeta familiar», Renato Carmo; Ruy Blanes; Daniel Melo, (Org.) *A Globalização no divã*, Tinta da China, Lisboa.
- CAMPOS, Ricardo (2007) *Pintando a cidade. Uma abordagem antropológica ao graffiti urbano*, Dissertação de Doutoramento, Lisboa, Universidade Aberta, Policopiado.
- CAMPOS, Ricardo (2006) «Graffiti urbano e cultura visual contemporânea», Actas do IV Congreso Internacional de investigación y desarrollo sociocultural, Outubro de 2006, Universidad de Guadalajara (México).
- CANEVACCI, Massimo (1997), *A cidade polifónica. Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*, São Paulo, Studio Nobel.



- CASTLEMAN, Craig (1982), *Getting Up – subway graffiti in New York*, Massachusetts, MIT Press.
- CHAPLIN, Elizabeth (1994), *Sociology and visual representation*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- COOPER, Martha e CHALFANT, Henry, (1984), *Subway Art*, Londres, Thames & Hudson.
- FEIXA, Carles (2006), *De jóvenes, bandas y tribus*, Barcelona, Ariel.
- FERREIRA, Vitor (2007) «Política do corpo e política da vida: a tatuagem e o body piercing como expressão corporal de uma ética da dissidência», *Etnográfica*, (11) 2: 291-326.
- FIGUEROA SAAVEDRA, Fernando (2006) *Graphitfragen. Una mirada reflexiva sobre el graffiti*, Madrid, Ediciones Minotauro Digital.
- HANNERZ, Ulf (1996) *Transnational connections – culture, people, places*, London, New York, Routledge.
- HEBDIGE, Dick (1976), *Subculture: The Meaning of Style*, London, Methuen.
- MACDONALD, Nancy (2002 [2001]), *The graffiti subculture. Youth, masculinity and identity in London and New York*, Hampshire, Palgrave Macmillan.
- MAGNANI, José Guilherme (2005) «Os circuitos dos jovens urbanos», *Tempo Social, Revista de Sociologia da USP*, V.12, N.2, 173-205.
- MAGNANI, José Guilherme (2002) «De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana», *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Vol.17, nº49, 11-29.
- MESSARIS, Paul (2001), “Visual Culture”, in James Lull (Ed.), *Culture in the communication age*, London and New York, Routledge.
- MIRZOEFF, Nicholas (1999), *An introduction to visual culture*, London and New York, Routledge.
- MORLEY, David e ROBINS, Kevin (2002 [1995]), *Spaces of identity. Global media, electronic landscapes and cultural boundaries*, London-New York, Routledge.
- PAIS, Machado (2005) «Jovens e cidadania», *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 49, pp 53-70.
- PAIS, José Machado (1993), *Culturas Juvenis*, Lisboa, IN-CM.
- FEIXA, Carles (2006) *De jóvenes, bandas y tribus*, Barcelona, Ariel.
- SÁNCHEZ, Francisco Reyes e TAUSTE, Ana Vígara (2002), *Graffiti, pintadas y hip-hop em España*, Félix Rodriguez (Ed.) Comunicación y cultura juvenil, Barcelona, Editorial Ariel.
- WALKER, John e CHAPLIN, Sarah (1997), *Visual culture: an introduction*, Manchester University Press, Manchester e New York.
- WILLIS, Paul (1990), *Common Culture: Symbolic Work at Play in Everyday Cultures of the Young*, Milton Keynes, Open University Press.
- WIRTH, Louis (1967), «O urbanismo como modo de vida», in Otávio Velho (org.) *O fenómeno urbano*, Rio de Janeiro, Zahar.

¹ O graffiti assume diferentes expressões, ligadas a práticas distintas e com conotações simbólicas divergentes. No entanto, nesta comunicação/artigo, o graffiti é entendido na sua *versão ilegal*, aquela que está mais próxima da sua natureza primordial e que continua a ser fulcral para a definição deste campo social e do seu reportório ideológico. Ao graffiti ilegal opõe-se aquele que é reconhecido no meio como o *graffiti legal* (na verdade *semi-legal*), associado principalmente aos extensos murais que encontramos com alguma regularidade no meio urbano (o denominado *hall of fame*). Existem enclaves no universo do graffiti sustentados por práticas de natureza legal, com um carácter formal e institucional que não devem ser descuradas (exemplo dos concursos, mostras, workshops ou encomendas profissionais). Todavia, estas dimensões não são aqui consideradas, até porque o seu estatuto é ambíguo, nada consensual para os membros desta comunidade que, em grande medida, as rejeitam não as integrando enquanto expressões legítimas desta cultura.

² Este princípio não se aplica a todas as intervenções de graffiti. Assim, casos existem em que o graffiti adquire pouca ou nenhuma visibilidade pública, estando este disponível apenas para um círculo restrito de observadores, nomeadamente a comunidade de writers (ou um círculo social delimitado desta comunidade). Na medida em que os executantes de graffiti alcançam notoriedade e estatuto com base nas avaliações realizadas pelos seus pares, estes últimos afirmam-se como os destinatários por excelência desta prática social. O graffiti executado na rede de metropolitano ou em fábricas abandonadas é um bom exemplo da pouca visibilidade pública de algumas expressões de graffiti, o que não impede que estes sejam realizados com frequência e alcancem elevado valor simbólico no meio.

³ Duas características destacam-se imediatamente quando lidamos com os autores do graffiti urbano. Estes são geralmente jovens, do sexo masculino. A natureza do graffiti está particularmente associada a esta dupla condição, etária e de género, que permite compreender as raízes culturais e justificações ideológicas, as práticas e contextos sociais que enquadram o graffiti enquanto acção colectiva. (MacDonald, 2002).

⁴ O graffiti de natureza ilegal é geralmente denominado *Bombing*, podendo assumir duas vertentes o *Street Bombing* (*Bombing* de rua) e o *Train Bombing* (*Bombing* em carruagens de metropolitano ou combóio).

⁵ O jornal *The New York Times*, de 21 de Julho de 1971 publica um artigo sobre TAKI 183, mitificando este nome, daí em diante identificado como o pioneiro do Graffiti Nova Iorque.

⁶ Com especial perspicácia Joan Gari fala do prazer com que a criança desobedece à autoridade, na aprendizagem que faz dos limiares, dos espaços legítimos para a experimentação dos seus dotes artísticos emergentes, riscando e pintando o proibido e aprendendo, assim, o gozo e as consequências da transgressão.

⁷ Crews são grupos de writers que funcionam como uma equipa, possuindo uma sigla de identificação

⁸ O lugar de inscrição, geralmente denominado *spot*, é avaliado em função de diferentes elementos, como sejam, a visibilidade que proporciona, o perigo envolvido na situação ou a qualidade da superfície. A visibilidade é, indiscutivelmente o factor de maior importância, numa cultura que busca, basicamente, impor visualmente uma determinada marca, tal como acontece com a publicidade.

⁹ O prestígio adquire-se pela avaliação efectuada pelos membros da comunidade. Daí que seja importante que os territórios tomados de assalto pelos *writers* sejam visíveis e avaliados pelos membros da comunidade. Apenas estes conseguem decodificar a informação presente no lugar, relativa aos procedimentos e dificuldades inerentes à tomada de posse daquele território.

¹⁰ A máquina fotográfica foi rapidamente estabelecida como um instrumento essencial aos writers, permitindo a constituição de um acervo de imagens sobre trabalhos de *graffiti* realizados no metropolitano de Nova Iorque (Cooper e Chalfant, 1984)

¹¹ A última geração de telemóveis, na medida em que permite simultaneamente o registo de imagens fixas e em movimento, tem servido muitas vezes este duplo propósito, sendo que comporta vantagens pela dimensão reduzida do aparelho e pelo facto de conjugar estas duas possibilidades.

¹² Particularmente interessante é notar as diferenças de postura entre as gerações mais antigas e mais novas. Os mais antigos sentem-se, muitas vezes, *desajustados* e revelam alguma incompreensão relativamente a uma série de práticas e valores que sendo naturais para as novas gerações, colidem com as dinâmicas culturais prevalecentes num passado não muito longínquo.

¹³ O Interrail é um exemplo relativamente comum neste meio dos processos de mobilidade e das redes que são potenciadas pela internet. Conheci diversos writers que viajaram pela Europa pintando em diferentes cidades, motivados por contactos estabelecidos através da internet. Este processo pode aplicar-se, obviamente, a circunscrições geográficas menos amplas, ao nível da cidade ou região, permitindo que writers vivendo em áreas geográficas distintas mas relativamente próximas estabeleçam contactos por esta via e iniciem actividades em conjunto.