

## **GRAFFITI: MÚLTIPLAS FORMAS DE CRIAÇÃO E SOCIABILIDADE**

**Anita Rink** (Universidade Salgado de Oliveira - UNIVERSO)

**Marsyl Mettrau** (Universidade Salgado de Oliveira - UNIVERSO)

### **Introdução**

A construção de cada cidade tende a se pautar em ideais de progresso e funcionalidade, isto é numa forma de ‘apagar’ o próprio espaço vivencial, e, ao mesmo tempo, fomentar a ideia de um sujeito universal e anônimo, destituído de sua singularidade e multidimensionalidade (Certeau, 1998). No momento em que começam a surgir intervenções urbanas em larga escala, este painel totalitário e universalista se transforma, pois, ao produzir arte em espaços públicos, uma pessoa pode viver uma experiência singular, ao mesmo tempo imersa em seu próprio mundo e participando de redes sociais. Para este autor, são as práticas no espaço urbano, feitas por sujeitos que produzem experiências antropológicas, poéticas e míticas capazes de transformar este mesmo espaço. As práticas no espaço social, enriquecem a imaginação poética e mítica da coletividade, já que para este autor existe uma maneira singular com que cada transeunte interpreta o espaço que percorre nas vias urbanas. Desta forma se dá a formação de metáforas urbanas que escapam de qualquer “... texto claro da cidade planejada e visível” (Certeau, 1998, p. 172). Para o autor citado é impossível interpretar as experiências urbanas vividas pelos sujeitos, pois não é simples tornar isto consciente ao próprio transeunte. Entretanto, o autor afirma que, ao se pintar em espaços públicos cria-se vozes e novas redes de produções de significados e sentidos. Assim, tanto o graffiti quanto a pichação são elementos que compõem novos cenários de significados sociais.

A produção estética gerada pela arte urbana, portanto, confere marcas singulares às cidades, podendo engendrar novos significados sociais nas metrópoles, bem como expressar novos sentidos oriundos do meio do povo. Como exemplo, um recente estudo fotográfico de Campbell (n.d.) de produção de graffiti na Turquia, um país em que a mídia não é de todo livre, revelou a arte de rua com a única forma de arte capaz de apresentar ao povo aquilo que as manchetes do jornal não permitem veicular ao público. É possível, portanto, compreender-se a importância de se estudar estas formas de expressão produzidas nas ruas das metrópoles sob inúmeros aspectos, sejam antropológicos, sociológicos, psicológicos, estéticos, etc. Atualmente, porém, a arte urbana se apresenta em novos aspectos, pois também são novos os contextos culturais e tecnológicos que permeiam a sociedade. Segundo Castells (1998) nossa sociedade já é ciberespacial, uma vez que o trabalho e o cotidiano são mediados pelas tecnologias de informação e comunicação. Mesmo assim, este autor considera estas características existentes na sociedade atual como um produto de escolhas e identidades históricas. Estamos em uma sociedade em transição e, por isso, é necessário pesquisar para podermos entender e até mesmo contribuir na construção destas novas práticas, que se tornaram socioculturais. Por este motivo, optamos por seguir um caminho singular ao pesquisar a arte urbana, apresentando seus novos aspectos e redes de diálogos, que se estendem, para além da materialidade cidadina, também para o ciberespaço. Esta pesquisa amplifica as ressonâncias que têm sido estabelecidas no enlace entre o ciberespaço e os meios urbanos. Atualmente a interação entre as pessoas tem sido bastante mediada pelas novas tecnologias de informação e comunicação (doravante

nomeadas de TIC). Através de diversas tecnologias, sons e imagens podem ser captados em diversas situações do mundo sensível e decodificados em bits, que podem ter o formato de fotos, sons e filmagens. Estes, por sua vez, podem ser publicados em sites ou compartilhados em redes sociais. As máquinas fotográficas digitais e celulares, dentre inúmeras outras formas de TICs possibilitam não só aos grafiteiros, mas a qualquer transeunte fotografar as inscrições feitas nas vias urbanas e, instantaneamente, compartilhar a imagem captada em: sites, no youtube, em blogs e redes sociais no ciberespaço. Esta circularidade entre o meio urbano e o espaço virtual é uma nova via interativa que se constitui e que amplifica a estética e a voz do graffiti, em que o estudo identificou também novas formas de sociabilidade sendo estabelecidas. Para aprofundar este entendimento de como o uso de TICs e o ciberespaço podem influenciar as práticas urbanas, necessitamos desenvolver novas formas de pensar o sujeito contemporâneo, uma vez que as pessoas têm estado tão intimamente ligadas às tecnologias e sob tantas condições diferentes, que muitos autores chamam esta nova sociedade como constituída de pessoas ciborgues (Haraway, 1991) ou pós-humanos (Santaella, 2003).

Para entendermos melhor a circularidade entre o ciberespaço e os espaços urbanos atualmente existente, é importante estudarmos primeiramente o hibridismo que vem sendo estabelecido entre organismos biológicos e máquinas, o qual tem se estabelecido por meio da íntima utilização de computadores na sociedade, onde as TICs têm se tornado algo como prolongamentos dos corpos humanos. Estar conectado não significa uma mera relação entre homens e máquinas, mas uma nova forma de interação entre pessoas. Nestas novas emergências de diversas tecnologias, cada sujeito se torna capaz de produzir suas próprias informações, que serão compartilhadas em rede. Assim é possível perceber que, por meio das TICs, nos tornamos criaturas que vivem em diversas realidades, uma social e outra ficcional (Kunzru, 2009).

Somos, portanto, ciborgues e pós-humanos, em uma conjunção homem-máquina, que também inaugura a existência de criaturas pós-gênero, já que por meio das TICs passa a existir mais 'liberdade' de ação e de produzir informação, e, por isso, as pessoas que navegam na virtualidade não têm qualquer "... compromisso com a bissexualidade, com a simbiose pré-edípica, com o trabalho não alienado" (Kunzru, 2009, p. 90). A partir destas novas formas de interação, as pessoas não estão sob o julgo arbitrário e cruel de construções de identidade que as remetem às narrativas de origem ou sexual. Estas questões levantadas indicam como o sujeito vem se constituindo em redes. De modo visível, as redes de comunicação e produção são um importante aspecto na formação de identidade contemporânea. Haraway (1991) afirma que nos desvencilhamos da simplória autoconstrução identitária individual. Por isso, a autora questiona o conceito de formação da identidade atrelada apenas ao 'eu' e com base na expressão: "penso, logo existo", de Descartes. Na construção teórica da autora citada, a formação da identidade ligada unicamente ao 'eu', significa que cada pessoa se constitui simplesmente pelo próprio pensamento interior; o que, para ela, é uma ideia equivocada e simplista de se conceber a formação da identidade humana e mesmo de outros processos relacionados à constituição social dos seres humanos. As próprias configurações em redes e o sistema imunológico atestam que existem múltiplas formas de se forjar uma consciência em rede. Pelas TICs as pessoas se organizam em redes, e por esta nova configuração se revela a modificação no modo de se pensar e de se estar em sociedade, não mais pautada em termos de sujeitos vivendo isolados uns dos outros.

Pensando nas cidades, relembramos o que já foi dito, as configurações do espaço urbano tendem a criar sujeitos universais e anônimos. E, mesmo com tantas transformações acontecendo nas relações sociais por meios das TICs, ordem e funcionalidade ainda são vistos como prioridade nas metrópoles. Assim o Estado marca este espaço de forma a reforçar o conceito dos cidadãos como sujeitos anônimos, por isso, cabe aos pesquisadores favorecer pesquisas relacionadas à produção de um pensamento coletivo e vivo no meio urbano. Por isso, vale pensar qual tipo de identidade o meio urbano vem a produzir, já que a identidade se constitui continuamente pelo contato entre o sujeito e o mundo. Se hoje é possível um novo modo de pensar o ser humano, por meio de uma lógica do ciborgue, já mencionada, devemos pensar como se pode adotar, no meio urbano, novas formas de valorização das experiências individuais e de construção de novas identidades sociais, com facetas ficcionais e políticas.

Para Kunzru (2009), sendo os ciborgues os humanos da atualidade, qualquer estudo social e antropológico deve incluir essas ‘novas’ realidades sociais, corporais e, principalmente, feitas de experiências em uma tênue fronteira, em uma ilusão de ótica, entre a ficção científica e a realidade social mais concreta. O contato entre os sujeitos e o mundo modifica cada sujeito, por isso, o entrelace entre o ser humano e a tecnologia também o modifica. Isto torna impossível pensarmos em um ser humano absolutamente natural, ou em uma natureza previamente determinada (Kunzru, 2009). Por isso, a argumentação em favor do ciborgue é uma forma de voltar o pensamento científico e social para a importância da criação de novas ficções que devem ser estabelecidas na sociedade, tendo o recurso da imaginação humana como sua principal ferramenta. Isto demonstra que a natureza humana está na criação e em vivências híbridas, produtoras de subjetividade e de política (Haraway, 1991). Ao se compreender que a criação de novos instrumentos materiais e de novas ideias produz novos contornos sociais, as TICs podem ser consideradas as maiores invenções do homem moderno. Sendo assim, elas devem ser alvo de diversas formas de investigação, pois a partir delas novas configurações sociais têm se constituído.

Ao apresentamos a influência das TICs no pensamento e na construção cultural, torna-se evidente que abordar a temática do graffiti urbano significa mergulhar em uma seara de contínua criação de ficções, através dos recursos imaginativos que têm sido inventados atualmente, o que também demonstra como a ‘natureza’ humana pauta-se pela criação e invenção. Por este motivo, nosso estudo investiga o graffiti, uma forma de intervenção estética contemporânea no meio urbano, que tem sido atualmente captada por diversos meios tecnológicos e publicada no mundo virtual, onde continuamente ganha múltiplos e novos significados sociais. Através da produção de graffiti, e na tentativa de produzir outros olhares para as práticas sociais contemporâneas, delineamos nosso objeto de investigação: a produção do graffiti e sua reprodução no ciberespaço. Neste contexto de investigação, encontramos grafiteiros e pessoas comuns que captam as marcas grafitadas nas ambiências públicas por meio de filmes e fotos e as publicam, quase que instantaneamente, no ciberespaço, principalmente em redes sociais. Esta nova forma de atuação social tem um aspecto circular, urbano-virtual e urbano-virtual-urbano, uma vez que o próprio ciberespaço possibilita novas apropriações e novos formatos de espaços públicos. Por este motivo, ao se estudar o graffiti urbano hoje, deve-se observar as diversas interfaces de suas manifestações. As novas formas de relação estabelecidas entre a internet e o meio urbano, visto pelo viés do graffiti, ainda não foram estudadas em pesquisas recentes, tendo sido sugerida na dissertação de Mestrado de minha autoria, publicada em formato de livro no ano de 2013, com o título “Graffiti: Intervenção Urbana e Arte”. Nesta pesquisa, já é

possível observar como a intervenção urbana ganha corpo na internet e se configura em novas formas de relações não hierarquizadas (Rink 2013). A pesquisa atual visa aprofundar os pontos detectados na dissertação, ampliando, assim, o escopo da investigação citada.

## Metodologia

Temos como objetivo geral estudar as práticas de artistas urbanos em suas diversas interações no meio urbano e no ciberespaço, a fim de compreendermos melhor suas produções artísticas e as influências da grafiteagem na cultura, em que o uso das TICs não se separam dessas práticas sociais. Nosso objeto, portanto, é a produção de graffiti e suas ressonâncias no ciberespaço. Como questões norteadoras temos: 1) de que forma a internet favorece o aparecimento de novas formas identitárias relacionadas ao graffiti? 2) o ciberespaço intensifica as experiências urbanas dos grafiteiros? 3) As novas configurações ciberespaciais e a produção de arte urbana favorecem qual tipo de formas de sociabilidade? Nosso estudo tem um perfil etnográfico (Boumard, 1999) e fotoetnográfico (Achutti, 1997), por isso a imersão no campo contou com fotografias e filmagens como instrumento de investigação e coleta de dados, assim como uma entrevista de Grupo Focal (Carey, 1994; Krueger, 1993; Morgan & Krueger, 1993; Morgan, 1997 citado por De Antoni et al., 2001) semi-estruturada, realizada mediante um Roteiro de Entrevista centrada no problema. As entrevistas foram gravadas e transcritas mediante a assinatura do consentimento livre esclarecido por parte dos participantes. Os dados foram analisados através da abordagem da Análise do Discurso de Fairclough (Resende & Ramalho, 2009), a fim de revelar conexões e ideologias que sustentam certas práticas sociais.

## Resultados e Análise dos Resultados

Os relatos colhidos se referem às atividades dos grafiteiros utilizando as TICs e os meios digitais do ciberespaço. Os discursos captados na entrevista sugerem que os grafiteiros utilizam o ciberespaço para exibir suas produções de grafiteagem, desenvolver novas formas de se relacionar e criar graffiti em grupo. Apresentamos a seguir os discursos selecionados, que posteriormente serão analisados, por relacionam grafiteagem, criatividade, ciberespaço e sociabilidade:

Sociabilidade e ciberespaço:

- *“A gente tem tudo Fotolog, Flickr, site, eu tenho o meu site e no meu site entra o desenho de todo mundo porque a gente tá sempre junto.”*

- *“... a gente conhece o pessoal [grafiteiros] do Chile, tem... Têm uns cara doido do México que a gente quase montou uma Máfia 44 no México. Eles que entraram em contato com a gente [virtualmente]. Eles pediram pra unir, eles faziam Máfia de outra coisa não sei o que, eles viram nosso trabalho e um deles entrou em contato comigo perguntando se eles podiam colocar a Máfia 44 lá. A gente: “- ha, pode pô, então vai ter a Máfia 44 aqui do Brasil e vocês no México.”*

*“... no meu site entra o desenho de todo mundo porque a gente tá sempre junto”*

Sociabilidade, ciberespaço e criatividade:

*“... hoje em dia tá um ritmo que a gente se fala mais pela internet do que pessoalmente. ... Tipo ele puxa a ideia, vamos fazer tal negócio, vamos botar isso, vamos botar aquilo, faz uns desenhos, manda e-mail, troca... aí a gente vai começando a fazer o layout do tema todo.”*

Sociabilidade

*“... mas a gente [Máfia 44] sempre dá um jeito de tá se encontrando [no ambiente urbano]”*

Uma das expressões utilizadas na entrevista é a afirmação de ‘ter tudo’ com relação aos meios digitais e também com relação à participação em comunidades virtuais. Estes discursos foram interpretados como um eco das vozes sociais, representando a valorização da conectividade e das TICs, que apresentam inúmeras formas de capturar os graffitis, possibilitando que sejam exibidos fotos e filmes no ciberespaço e, desta forma, poder compartilhar com outros internautas no mundo virtual. É como se eles estivessem dizendo que ter tudo é ter acesso à internet e a softwares que possibilitam editar e produzir informações para serem compartilhadas com outras pessoas. Isto torna os grafiteiros produtores de dois tipos de informação; poética e política: os graffitis urbanos e as versões de seu trabalho no ciberespaço. Ao compartilharem graffitis no espaço virtual, estes atores sociais produzem novos significados para os conteúdos da arte urbana; um graffiti digitalizado em foto ou filme, perde os contornos de sua expressividade no espaço urbano, porém ganha novos significados. Para Levy (1999), o ciberespaço está relacionado aos “... modos originais de criação, de navegação no conhecimento e de relação social...” (p. 104). A ênfase não deve recair simplesmente sobre os novos suportes de informação, mas sobre as novas dinâmicas que a internet propicia. Para o autor citado, o ciberespaço se configura em um campo aberto e parcialmente indeterminado e não deve ser reduzido apenas a um de seus componentes.

Outro discurso: “... no meu site entra o desenho de todo mundo porque a gente tá sempre junto”, representa uma afirmação da sua identidade virtual pela união com seus companheiros de grafitação, já que *sites* podem ser considerados como formas de marcações identitárias por representar sujeitos e instituições. A utilização de *sites*, *blogs* e *fotologs* representa uma marcação identitária, que, de acordo com Levy (1999), é uma forma não binária de produzir identidade. Em outras palavras, este tipo de identidade se constitui em um modo diferente das identidades binárias que são forjadas por certos padrões de pertencimento que, geralmente, se ligam às origens de um conjunto biológico, geográfico, político ou profissional que diferencia ‘ele’ de ‘nós’. As identidades binárias se constituem por signos de saber, produção ideológica e subjetiva fora do sujeito e determinam seu grupo de pertencimento. Ainda que grafiteiros pertençam a um grupo específico, o enunciado sugere uma identidade construída virtualmente e estabelecida pelas referências dos laços sociais escolhidos pelo próprio sujeito. Segundo Levy (1999), é a engenharia do laço social que possibilita uma produção identitária não binária, pulverizando os signos do saber e possibilitando fluxos, mesclas, reencontros, valorizações diversas, dilatamento e trocas. Sem implodir as categorias identitárias estabelecidas, a engenharia do laço social possibilita a cada sujeito forjar suas imagens ao abrir-se em um espaço para auto-descrição, ou seja, é possível tornar-se um ator em uma quantidade infinita de mundos virtuais (Levy, 1999). Ainda segundo este autor, quando uma pessoa exerce a auto-descrição cria-se uma nova

forma de subjetivação, que não é uma imposição da subjetividade forjada externamente. O que se vê neste enunciado, portanto, é a inclusão de identidades não binárias e auto-descritivas, já que, mesmo para além dos discursos destes atores, sujeitos sociais diversos podem se projetar nas diversas imagens criadas pelos grafiteiros no ambiente virtual. Estas identidades não binárias se constituem em uma variedade aberta de espaços coletivos, seja de âmbito virtual ou urbano.

Por meio de diferentes *softwares*, é possível estabelecer redes de produção com diversas pessoas, de modo que neste espaço cada indivíduo também pode forjar modos próprios de funcionar, de se relacionar, de produzir signos, e de participar nas ‘avenidas’ informacionais estabelecendo, ao longo do próprio percurso, novas formas de atuar, de perceber a realidade e de reconfigurar as relações (Levy, 1999). Para o citado autor, o efeito dessas novas formas de relacionamentos possíveis no ciberespaço também é uma produção subjetiva que influencia e cria contornos específicos na psique atual, incluindo as descritas construções de identidades não binárias. “... A nova tecnologia atrai pessoas que tendem a ter perfil recorrente ou valores comuns; ou desenvolvidos no próprio universo virtual” (Schlegel, 2009, n.d.). Neste sentido, o autor considera que estas tecnologias facilitam com que as pessoas se desenvolvam junto às novas possibilidades de atuação no ciberespaço, por exemplo, em *chats*, envolvendo grupos de interesses comuns. Por meio da internet é possível ver “... florescer uma ‘cibercultura’ com traços pós-materialistas, privilegiando a auto-expressão, as relações não-hierárquicas e a democracia participativa” (Schlegel, 2009, n.d.).

A entrevista apresenta dois aspectos atuais que se relacionam ao graffiti: o favorecimento de novos contatos pela internet, criando novas formas de engenharia dos laços sociais (Levy, 1999) e a invenção de novos significados. Com as novas formas de atuação destes atores, torna-se possível a existência de inúmeras maneiras de criação, como por exemplo, a criação durante a própria ‘conversa-entrevista’ do *slogan* apresentado por um dos atores: “Intercâmbio do Graffiti!”. Atualmente, com as ferramentas virtuais, muitos grafiteiros podem conhecer e saber da existência de outros artistas urbanos, e, a partir disso, criar novos grupos de pertencimento ou ampliar os que já existem. O ciberespaço tem possibilitado uma nova dinâmica do graffiti, além de ampliar a visibilidade dos atores sociais. Possibilita também que antigas relações sejam estreitadas e novos relacionamentos sejam estabelecidos, bem como uma extensão de relações locais. Tudo isso, segundo os relatos, têm favorecido novas formas de encontro nas vias urbanas.

O universo virtual tem se constituído desta perenidade, isto se torna uma produção subjetiva coletiva com novos contornos, em que existe uma ‘eminência contínua de mudanças’ e, até, a possibilidade de que haja ‘revoluções a qualquer instante’ (Barros, 2010). Para a citada autora, estas novas tecnologias influenciam as invenções na coletividade, pois “... todas as mídias digitais estão se tornando mídias de relacionamento e absorvendo a tendência de convergência e narrativas transmidiáticas” (p. 1). Estudiosos das tecnologias de convergência e áreas afins consideram importante que haja pesquisas sobre o tema e também a utilização de descrições e relatos, para que novos entendimentos ocorram, já que a virtualidade não está circunscrita a conceitos e conceitualizações limitantes (Levy, 1999).

As unidades coletivas de grafiteagem urbana, identificadas pelas assinaturas (como logomarcas), fundam identidades grupais que, de acordo com os relatos dos grafiteiros, podem ser expandidas até para outros países e localidades, diferentemente do que se conhecia anteriormente como cotidiano do grafiteiro, relacionado às vias próximas ao local de circulação pessoal e moradia. O que vemos é a criação de identidades grupais e a



possibilidade de expansão das mesmas, fazendo com que marcas identitárias coletivas circulem de modo mais abrangente. Com as tecnologias e usos dos meios de comunicação atuais, portanto, é possível ampliar as marcas identitárias até mesmo para outros países, tornando a identidade coletiva e localizada em determinados circuitos uma marca internacional, por se expandir para além das fronteiras que existiam anteriormente. Pode-se perceber a existência de dois tempos de apropriação dos espaços urbanos: o tempo coletivo e o tempo individual. Quando existe uma apropriação dos espaços de uma cidade pautada em um tempo individual, o que se considera é o tempo possível que cada pessoa estabelece no próprio deslocamento e produção de graffiti nos espaços urbanos. O tempo coletivo pode ser representado por meio das assinaturas de uma coletividade de grafiteiros. A participação e pertinência de grafiteiros em grupos, que assinam coletivamente, amplia as possibilidades de disseminação desta identidade coletiva pela capacidade ampliada de sua assinatura. Assim, quando os atores participam de identidades coletivas, podem divulgar as marcas de pertencimento e espalhá-las com maior velocidade e amplitude nas vias urbanas, e o aumento do número de seus integrantes favorece tal disseminação. Desta forma, a tendência é que, estes atores, aumentem sua visibilidade no ambiente urbano, já que a sua identidade passa a ser lida e impressa pela assinatura coletiva nos muros. Estes graffiti assinados se assemelham e podem funcionar como a propaganda de logomarcas divulgadas pelas mídias oficiais. Se a propaganda pode tornar uma determinada marca conhecida e desejável ao público consumidor pela repetição, as assinaturas coletivas grafiteiras também imprimem, de modo não oficial, as marcas coletivas dos grafiteiros.

As assinaturas coletivas de grafiteagem e a internet são formas de veiculação de informação não oficial e possibilitam a abertura de formas inusitadas de divulgação do graffiti. O ciberespaço favorece o estabelecimento de diversas formas de conexões entre as pessoas. Diferentemente da mídia oficial de propaganda, a tecnologia cibernética facilita o compartilhamento junto a outras pessoas (Lévy, 1999). Os grafiteiros mexicanos, por exemplo, puderam conhecer o grupo carioca pela internet e propor um intercâmbio de graffiti. Por meio da tecnologia se produziram novas relações e a expansão da assinatura coletiva. Nossos atores são capazes de unir a 'lógica' capitalista com a 'lógica' virtual e, ainda, criar novos modos de atuação urbana, semelhantes às logomarcas, expandindo suas assinaturas e identidade coletiva, porém sem ter produtos a serem vendidos e sem participarem da lógica econômica de modo linear.

A partir destas narrativas, é possível entender que a internet facilita o encontro desses atores sociais que desenvolvem juntos seus temas de grafiteagem e, com isso, também diversificam as formas de se relacionarem, já que podem se encontrar a qualquer momento, em tempo real e produzir mais um novo sentido ao encontro que fazem nas ruas da cidade. Segundo Levy (1999), as conexões e encontros possíveis neste novo espaço virtual têm construído "... um novo humanismo que inclui e amplia o 'conhece te a ti mesmo' para um 'aprendamos a nos conhecer para pensarmos juntos', e que generaliza o 'penso, logo existo' em um 'formamos uma inteligência coletiva, logo existimos eminentemente como comunidade'" (p. 31-32). Para o autor, adaptar-se, aprender e inventar é a melhor forma de viver em um universo que se tornou caótico e as competências dos seres humanos que se utilizam de ferramentas comunicacionais tendem a construir conhecimentos novos, vivos e úteis em termos sociais. A utilização destes meios comunicacionais se tornou uma das formas de reunir forças mentais e "... promover a construção de coletivos inteligentes, nos quais as potencialidades sociais e cognitivas de cada um poderão desenvolver-se e ampliar-se de maneira recíproca" (Lévy, 1999, p.25).

Neste segmento é possível agregar mais um item ao processo criativo do grupo, pois os novos contornos e a dinâmica da grafiteagem, favorecidas pelas tecnologias computacionais e virtuais, torna a internet um canal que ‘agiliza’ as criações em grupo destes atores, já que relatam como elaboram um tema pelo contato rápido entre os membros do Máfia 44: “... as interfaces digitais, de uma era ciber, promovem mudanças ou transformações no corpo (sujeito/objeto) e nas relações sociais, ao despertarem para outra qualidade de participação social” (Xavier & Silva, n.d., p. 1474). O campo virtual cibernético tem se revelado de fundamental importância para estes atores, já que seus encontros virtuais possibilitam que sejam desenvolvidos seus temas e *layouts* para futuros graffiti expressos em diversas áreas da cidade. Posteriormente, o resultado da grafiteagem urbana é fotografada e/ou filmada, voltando a ser compartilhado no ciberespaço por meio de *blogs*, *fotologs* e *sites*, dentre outras possibilidades, demonstrando claramente a circularidade dessas ações do grafite: internet-vias urbanas-internet. Como o graffiti é irreprodutível (Canevacci, 2005), sua captação nos meios digitais muda seu significado, constituindo-se em um segundo elemento criado a partir do graffiti urbano. Exibir suas intervenções urbanas e atribuir novos significados a elas no ciberespaço constitui-se em uma prática social de produção de significados. Estes atores produzem ‘Espaços de saber’ que, segundo Levy (1999), não se resumem aos conteúdos meramente científicos e, sim, à forma como cada indivíduo e coletivo organiza e reorganiza as suas próprias relações, podendo ser consigo mesmo, com seus semelhantes e, também, com as coisas e signos. Sendo o ciberespaço um campo aberto de possibilidades, cada ator pode produzir suas próprias formas de vivenciar e criar neste espaço e posteriormente expandir para as experiências de grafiteagem nas vias urbanas o resultado. Isto vem a ser uma forma de produção de conhecimento e aprendizado desenvolvido individualmente e coletivamente. Como já foi mencionado, estes atores atualizam e difundem conhecimento pelas redes de produção e de troca de saberes e, a cada nova experiência, podem produzir novos significados.

No discurso destes atores não foi encontrada uma linguagem que diferencie se o tipo de relação e contato narrado é virtual ou localizado na metrópole; somente pela sequência contextual narrada pode se inferir tal diferenciação, ou seja, eles não fazem distinção de valor entre os tipos de contato: virtual ou localizado. Somente quando dizem, retificando: “... *mas a gente [Máfia 44] sempre dá um jeito de tá se encontrando*” é possível entender que estavam se referindo ao contato virtual, e, por outro lado, que atribuem especial valor aos encontros presenciais na metrópole. Os grafiteiros parecem incluir-se nesta nova dinâmica coletiva ao fazerem uso de uma identidade não binária, aberta a transformações e atuações singulares na produção cultural. O graffiti urbano atual insinua novos contornos e se estabelece também pelas novas formas de contato e criação possíveis na nossa cultura através de novas e inúmeras outras formas de comunicação.

Se os atores inventam novas formas de produzir identidade, pode-se assinalar em especial as ‘identidades de projeto’ e ‘identidades não binárias’, que se constituem não mais pela diferença ou por signos culturais, geográficos e históricos, mas por diversas formas de produções sociais e culturais. Neste segmento, os grafiteiros revelam como têm se pautado pela liberdade de expressão nas vias urbanas, já que estas possibilitam que eles vivam existências singulares e constitutivas nos diálogos plurais e heterogêneos com os transeuntes.



## Considerações finais

Mais do que a liberdade de expressão nas vias urbanas, os participantes podem ser compreendidos, também pelo viés da criação relacionada à produção de novas formas de engenharia dos laços sociais e nas possibilidades circulares que experimentam em seus processos criativos. Eles usam tecnologias comunicacionais, produzem relações interpessoais virtuais, grafitam em espaços urbanos e novamente se utilizam de tecnologias que capturam as imagens grafitadas para que sejam compartilhadas virtualmente. Esta forma circular de comunicação possibilita a estes atores sociais novas formas de produções criativas grupais, inseridas na cultura. A presença dos elementos tecnológicos já havia sido revelada em alguns graffiti fotografados, tendo sido encontrado junto a algumas imagens, o endereço do *blog* do grafiteiro, indicando um desejo de visibilidade virtual para além das vias urbanas. Este perfil de entrada tecnológica ganhou substância e relevância nos discursos dos atores participantes, que usam diariamente a internet para produzir encontros e criações coletivas. O ciberespaço se mostrou um fator vital na ação da grafiteagem contemporânea. Se a *web* é resultante da revolução virtual ocorrida socialmente, a qual tem modificado os modos de comportamento e enfatizado estruturas coletivas de ação nas invenções culturais, como afirma Levy (1999), o que vimos foi uma abertura para uma inventividade constante. Mesmo durante as entrevistas, cogitavam-se novas ideias e novas formas de atuação, tanto virtuais quanto urbanas. Isto sugere uma mudança no padrão de pensamento destas pessoas, que se veem com liberdade de criar e recriar suas realidades. Os intrincados desdobramentos circulares, vivenciados pelos participantes nas vias urbanas, na internet, nas favelas e nas cidades revelaram como eles enveredam por múltiplos processos criativos, coletivos e nômades, já que, se pautam pela errância urbana e virtual em suas produções de graffiti. Estes contínuos deslocamentos coletivos que abrangem tanto as vias virtuais quanto as urbanas, se tornaram complementares para estes atores, ainda que ocupem áreas distintas. Os novos meios de comunicação do ciberespaço, segundo Levy (1999), fomentam construções de saberes coletivos que também têm se repercutido na grafiteagem feita atualmente nas vias urbanas. Estas novas configurações favorecem a invenção contínua de significados e formas de interações espaciais e interpessoais, o que realça a importância deste estudo com perfil transdisciplinar. Destacar as experiências estéticas e relacionais provocadas pelo contato e pela produção do graffiti a fim de construir novos conceitos sobre socialização e ocupação de territórios virtual e geográfico.

O discurso estabelecido em cada sociedade está sempre refletindo, reforçando e construindo ideologias. O sujeito, portanto, se constitui dessa ideologia e a constitui em suas práticas sociais (Rocha-Coutinho, 1994). A produção de graffiti produz um contraste com a produção da cultura dominante denunciada por Cancline (1997), que identifica os interesses do poder econômico impostos à vida cotidiana das pessoas traduzidos nos cartazes comerciais, autorizados pelo Estado a estarem em pontos estratégicos da cidade e obterem grande visibilidade pública. Este autor revela que os *outdoors* funcionam como um reforço de posições definidas e alimentam um tipo de subjetividade que interessa ao Estado e à economia. Com o objetivo específico de criar unicamente consumidores, os *outdoors* são dispostos ao longo das vias urbanas e se tornam manifestações sociais e políticas que podem ser comparados a monumentos, feitos de linguagens que representam as forças que atuam em uma cidade (Cancline, 1997). São estes monumentos que reforçam a imagem do Estado; os cartazes comerciais quase sempre funcionam como obras que o poder político consagra às pessoas e aos acontecimentos. Diferentemente dos cartazes comerciais, os graffiti expressam uma crítica popular em uma relação direta com as imposições da ordem do

*status quo* (Cancline, 1997). Segundo este autor, os graffitiis aparecem como uma forma de lenda espontânea, revelando uma sociedade que se move, e, por outro lado, os *outdoors* são monumentos insuficientes para expressar as transformações e imaginações de uma sociedade: “às vezes, a proliferação de anúncios sufoca a identidade histórica, dissolve a memória na percepção ansiosa das novidades incessantemente renovadas pela publicidade” (Cancline, 1997, p. 08).

Desta forma, grafiteiros utilizam-se da interação social para construir novos sentidos para si mesmos e para a coletividade. Com as tecnologias de convergência são produzidas bases comuns tanto de relacionamento interpessoal como de produção material, o graffiti. Assim, se as múltiplas possibilidades do ciberespaço facilitam a (re)invenção e a constituição de novos modos de conhecimento e produção coletiva, então grafiteiros, em suas incursões criativas nos diversos espaços, virtual e urbano, produzem movimentos circulares que resignificam e conectam espaços urbanos gerando contribuições à sociedade. Nesta pesquisa observa-se que as TICs são largamente utilizadas pelos grafiteiros tanto em suas produções urbanas, quanto nas releituras no ciberespaço. Diversas formas de colaboração e de construção cultural têm se tornado cada vez mais intensificadas pelas interações possíveis na internet. Com as tecnologias de convergências, imagens do cotidiano podem ser captadas com facilidade por celulares, máquinas fotográficas digitais, *tablets* e filmadoras digitais, através destas tecnologias as pessoas podem capturar imagens urbanas e disponibilizá-las ou compartilhá-las instantaneamente em ambientes virtuais, que podem ser em comunidades virtuais, *sites*, *blogs*, *youtube*, dentre outros. Estas fotos e imagens obtidas nas ruas da cidade podem ser pensadas como uma releitura de imagens do cotidiano, que no nosso caso diz respeito às intervenções estéticas urbanas. Desta forma, fica facilitada a ocorrência e a produção de novos sentidos e diálogos nos espaços virtuais, já que no ciberespaço existe uma grande possibilidade de negociação de sentidos e de significados (Pedro, 2009). Com estes novos mecanismos, estes artistas têm criado uma maior visibilidade social por meio de suas inserções em ambientes virtuais e compartilham as imagens captadas de seus graffitiis com inúmeras pessoas, produzindo, através destas ações, novas formas de identidade e sociabilidade. Assim, embora a sociedade tenha fuma orte influência sobre o comportamento do indivíduo, por meio de muitas representações coletivas, o indivíduo não está contido apenas nas circunstâncias culturais de modo mecânico (Rink, 2013). Cada indivíduo é dotado de aspectos afetivos, cognitivos e criativos. Portanto, as pessoas devem ser vistas sob novas perspectivas, que incluem a ludicidade, o simbólico e o imaginativo, ou seja, nós, ciborgues, somos capazes de recriar a realidade e, com isso, contribuir para novas formas de produção cultural.

## Conclusão

Neste estudo foi possível perceber que as tecnologias atuais são de grande interesse para estes artistas que produzem nas vias urbanas, já que usam a fotografia como memória dos trabalhos e também como uma forma de releitura e de produção de novas significação no ciberespaço. Os grafiteiros utilizam-se das tecnologias de comunicação para resignificar suas marcas urbanas, fazendo com que as mesmas transitem no imaginário urbano e no ambiente virtual. No ciberespaço, os grafiteiros divulgam seus trabalhos e socializam com outros grafiteiros produzindo novas formas de subjetividade. As experiências estéticas e relacionais provocadas pelo contato e pela produção do graffiti são formas de construir novos conceitos sobre socialização e ocupação de territórios virtual e geográfico.

## Referências

- Achutti, L. E. R. (1997). Fotoetnografia, um Estudo sobre cotidiano, lixo e trabalho. Em: Achutti, L. E. R. (Org.). *Ensaio sobre o fotográfico*. Porto Alegre: Secretaria Municipal da Cultura, Tomo Editorial e Palmarinca.
- Barros, A.C.P. (2010, Março-Agosto,). Relacionamento Mercadológico nas Mídias Interativas Digitais: Inovações na comunicação transmidiática entre empresas e consumidores. Em Revista dos Alunos do Programa de Pós Graduação em Comunicação da UFPB, 3. Recuperado em 2 maio, de 2012, de <http://www.cchla.ufpb.br/ppgc/smartgc/uploads/arquivos/3a996c768520101103091150.pdf>
- Boumard, P. (1999, novembro). O Lugar da Etnografia nas Epistemologias Construtivistas. Em: *Revista de Psicologia Social e Institucional* (v. 1, n. 2). Londrina, PR: Universidade Estadual de Londrina. Recuperado em 05 outubro, de 2010, de <http://www2.uel.br/ccb/psicologia/revista/textov1n22.htm>
- Cancline, N. G. (1997). *Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade* (pp.283-350). São Paulo, SP: EDUSP. Disponível em 02 janeiro, de 2011, de <http://www.ufrgs.br/cdrom/garcia/garcia.pdf>
- Canevacci, M. (2005) *Culturas eXtremas – Mutações juvenis nos corpos das metrópoles*. Tradução: Olmi, A. Rio de Janeiro, RJ: DP&A.
- Certeau, M. (1998). *A Invenção do Cotidiano - Artes de Fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- De Antoni, C., Martins, C., Ferronato, M. A. , Simões, A., Maurense, V., Costa, F. & Koller, S. H. (2001). *Grupo focal: Método qualitativo de pesquisa com adolescentes em situação de risco*. Arquivos Brasileiros de Psicologia, 53(2), 38-53.
- Gindre, G. (2009). *A Tecnologia das Mídias: a relação dos Sujeitos com os meios tecnológicos de Comunicação*. Org.: Bock, A. M. B.; Novaes, J.; Ferreira, M. R.; Barros, M. N. S.; Godoy, N.; Moretzsohn, R. Goffman, R.; Canabrava, V. *Mídia e Psicologia: Produções de Subjetividade e Coletividade* (pp. 51-58). São Paulo, SP: Conselho Federal de Psicologia. Lévy, P. (1999). *A inteligência coletiva – por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola.
- Haraway, D. J. (1991). A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century. Em *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*. New York: Routledge, p.149-181.
- Kunzru, H. (2009). Você ainda é um Ciborgue - um encontro com Donna Haraway. Em: Haraway, D.; Kunzru, H.; Tadeu, T. (org.). *Antropologia do Ciborgue: as vertigens do pós-humano*. Belo Horizonte, MG: Autêntica. Recuperado em 05 maio, de 2013, de <http://mairakubik.files.wordpress.com/2012/06/86532011-haraway-donna-kunzru-hari-antropologia-do-ciborgue-as-vertigens-do-pos-humano-org-tomaz-tadeu.pdf>.
- Lévy, P. (1999). *A inteligência coletiva – por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo, SP: Loyola.

Pedro, R. (2009). A Tecnologia das Mídias: a Relação dos Sujeitos com os Meios Tecnológicos de Comunicação. Org.: Bock, A. M. B.; Novaes, J.; Ferreira, M. R.; Barros, M. N. S.; Godoy, N.; Moretzsohn, R. Goffman, R.; Canabrava, V. *Mídia e Psicologia: Produções de Subjetividade e Coletividade* (pp. 59-64). São Paulo, SP: Conselho Federal de Psicologia.

Resende, V. M. e Ramalho, V. (2009). *Análise de Discurso Crítica*. São Paulo: Contexto.

Rink, A (2013). *Graffiti: Intervenção Urbana e Arte*. Curitiba, PR: Appris.

Rocha-Coutinho, M. L. (1994). *Tecendo por Trás dos Panos*. Rio de Janeiro, RJ: Rocco

Santaella, L (2003, dezembro). *Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano*. Porto Alegre, RS: Revista FAMECOS, nº 22 quadrimestral. Recuperado em 14 maio, de 2013, de <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3229/2493>.

Schlegel, R. (out. 2009). Internauta brasileiro: perfil diferenciado, opiniões indiferenciadas. Curitiba, PR: Revista de Sociologia e Política. v. 17, n. 34, p. 137-157. Recuperado em 05 junho, de 2013, de <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/rsp/article/viewArticle/29355>

Tadeu, T. (2009). Nós, Ciborgues: o corpo elétrico e a dissolução do humano. Em: Haraway, D.; Kunzru, H.; Tadeu, T. (org.). *Antropologia do Ciborgue: as vertigens do pós-humano*. Belo Horizonte, MG: Autentica. Recuperado em 15 junho, de 2013, de <http://mairakubik.files.wordpress.com/2012/06/86532011-haraway-donna-kunzru-hari-antropologia-do-ciborgue-as-vertigens-do-pos-humano-org-tomaz-tadeu.pdf>.

Xavier, C. & Silva, L. O. (n.d.). *CIBERCORPO: Interface e (In)Formação*. Em LIVRO DE ACTAS – 4º SOPCOM. Recuperado em 15 junho, de 2013, de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/xavier-silva-cibercorpo-interface-in-formacao.pdf>

Referencias de sites sobre graffiti

Campbell, M. (n.d.). FROM THE BARREL OF A SPRAY PAINT CAN: STREET ART FROM THE REVOLUTION IN TURKEY. Recuperado em 15 julho, de 2013, de [http://dangerousminds.net/comments/from\\_the\\_barrel\\_of\\_a\\_spray\\_paint\\_can\\_street\\_art\\_from\\_the\\_revolution\\_in\\_turk](http://dangerousminds.net/comments/from_the_barrel_of_a_spray_paint_can_street_art_from_the_revolution_in_turk)