

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS
NÍVEL DOUTORADO**

FERNANDA BRASIL MENDES

**ENTRE O GRAFFITI E O PÓS-GRAFFITI:
A Construção das Identidades Estéticas e Profissionais de Grafiteiros no Âmbito da Arte
Urbana em Porto Alegre**

**São Leopoldo
2018**

FERNANDA BRASIL MENDES

ENTRE O GRAFFITI E O PÓS-GRAFFITI:

**A Construção das Identidades Estéticas e Profissionais de Grafiteiros no Âmbito da Arte
Urbana em Porto Alegre**

Tese apresentada como requisito parcial para
obtenção do título de Doutora em Ciências
Sociais, pelo Programa de Pós-Graduação em
Ciências Sociais da Universidade do Vale do
Rio dos Sinos – UNISINOS.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Alfredo Gadea Castro

São Leopoldo

2018

M538e Mendes, Fernanda Brasil

Entre o graffiti e o pós-graffiti : a construção das identidades estéticas e profissionais de grafiteiros no âmbito da arte urbana em Porto Alegre / por Fernanda Brasil Mendes. – 2018.

195 f. : il., 30 cm.

Tese (doutorado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2018.

Orientação: Prof. Dr. Carlos Alfredo Gadea Castro.

1. Graffiti. 2. Pós-graffiti. 3. Economia criativa.
4. Identidades. I. Título.

CDU 316.35

Catálogo na Fonte:

Bibliotecária Vanessa Borges Nunes - CRB 10/1556

FERNANDA BRASIL MENDES

**ENTRE O GRAFFITI E O PÓS-GRAFFITI:
A Construção das Identidades Estéticas e Profissionais de Grafiteiros no Âmbito da Arte
Urbana em Porto Alegre**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Ciências Sociais, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Tese aprovada em 06 de abril de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Dr. Fabio Lopes Alves - (UNIOESTE)

Dra. Elisabete Maria Garbin – (UFRGS)

Dr. Fabrício Lopes da Silveira – (UNISINOS)

Dra. Miriam Steffen Vieira – (UNISINOS)

Dr. Carlos Alfredo Gadea Castro – Orientador – (UNISINOS)

Dedico esta tese aos meus pais e à minha irmã, Ana Amélia.

AGRADECIMENTOS

A todos os grafiteiros que me serviram de inspiração. Em especial, aqueles que contribuíram diretamente com a pesquisa.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), pelo apoio financeiro que recebi para cursar o doutorado.

À equipe da Secretaria de Avaliação Institucional da UFRGS, que compreendeu todo esse processo e o meu período de afastamento. Agradecimentos especiais a Claudete e Flávia, que me apoiaram neste período.

Ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, em especial ao Professor Carlos Alfredo Gadea Castro, por sua paciência, compreensão, estímulo e orientações importantes para a minha caminhada e continuidade na realização da tese.

Aos professores Miriam Vieira e Fabrício Silveira, que participaram da banca de qualificação, por seus valiosos comentários e suas sugestões.

À minha irmã, Ana Amélia, minha companheira desde a barriga, que teve a paciência de ler os textos e contribuir com a melhoria da escrita, e pelo apoio em todos os momentos.

RESUMO

Para compreender a inserção de jovens grafiteiros no mercado de trabalho e o processo de construção de suas identidades estéticas e profissionais, investigaram-se os desdobramentos e os novos contornos que eles estão criando para suas inserções no mercado trabalho e divulgação de sua arte. O graffiti passa a ter novas configurações e novos sentidos no âmbito do trabalho, denominado aqui de pós-graffiti. Inicialmente, apresenta-se o contexto histórico do graffiti, suas questões em relação à política e estética, bem como discussões e interpretações em torno do graffiti. Em seguida, analisam-se as questões envolvendo o mundo do trabalho e como este impacta na cultura do graffiti e no perfil dos grafiteiros. Depois, contextualiza-se o pós-graffiti, um produto híbrido, de novas formações sociais e de novas identificações midiáticas, constituindo-se como um caminho profissional aos grafiteiros. Quais estratégias são utilizadas para inserção e manutenção dos grafiteiros no mercado de trabalho no âmbito do pós-graffiti? Como se dá o processo de construções estéticas e identitárias dos grafiteiros pesquisados? Estas questões são objeto de discussão para que se viabilize a compreensão do processo de transição das identidades estéticas e profissionais de jovens grafiteiros em relação ao mercado de trabalho no âmbito da economia criativa.

Palavras-chave: Graffiti. Pós-graffiti. Economia criativa. Identidades.

ABSTRACT

To understand the insertion of young graffiti artists in the labor market and the process of construction of their aesthetic and professional identities, were investigated the unfolding and new contours that they are creating for their insertions in the labor market and for the dissemination of their artwork. Graffiti gains new configurations and new meanings in the work context, called here post-graffiti. Initially, is presented the historical context of the graffiti, as well as its issues in relation to politics and aesthetics and the discussions and interpretations around graffiti. Next, are analyzed the issues involving the world of work and how it influences the culture of graffiti and the profile of graffiti artists. Then, post-graffiti is contextualized, being a hybrid product, originated from new social formations and from the dissemination of new identifications, thus being a professional path for graffiti artists. What strategies are used for the insertion and the maintenance of graffiti artists in the post-graffiti labor market? How does the process of constructing the aesthetics and identities of the graffiti artists surveyed take place? These issues are the subject of discussion in order to facilitate the understanding of the process of transition from the aesthetic and professional identities of young graffiti artists in relation to the labor market in the framework of the creative economy.

Keywords: Graffiti. Post-graffiti. Creative economy. Identities.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Desenho 1	23
Figura 2 – Desenho 2.....	24
Figura 3 – Desenho 3.....	25
Figura 4 – Desenho 4.....	25
Figura 5 – Desenho 5.....	26
Figura 6 – Desenho 6.....	26
Figura 7 – Desenho 7.....	27
Figura 8 – Desenho 8.....	28
Figura 9 – Trabalho 1	144
Figura 10 – Trabalho 2	145
Figura 11 – Trabalho 3	146
Figura 12 – Trabalho 4	147
Figura 13 – Trabalho 5	148
Figura 14 – Trabalho 6	148
Figura 15 – Trabalho 7	149
Figura 16 – Trabalho 8	150
Figura 17 – Trabalho 9	150
Figura 18 – Trabalho 10	151
Figura 19 – Trabalho 11	152
Figura 20 – Trabalho 12	152
Figura 21 – Trabalho 13	153
Figura 22 – Trabalho 14	153
Figura 23 – Trabalho 15	154
Figura 24 – Trabalho 16	155

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 GRAFFITI.....	16
2.1 CONTEXTOS E HISTÓRIAS	16
2.2 ESTÉTICA E POLÍTICA.....	32
2.3 DISCUSSÕES E INTERPRETAÇÕES	39
3 GRAFFITI, IDENTIFICAÇÕES PROFISSIONAIS E TRABALHO CRIATIVO.....	51
3.1 TRABALHO E EXPRESSÕES JOVENS	55
3.2 ECONOMIA CRIATIVA	67
3.3 IDENTIFICAÇÕES PROFISSIONAIS	98
4 PÓS-GRAFFITI	124
4.1 ESTETIZAÇÃO DA VIDA	126
4.2 MEDIATIZAÇÃO.....	140
4.3 PROFISSIONALIZAÇÃO.....	157
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	181
REFERÊNCIAS	190

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa busca compreender a inserção de jovens grafiteiros no mercado de trabalho e o processo de construção de suas identidades estéticas e profissionais. Nesse sentido, a partir do mestrado, a trajetória da autora como pesquisadora já se volta à temática da juventude. Durante essa trajetória, percebeu-se a importância da dimensão do trabalho na vida dos jovens pesquisados. Configura-se como uma dimensão importante, inclusive, para alguns jovens vivenciar essa etapa da vida.

A escolha sobre a temática decorreu do interesse em conhecer, compreender e problematizar as construções das identidades profissionais dos jovens na contemporaneidade. No trabalho de Mestrado, foram discutidas as formas de engajamento em um local tradicional de participação política na escola, o grêmio estudantil. Constatou-se, com a pesquisa, que a participação no grêmio da escola estava subordinada a outras esferas de suas vidas como a família, o trabalho e os estudos. Devido à oposição familiar, o tempo ocupado para a organização do grêmio não poderia atrapalhar suas demais atividades. Foi possível verificar, também, a centralidade que o trabalho ocupava na vida daqueles jovens.

Há uma pressão da família e da sociedade para que os jovens estudem e trabalhem, principalmente, após a adolescência. No caso pesquisado, os jovens tinham entre 19 e 26 anos. O grêmio estudantil era um local de passagem, onde eles aprenderam, uns com os outros, formas de organização e participação nesse espaço. Foi possível perceber, com as observações no grêmio de uma escola estadual de Porto Alegre (RS), a importância que o trabalho ocupava na vida dos jovens, interferindo no tempo que passavam no grêmio, ao ingressarem no mercado de trabalho, ao estagiarem a participação diminuía ou anulava-se. Daí surgiram algumas preocupações que impulsionaram a busca por entender as formas de inserção e a construção das identificações profissionais dos jovens nesse mercado. Observando esses desdobramentos e os novos contornos que os grafiteiros estão criando para suas inserções no mercado e divulgação de seus trabalhos, a pesquisa do Doutorado também aborda essa temática.

O que incentivou a realização dessa pesquisa foi o gosto pelo hip hop e a percepção do movimento crescente dos grafiteiros em um mercado criativo. O olhar curioso sobre o que vinha acontecendo em torno da profissionalização de grafiteiros conhecidos despertou o interesse em aprender com eles. Desde a adolescência, a autora vai a eventos ligados ao hip hop, tendo o olhar interessado por essa cultura. Hoje, é possível ver esses grafiteiros em

entrevistas ou em suas redes sociais falando de trabalho, de exposições, vendendo telas. Percebe-se que um tom profissional aflora, em suas manifestações.

Pode-se entender que a profissionalização dos grafiteiros está relacionada à estetização da vida com as novas dimensões do individualismo e as dimensões sociais em relação à construção de tribos urbanas, como apresentadas por Maffesoli (2015; 1995), além de outros elementos. É possível afirmar que se passou do graffiti para uma dimensão que se denomina aqui de pós-graffiti. Certamente, nenhum dos pesquisados mencionou o termo pós-graffiti, mas esse termo, de cunho pessoal, é permitido na medida em que se percebe transformações muito fortes na estética, nas expressões e no sentido que o graffiti adquire no trabalho no presente contemporâneo.

Repensar o debate em torno da estetização proporciona relacioná-la ao graffiti¹, pois esse processo potencializa o caminho para os grafiteiros tornarem-se profissionais. Com a estetização pela qual a sociedade passa, cuja estética está presente em todas as dimensões da vida, a estetização abre o caminho para os trabalhos criativos, pois seus conteúdos privilegiam a personalização da vida do indivíduo, da sua casa e de seus objetos. O pós-graffiti é o trabalho realizado pelo artista que traz sua identidade, sua marca aos trabalhos, personalizando os produtos criados. Os trabalhos no âmbito do pós-graffiti estão presentes em objetos e ambientes variados como, por exemplo, roupas, mobiliários, residências.

A midiaticização alargou as fronteiras pelas quais os grafiteiros transitam. Hoje, as fronteiras geográficas já não são limítrofes para eles. Por meio das redes sociais, expõem seus trabalhos a um público diversificado, sendo um meio de compartilhamento de conteúdo. É um espaço também para exposição, propaganda de suas realizações. As redes sociais servem de contato, também, para fazerem intercâmbios em que trocam hospedagem pelos trabalhos que fazem, viajam a um país ou a uma cidade para pintar pelo local onde irão se hospedar; com sua arte pagam sua estadia. Este é um exemplo de como o compartilhamento de informações e conteúdos expande os contatos e os trabalhos pelo mundo todo, formando um portfólio internacional.

A estetização trouxe uma dimensão social do estar junto sem a necessidade de algum motivo por trás, porque a simples vontade de estar junto é suficiente. Os jovens grafiteiros primeiro reconhecem-se no grupo juvenil, para, em seguida, assumirem suas identificações

¹ Conforme Rink (2013, p. 29), “[...] foram os romanos que adoram o termo graffiti para denominar a escrita com carvão em paredes com mensagens de protestos, profecias e outros tipos de inscrições. Graffiti em grego é graphéin, que significa ‘escrever’, em latim e italiano se escreve graffiti, plural de graffito, que significa ‘escrita feita com carvão’”. Por ser a forma como os grafiteiros entrevistados para este trabalho expressam-se, vai ser utilizado o termo graffiti, com essa grafia.

profissionais, sem perder essa dimensão nas suas vidas cotidianas. A partir de seus compartilhamentos nas redes sociais, podem construir suas comunidades virtuais, que também dão alicerce a suas identificações pessoais e profissionais, conseguindo reconhecerem-se e sentirem-se acolhidos. Estes jovens buscam escapar dos ambientes verticalizados, pois constroem ou buscam construir formas compartilhadas, formas horizontais de vivências e de profissionalização.

A pesquisa orientar-se-á pela seguinte questão: quais estratégias são utilizadas para inserção e manutenção dos grafiteiros no mercado de trabalho no âmbito do pós-graffiti? E, também, pela seguinte pergunta: como se dá o processo de construções estéticas e identitárias dos grafiteiros pesquisados?

A pesquisa tem como objetivo geral compreender a construção das identidades estéticas e profissionais de alguns grafiteiros da cidade de Porto Alegre. Além disso, apontam-se como objetivos específicos: verificar os elementos que constituem as percepções dos jovens grafiteiros sobre o trabalho; compreender como os grafiteiros constroem suas visões sobre graffiti e os trabalhos realizados fora dos espaços urbanos; analisar a importância conferida pelos pesquisados às questões em torno da política e da estética.

Os entrevistados desta pesquisa são jovens de diferentes idades. Jovens que convivem entre si e se reconhecem como grafiteiros. O critério de seleção dos participantes da pesquisa decorreu entre aqueles que se mostraram à vontade em expor sobre seu envolvimento com o graffiti e sua profissionalização. Outro critério de seleção dos entrevistados foi a presença de seus trabalhos nas ruas de Porto Alegre, ou seja, aqueles que ainda saem a grafitar mesmo fazendo trabalhos profissionais com influências do graffiti.

Alguns desses jovens possuem filhos e mantêm-se com seu próprio trabalho, não dependendo de renda complementar. Mas, outros, são dependentes ou semidependentes de alguma renda familiar, e ainda moram com os pais ou familiares. Dentro desse contexto, aqui se considera jovem-jovem os sujeitos com idades entre 18 e 24 anos, jovem-adulto com idades entre 25 e 29 anos, adulto-jovem aqueles que possuem idades entre 30 e 35 anos. Os jovens-jovens moram com os pais ou familiares e dependem de alguma forma da renda da família. Dentre os jovens-adultos, alguns ainda moram na dependência dos pais, mas, para suas despesas, conseguem manter-se sem a dependência de familiares. Os adultos-jovens conseguem se manter independentes, visto que apenas uma das entrevistadas ainda mora com familiares.

Pode constatar-se que as transições à vida adulta ocorrem de forma variada. Como Dayrell (2005) caracterizou em sua pesquisa, os jovens que já passaram por essa transição são

caracterizados como “jovens adultos”, por terem constituído família e/ou morarem fora da casa dos pais e possuir sustento próprio. De um modo geral, os entrevistados, nessa pesquisa, serão caracterizados como jovens, por ainda levarem consigo a vontade de ir às ruas para a grafiteagem. Essa prática iniciou na adolescência, influenciando-os até os dias de hoje. Considera-se que essa vontade de ser jovem ultrapassa características e elementos de transição a vida adulta, sendo que esses percursos apresentam diferentes formas.

É entendido que as pesquisas relacionadas com o graffiti estão de alguma forma associadas à temática das juventudes presente nos modos e estilos de vida. A juventude é uma construção histórica, portanto, um ciclo biológico não a resumiria. Para alguns jovens, é adiada a independência econômica. Alguns dos fatores que levam a certa dependência são a expansão do sistema educativo – com o aumento dos níveis de escolarização –, a dificuldade de encontrar um trabalho que possam sobreviver com independência, a insegurança por não conseguirem manter o padrão de vida, por ter algumas vantagens em morar com os pais. Ou seja, em alguns casos, não ajudar nas contas domésticas, ter comida e casa limpa, entre outros motivos de permanência dos jovens com os pais ou familiares.

Com isso, são adiados alguns processos que fazem parte da transição a vida adulta. A saída da casa dos pais ou o casamento ocorrem cada vez mais tarde e consolidam a juventude mais prolongada. O adiamento da independência financeira, a preocupação em relação à responsabilidade e aos compromissos adultos, também, são adiados em alguns casos, levando ao prolongamento de atividades mais comuns no período da juventude como festas e fruições juvenis, atividades culturais associadas à criatividade e outras.

A partir desses desdobramentos, procura-se, nesta pesquisa, compreender o jovem associando dimensões importantes na formação do sujeito como os grupos aos quais pertencem, sendo dimensão de sociabilidade, bem como a dimensão profissional, partindo do graffiti e seguindo até o pós-graffiti. Nestas dimensões, eles podem compartilhar sonhos pelos quais correm atrás, criando trabalhos para construir um futuro melhor e mais realizado.

Para conhecer as identidades estéticas e profissionais desses jovens, conversas foram realizadas com onze grafiteiros da cidade de Porto Alegre, em que alguns fazem parte de coletivos e outros não. Alguns responderam o questionário em conversa presencial, outros solicitaram responder por e-mail. As entrevistas foram realizadas no período de outubro de 2014 a julho de 2017, com a participação de oito grafiteiros e três grafiteiras. Para preservar os grafiteiros entrevistados, foi atribuído um pseudônimo a cada um, assim são apresentadas suas falas nesta tese. Os nomes utilizados para identificá-los se referem a pintores brasileiros

considerados referência no âmbito da arte brasileira. Abaixo, são apresentados os grafiteiros participantes da pesquisa:

- Di Cavalcanti: 27 anos, solteiro, sem filhos. Possui ensino médio. Mora sozinho, em uma casa alugada em Porto Alegre, os pais moram na cidade de Osório. O pai é funcionário da CEEE aposentado, a mãe é artesã. Entrevista presencial. Participa do coletivo Núcleo Urbanóide.
- Arcangelo Ianelli: 20 anos, solteiro, sem filhos. Cursa licenciatura em Artes Visuais na UFRGS. Mora na casa do estudante da universidade onde estuda. A mãe mora na cidade de Cristal, com o pai ele não tem contato. A mãe é taxista. Entrevista presencial.
- Cândido Portinari: 22 anos, solteiro, sem filhos. Curso de História incompleto realizado na Instituição de Ensino Uniasselvi. Mora com a mãe no bairro Cidade Baixa, em Porto Alegre. O pai reside no Rio de Janeiro e é policial aposentado, a mãe é pedagoga do Estado do Rio Grande do Sul. Entrevista presencial.
- Iberê Camargo: 28 anos, solteiro, tem um filho. Possui o ensino médio. Mora no pátio onde reside sua mãe, em casa própria, no bairro Sarandi, em Porto Alegre. O pai é mecânico de avião, possui ensino médio, a mãe é dona de casa, estudou até a oitava série. Entrevista presencial. Participa do coletivo Conceito Arte.
- Almeida Junior: 33 anos, solteiro, sem filhos. Possui ensino médio completo. Mora com a namorada, em Porto Alegre. Os pais possuem ensino médio, a mãe é aposentada. Entrevista por e-mail. Participa do coletivo Paxart.
- Antônio Parreiras: 32 anos, casado, tem uma filha. Formado em arquitetura pela UniRitter. Mora com a companheira e a filha, em Porto Alegre. É arquiteto do Estado do Rio Grande do Sul. A mãe é servidora do Município de Porto Alegre e formada em música; o pai era arquiteto. Entrevista presencial. Participa do coletivo Núcleo Urbanóide.
- Pedro Américo: 31 anos, casado, sem filho. Possui ensino superior incompleto. Mora com a companheira, em Porto Alegre. Os pais possuem ensino médio, o pai é professor e a mãe é aposentada. Entrevista por e-mail.
- Tarsila do Amaral: 25 anos, solteira, sem filho. Formada em bacharelado em Artes Visuais pela Universidade Feevale. Mora com os pais em Alvorada. A mãe é professora, o pai possui formação superior incompleta e é vendedor aposentado. Entrevista pelo Facebook.

- Abigail de Andrade: 35 anos, casada, tem filho. Formada em jornalismo, especialização em Expressão Gráfica. Natural de Pelotas, morava em Porto Alegre, mas há quatro anos vive no Rio de Janeiro. É cenógrafa na TV Cultura. Os pais moram em Porto Alegre. A mãe é professora de música na rede estadual, o pai é arquiteto. Entrevista presencial.
- Anita Malfatti: 31 anos, solteira, sem filho. Formada em Publicidade e Propaganda pela PUCRS e em bacharelado em Artes Visuais pela UFRGS. Mora com a mãe e o padrasto, em Porto Alegre. A mãe é nutricionista e o pai é médico. Entrevista presencial. Participa do coletivo Paxart.
- Benedito Calixto: 19 anos, solteiro, sem filho. Possui ensino médio. Mora com a avó, em Porto Alegre. Os pais têm ensino médio, a mãe é gerente de loja e o pai é cabeleireiro. Entrevista presencial.

Para a pesquisa, interessa compreender como esses grafiteiros constituem suas imagens profissionais no âmbito do pós-graffiti e como vivem esta profissão artista. Além das entrevistas, foi feito, também, um trabalho de campo com participação em oficinas, exposições, palestras, eventos e visita a uma loja no período compreendido entre 2014 e 2016.

Após alguns meses de análise, foram escolhidas algumas falas de grafiteiros, assistidas no Youtube, para serem incorporadas a esta tese, devido à relevância constatada desse veículo de mídia. Foram visitados, também, blogs para aprimorar os conhecimentos em torno da temática aqui proposta. Nesta tese, analisou-se uma reportagem, publicada no ano de 2004, considerada pertinente, que versa sobre a transição dos grafiteiros ao mercado de trabalho, apresentada no capítulo 3.

Para conhecer como os grafiteiros exercem uma de suas atividades profissionais, bem como para ter uma imersão maior na teoria e prática da grafiteagem, a autora participou de duas oficinas, uma ministrada por um coletivo e a outra ministrada por um dos grafiteiros mais experientes de Porto Alegre, realizadas no ano de 2014.

Em 2016, contatou-se o grafiteiro Candido Portinari, ele se mostrou interessado pela temática da pesquisa, contribuindo com ela. Nesse tempo em que foram mantidos contatos, ele iniciou aulas sobre graffiti, explorando a parte teórica e a parte prática desta atividade, em que a autora participou de algumas delas. A partir do interesse do grafiteiro sobre o assunto que estava em discussão, houve uma aproximação e algumas conversas e convites surgiram depois desse contato, conforme exposto ao longo da tese.

Entre uma incursão e outra em campo, foram realizadas onze entrevistas que compõem o corpo empírico da tese. As entrevistas estavam baseadas em um roteiro, no entanto havia certo improviso por conta dos novos elementos que apareciam nas falas dos sujeitos no momento das entrevistas.

Contribuindo para a realização desta pesquisa, assistiu-se alguns programas de televisão, documentários, filmes, bem como foram acessadas as páginas e os perfis dos grafiteiros nas redes sociais. Durante o período da escrita desta tese, essas análises foram realizadas com objetivo de compreender as identificações desses jovens pelo olhar dos próprios grafiteiros, observando como eles expõem seus trabalhos, seus pensamentos e suas opiniões. As entrevistas e o trabalho de campo, ou seja, o trabalho empírico, está exposto ao longo dos capítulos. Portanto, as contribuições e observações perpassam toda a escrita da tese, não estando de forma monolítica em uma parte dela.

Os subsídios teóricos que influenciaram esse olhar estão baseados nas bibliografias sobre a temática do graffiti, estetização do mundo, midiatização, economia criativa. Entre artigos, teses, dissertações, livros, programas de televisão, séries e filmes, busca-se compreender as implicações das escolhas profissionais de alguns grafiteiros da cidade de Porto Alegre e como fazem para aperfeiçoar e mostrar seu trabalho pensando em uma profissão. O graffiti é tanto uma forma de expressão como uma ferramenta de visibilidade que serve de mediação entre os pares e entre os clientes, ou seja, público em geral.

A tese está dividida em três capítulos. No primeiro capítulo, o graffiti é contextualizado, levando em conta sua história e contextos. Em seguida, é proposto debate sobre estética e política, dimensões importantes para a definição desta prática, bem como apresentam-se discussões e interpretações relacionadas à temática. No segundo capítulo, a tese dedica-se a pensar em questões, envolvendo o mundo do trabalho e como ele impacta na cultura do graffiti e no perfil dos grafiteiros. Serão discutidas, também, as estratégias para inserção e manutenção dos grafiteiros no mercado de trabalho, bem como as identificações presentes nesses contextos. Já o terceiro capítulo está alicerçado em uma contribuição a partir da definição de pós-graffiti, como um produto híbrido, levando em conta as novas formações sociais e as novas identificações midiatizadas, constituindo-se como um caminho profissional aos grafiteiros.

2 GRAFFITI

2.1 CONTEXTOS E HISTÓRIAS

O graffiti originou-se nos Estados Unidos, por volta da década de 1960. A primeira vez que a imprensa utilizou a expressão graffiti foi, em 1971, no jornal estadunidense *The New York Times*, referindo-se em especial ao grafiteiro Taki 183 (BISSOLI, 2011). Nesse período, aconteceu o estouro de graffitis nos metrô de Nova Iorque. Salienta-se que o graffiti contemporâneo surgiu da *tag* (assinatura) uma forma marginal do graffiti.

O graffiti possui vários estilos, alguns possuem um tom de reivindicação e contestação, outros constroem um momento de expressão para mostrar sua arte. Alguns grafiteiros incorporam o estilo e vivem a cultura de rua, procuram conhecer a história dos pioneiros desse movimento, desenvolvendo seus estilos de letra até chegar aos desenhos e personagens. Essa arte é efêmera por natureza e tem conteúdos diversos de crítica social até expressões enigmáticas. O graffiti passa pelos anos 1960, 1970 e 1980. Sem cessar seu trajeto, ele consagra-se como linguagem artística, expandindo sua expressão na mídia, nos jornais, na televisão e na Bienal.

O surgimento do graffiti deu-se através de manifestações juvenis na periferia de um país norte-americano. Não se nota um consenso no graffiti por conta das diferentes áreas de estudos que se interessam pela temática e por seus próprios praticantes que direcionarão suas reflexões de acordo com suas experiências e visões de mundo. Contudo, o graffiti é a inscrição realizada em espaços públicos em suportes diferenciados (paredes, muros, postes, trens, etc.) e materiais diversos, não só o spray.

Uma das manifestações mais antigas que exemplificam o graffiti são os desenhos feitos nas paredes das cavernas, pinturas rupestres representadas por animais, caçadores e símbolos. Também são denominados como graffiti, aqueles rabiscos feitos desde criança. Gitahy (1999) vê as garatujas desenhadas nos bancos de praça, banheiros como um paralelo entre aquelas primeiras pinturas e a expressão pública. Por outro lado, o graffiti difundido nas cidades “[...] significa riscar, documentar, de forma consciente ou não, fatos e situações ao longo do tempo [e ainda] diz respeito a uma necessidade humana como dançar, falar, dormir, comer, etc.” (GITAHY, 1999, p. 13).

Há a pintura mural, também reconhecida como aquela realizada nos túmulos dos faraós egípcios, que pode ser considerada um modelo para os grafiteiros latinos contemporâneos. O muralismo contemporâneo, do século XX, começou a aparecer em lugares

distintos, como o México, Barcelona ou Brasil. Nesse último país, o trabalho na fachada do Teatro Cultura Artística em São Paulo, de Di Cavalcanti, é apresentado como o primeiro graffiti contemporâneo.

Já o graffiti, mundialmente conhecido, origina-se como expressão das camadas populares por ser produzido em muros públicos e privados, trazendo consigo o diferencial das outras artes, sendo disponível a todos. Por ser uma manifestação pública, não há motivos para a arte do graffiti ser fechada ao público. Outra peculiaridade dessa arte de rua é expor manifestações políticas e sociais à população. O graffiti veio democratizar a arte, pois está descomprometido com limitações espaciais e ideológicas. Todos os segmentos sociais podem participar e ter seus símbolos compondo o cenário de toda a cidade e serem lidos por todos.

Gitahy (1999) diz que o graffiti tem dois tipos de características: a estética e a conceitual. Segundo o autor, a característica estética é apresentada como:

[...] expressão plástica figurada e abstrata; utilização do traço e/ou da massa para definição de formas; natureza gráfica e pictórica; utilização, basicamente, de imagens do inconsciente coletivo, reproduzindo releituras de imagens já editadas e/ou criações do próprio artista; repetição de um mesmo original por meio de uma matriz (máscara), característica herdada da pop art; repetição de um mesmo estilo quando feito à mão livre (GITAHY, 1999, p. 17).

A característica conceitual o autor descreve como:

[...] subversivo, espontâneo, gratuito, efêmero; discute e denuncia valores sociais, políticos e econômicos com muito humor e ironia; apropria-se do espaço urbano a fim de discutir, recriar e imprimir a interferência humana na arquitetura da metrópole; democratiza e desburocratiza a arte, aproximando-a do homem, sem distinção de raça ou de credo; produz em espaço aberto sua galeria urbana, pois os espaços fechados dos museus e afins são quase sempre inacessíveis (GITAHY, 1999, p. 18).

Estas características aproximam graffiti e pichação, usam o mesmo suporte e o mesmo material, cidade e tintas. Os dois interferem na paisagem, sendo espontâneos, gratuitos, efêmeros e feitos nas ruas.

Contudo, para Gitahy (1999), o graffiti origina-se das artes plásticas e a pichação, da escrita. O primeiro valoriza a imagem; o segundo valoriza a palavra, a letra, delineando a diferença entre o graffiti e a pichação. O autor afirma que todo mundo já pichou alguma vez e enumera alguns significados de pichação, corroborando com sua afirmação: ação ou efeito de pichar, escrever em muros e paredes, aplicar piche em, sujar com piche, falar mal.

Em contrapartida, há projetos de governo no sentido de distinguir a pichação do graffiti, produzindo legalidade ao graffiti, com a intenção de transformar pichadores em artistas com consciência estética e política. Com isso, reeduca-os para o convívio social, conduzindo a postura do grafiteiro e retirando-o da marginalidade.

Neste sentido, Gonçalves (2006) considera presente, no imaginário coletivo urbano, a diferença entre graffiti e pichação. O graffiti seria uma ferramenta de denúncia da exclusão. A pichação seria um produto de vandalismos. É importante considerar que algumas pessoas ainda não tenham clara a distinção entre essas atividades. Aqui se entende a distinção pelo traço, a estética que as atividades propõem em seu percurso. O graffiti e a pichação originaram-se da escrita, da letra. As assinaturas foram as primeiras expressões dessas atividades que, ainda hoje, as compõem. Ao longo do tempo, os grafiteiros desenvolveram traços, contornos e cores diferenciadas, influenciando nas letras mais elaboradas e foram distanciando-se da pichação.

Para pontuar o que é o graffiti, Silveira (2012) salienta a distinção que aparece em relação à pichação, reforçando que o graffiti apresenta uma abundância de cores, prevalência da imagem e a intenção de criação artística. Os grafiteiros, diante deste cenário, prestam serviços gráficos e investem em trabalhos nos quais possam expor em locais inicialmente ocupados por artistas plásticos. Em contrapartida, a pichação é menos colorida, privilegia textos, formas e experimentações caligráficas-tipográficas. Entende-se que essa distinção é pouco aplicável, pois a pichação e o graffiti, na prática, caminham juntos. A pichação e o graffiti desenvolveram-se e permaneceram por muito tempo como semelhantes. As duas práticas iniciaram com um cunho social e político em espaços periféricos até ocuparem diferentes espaços, trazendo visibilidade a várias angústias e várias expressões.

Um incremento do picho é o grapicho. Originou-se nos guetos de Nova Iorque com aqueles que participavam do movimento hip hop e começaram a aprimorar suas pichações. Eram pichações mais elaboradas, mais coloridas. Porém, com a proibição do graffiti e da pichação, em 1998, fica mais evidente – quando sancionada a lei ambiental de nº 9.605 (BRASIL, 1998) – a fase marginal do graffiti, aquela em que o grafiteiro usa basicamente o preto e o branco (GITAHY, 1999).

O *lettering* (letras, em tradução livre) desenvolve-se com improvisação dos materiais e um de seus formatos básicos é o *throw up* (vômito). Desenvolve-se, através da estilização da escrita de um apelido sem muita elaboração estética, a escrita do nome ou apelido com tinta spray, com frequência, de letras cheias estilo balão, de contornos delineados. Inclusive, as escritas menos elaboradas podem ser confundidas com pichação. O *throw up* estaria entre a

tag (assinatura, em tradução livre) e o *bomb* (bomba, em tradução livre). Então, o graffiti, no Brasil, passou pelo estêncil, *lettering* e hip hop graffiti, traçando sua trajetória. Esses estilos podem conviver no interesse dos grafiteiros (SOUZA, 2013). No Brasil, o estilo de graffiti denominado de *lettering* chegou por aqui junto com o hip hop graffiti, nos anos 1980.

Conforme mostra Gonçalves (2006), há diferentes formas de grafitar e diferentes tipos de graffiti. O autor propõe uma distinção entre o graffiti urbano e o hip hop. Muitas vezes, o graffiti é relacionado como um dos quatro elementos do hip hop. Graffiti urbano está para o hip hop quando se desvincula na perspectiva da denúncia e da exclusão, porém o graffiti social interage com hip hop. A dança, a música e a pintura, pilares do movimento hip hop, expressam o conteúdo político e representam grupos mais oprimidos.

Com sua pesquisa, Gonçalves (2006) observou que o hip hop, dançar *break*, ouvir e cantar o rap, grafitar são elementos de protesto. Esta manifestação constitui um caráter político de suas práticas, num contexto de denúncia e exclusão social. Os grafiteiros da pesquisa citada procuram distanciar-se deste graffiti que denominam de “social”, porque este estaria ligado a uma posição política, a uma prática comprometida com valores distintos do que eles buscam. Para alguns desses grafiteiros, o “grafite social é clichê” (GONÇALVES, 2006).

Para entender o motivo de alguns grafiteiros pensarem que o graffiti social é “clichê”, deve-se notar suas características. Ele é social, engajado politicamente, pois procura levar sua arte a espaços mais afastados e excluídos, já que muitos grafiteiros ministram oficinas dirigidas a populações em localidades menos privilegiadas, especialmente para crianças e adolescentes dessas localidades, com o intuito de trazê-las para a arte e desviá-las da criminalidade.

Mas, as motivações, os interesses e os objetivos do graffiti podem ser variados. A partir dessa constatação, descrevem-se os seguintes tipos de graffiti: social, conceitual, comercial e de ação. Grafite social, segundo Gonçalves (2006, p. 28) consiste em “[...] transformar o pichador em grafiteiro mais consciente – grafite social exclui a pichação do seu repertório de práticas em nome do engajamento político e da busca por aceitação e legitimação social”.

Para Gonçalves (2006, p. 28):

O grafite conceitual engloba-o como uma possibilidade de intervenção artística, mesmo que demarcados os limites e as diferenças estilísticas do grafite em relação à pichação. Compromete-se com uma dimensão fantástica, surreal, que difere de uma narrativa denunciadora, deve ser a exposição artística do processo de criação.

Graffiti comercial trata-se de um “[...] trabalho remunerado. O grafite comercial é eminentemente movido a dinheiro e por isso é trabalho com perspectiva de carreira” (GONÇALVES, 2006, p. 28).

Já o Graffiti de ação, conforme Gonçalves (2006, p. 28):

[...] se caracteriza pela manutenção de um certo comportamento irresponsável ligado ao vandalismo diante da cidade e do próprio ethos do grafiteiro de verdade. Nele o grafiteiro não se compromete nem com a denúncia política, nem com a preocupação estética ou artística. O que ele faz na realidade é alimentar o seu ímpeto de apropriar-se dos territórios público e particular, tomando de assalto todo e qualquer espaço mostrado.

Por vezes, estes tipos de graffiti convivem na prática dos grafiteiros, influenciando suas trajetórias em determinados momentos. Entende-se que o graffiti social e o graffiti de ação exploram elementos genuínos de seu princípio, porque para muitos a ideia de sair e pintar bastava, mesmo apenas assinando o nome. Nesse sentido, o sair e pintar é uma forma de manifestação política, porque rompe as regras e podem, assim, expressarem-se.

O graffiti conceitual e o graffiti comercial exploram elementos de fora, visto que os dois buscam o lado mais elaborado, mais artístico, o cuidado e o capricho nos traçados. O grafiteiro busca elementos de fora para compor seus trabalhos e transforma isso em um trabalho remunerado com linguagem e influências do graffiti. O graffiti conceitual, ainda que possa ser explorado nas ruas, já traz consigo uma intenção diferente do graffiti social e do graffiti de ação.

Entende-se que o graffiti conceitual, mesmo que seja para expor o trabalho nas ruas, também, tem a intenção de movimentar o lado artístico e trazer visibilidade comercial ao seu trabalho. O graffiti conceitual está nessa liminaridade, caracteriza-se como graffiti ou como pós-graffiti, quando feito na rua ou quando realizado em ambientes privados. Assim, o graffiti pode ser dividido, de forma didática, em cinco nichos:

O grafite primitivo (as pinturas rupestres e as demais oriundas das sociedades ágrafas), o grafite clássico (relativo à arte ou cultura dos antigos gregos, romanos e egípcios, renascença italiana, etc), o grafite inocente (as garatujas, os desenhos infantis e algumas marcas declarativas de amor ou ainda sem intenção específica), o grafite mural (o muralismo como iniciativa política de luta pública pelos direitos humanos e étnicos como forma de resistência cultural), o grafite urbano (o grafite social, o grafite de intervenção ou de ação, o grafite artístico ou conceitual, e o grafite comercial, enfim, as pinturas-símbolo que dão identidade visual a certos jovens e as metrópoles contemporâneas em geral) (GONÇALVES, 2006, p. 60).

O graffiti é “[...] uma questão ligada ao estilo e à identidade visual que os grafiteiros e crews adotam para estabelecer e constituir o seu espaço no contexto urbano dizendo, no meu entender, ‘eu estive/estou aqui’” (GONÇALVES, 2006, p. 64). Sendo assim, o graffiti é um símbolo de identidade visual dos jovens, bem como manifestação do imaginário desses, na qual há uma cidade desejada que convive com uma concreta. Portanto, o graffiti faz parte da identidade visual das cidades contemporâneas.

Para Silveira (2012), os textos do graffiti eram denominados *compósitos intensivos da comunicação urbana*, referindo-se aos cenários da cidade que apresentavam variadas formas de inscrições públicas. A partir de um projeto de pesquisa, Silveira (2012) procurou indicar dessa forma alguns pontos urbanos e salienta a heterogeneidade que consta em seus signos gráficos, textuais e visuais. O termo, que originalmente foi utilizado por Lara Espinosa, também refere-se “[...] ao traço barroco e à saturação estético sensorial com os quais resultavam cada compósito” (SILVEIRA, 2012, p. 15). O tema justifica-se pela sua expressividade por suas variadas formas e estilos bem como pela marca que cada autor dá a seus trabalhos. Muitos desses grafiteiros acabam destacando-se como artistas por suas produções nesse cenário que, por volta de 2005, estava aparecendo na mídia e na vida cultural da cidade (SILVEIRA, 2012).

Baseado em Armando Silva, Silveira (2012) ressalta as sete valências que definiriam o graffiti: marginalidade, anonimato, espontaneidade, cenificação, precariedade, velocidade e fugacidade. A marginalidade, o anonimato e a espontaneidade seriam elementos pré-operativos que vêm antes do registro. A marginalidade um posicionamento que não se identifica com os circuitos e instâncias oficiais; o anonimato refere-se a reserva que se pretende em relação à autoria; e a espontaneidade é uma condição psicológica em que o grafiteiro adquire para desenvolver sua prática.

A cenificação, a precariedade e a velocidade podem ser vistas como operativas, por estarem no âmbito material de realização dos textos. A cenificação está relacionada a cores, materiais selecionados e o local, ou seja, o cenário, no qual irá ser realizado o graffiti. A velocidade diz respeito ao tempo do trabalho: quanto mais rápido for o desenvolvimento, mais meritório. A precariedade significa falar nos custos para a realização do graffiti, isto é, o baixo custo em relação aos materiais necessários para a sua feitura. A fugacidade “[...] seria uma valência pós-operativa, por remeter o analista à consideração das instâncias de controle e censura (policiamento e limpeza, por exemplo) das expressões mais radicais” (SILVEIRA, 2012, p. 21). Para entender o graffiti, não basta analisar apenas a textualidade, mas analisar as

outras dimensões que ali se apresentam como o material, a situação, a performance, a maneira como o graffiti foi idealizado e suas condições para realização.

A partir da segunda guerra mundial, foram produzidos os primeiros materiais em aerossol. Na rua, o principal material para a pintura é o spray, introduzido, no Brasil, em 1950. O spray substitui antigos materiais, o qual possibilita maior liberdade de movimentos e mais velocidade, inclusive proporcionou mais velocidade no registro dos muros para as palavras que eram gritadas em protestos. Primeiramente, os grafiteiros compravam spray em ferragens de Porto Alegre. Há pouco tempo, nesta cidade, havia duas lojas especializadas em artigos para a produção de graffiti: uma delas ficava na Avenida Azenha e a outra na Rua Lopo Gonçalves, esta chamada Donuts Shop, em que funcionou de 2010 a 2015.

Após o encerramento das atividades da Donuts – loja especializada em venda de spray e tintas – seu ex-diretor fez um movimento para trazer uma loja de maior proporção voltada ao segmento do graffiti. A Graffshop, localizava-se no bairro Bom Fim, qualificava-se como um local de encontro e vendas de artigos para artistas urbanos. Os donos do estabelecimento são paulistas e têm uma importadora e distribuidora, exclusiva no país, da marca de sprays Montana, uma das marcas mais utilizadas no mundo. Na Graffshop, podem ser encontrados produtos para a arte de rua (marcadores, acessórios, spray, etc.), bem como produtos de vestuário. Neste local, são realizados exposições e encontros, também. Primeiramente, essa marca era uma loja virtual. Contudo, a loja física foi inaugurada em Porto Alegre, em abril de 2016 (PUJOL, 2016). Ela atende a diferentes públicos e os grafiteiros que a frequentam compram as tintas tanto para consumo nas ruas quanto para seus trabalhos comerciais. Em setembro de 2017, colocaram um anúncio no Instagram da loja, afirmando que as vendas seriam apenas on-line.

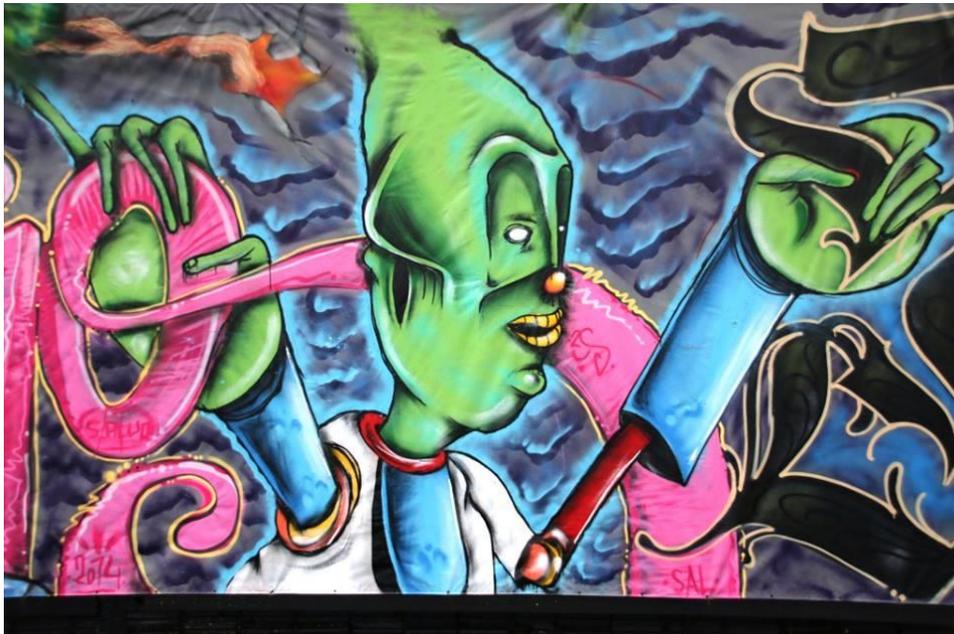
Para a maioria dos grafiteiros entrevistados nesta tese, no início de suas atividades utilizavam “o rolinho”, por ser mais barato e viável quando queriam sair para pintar; algumas vezes compravam spray em ferragens; depois apareceram diferentes marcas e materiais especializados em graffiti. Conforme pesquisavam, realizavam oficinas e aprendiam uns com os outros, tomavam conhecimento dos diferentes bicos para spray, assim permitindo inúmeros traços que poderiam ser realizados com esses materiais. Começaram a acessar diferentes marcas de spray, inclusive importadas que, também, potencializaram seus trabalhos.

Para que um grafiteiro tenha destaque em sua atividade, segundo as conversas com os artistas participantes dessa pesquisa, é importante que vivencie a rua e pinte muito. Para eles, o grafiteiro deve possuir uma regularidade nas grafitagens. Dizem, também, que o reconhecimento virá pelo seu trabalho na rua e é pela repetição que se trará confiança,

segurança no traço e mais visibilidade como aponta Benedito Calixto “[...] *ter bastante trampo na cidade e um trabalho de qualidade, né*”. Outro ponto, apresentado por eles, é a importância dos grafiteiros de destaque não serem competitivos ao extremo. Pontuam a necessidade de ter mais realizações e falar menos, ter humildade, preocupando-se com o material que utilizam, com o intuito de buscar qualidade em seu trabalho. Pintar em eventos, estar na rua, podendo acontecer o que sugere Anita Malfatti: “[...] *daqui a pouco alguém vê o teu trabalho na rua, gosta e te chama, então, uma coisa alimenta a outra*”.

O graffiti, com o tempo e com o material adequado, ganha destaque e aperfeiçoamento. Os artistas começam a desenvolver marcas que são *tags*, personagens, mensagens ou desenhos. Alguns levam essas marcas, inclusive, a seus trabalhos profissionais sem ficar somente como registro nas ruas. Apresenta-se, a seguir, uma imagem representativa dos trabalhos de alguns dos grafiteiros participantes da pesquisa, para ilustrar a identidade almejada as suas artes. Benedito Calixto tem um personagem como marca e diz “[...] na verdade não é um personagem, é como se eu criasse uma espécie assim”

Figura 1 – Desenho 1



Fonte: (FACEBOOK, 2015a)

Iberê Camargo tem como desenho um pássaro, como pode ser visto na figura abaixo:

Figura 2 – Desenho 2



Fonte: (FACEBOOK, 2017a)

Para Di Cavalcanti, mesmo que alguns artistas tenham um desenho comum, todos têm seu estilo, seu traço, sua maneira de fazer, obtendo uma marca. Ele pinta pessoas negras, rostos “[...] *faço rostos bem coloridos, assim pra misturar a pessoa com a arte, com a cor*”. Também, grafita de improviso, salientando que não se prende a um estilo. Com sua arte, busca passar valores, utilizando os rostos negros, considerando isso como algo que pode fazer as pessoas pensarem, levando em conta o fato desse desenho não ser muito utilizado nos meios de comunicação em geral. Então, ele pinta na parede, e se uma criança passar e falar “olha ali o personagem dele”, se sente contemplado.

Figura 3 – Desenho 3



Fonte: (FACEBOOK, 2017b)

Arcangelo Ianelli tem como marca os triângulos. Desenho que ele desenvolveu ao longo de seus estudos, buscando um traço original para sua marca:

Figura 4 – Desenho 4



Fonte: (FACEBOOK, 2015b)

O grafiteiro Candido Portinari apresenta dificuldade em definir sua marca, pois a mensagem que ele gosta de deixar nas ruas outras pessoas fazem, mas constata que, em Porto Alegre, é ele quem mais escreve “+ amor”. Salienta que: “[...] *acho que aqui só minha assinatura é minha*”. Aborda, na entrevista, que traz para seus traços influências de outras culturas, outras referências, colocando-se como artista antes de ser grafiteiro; salienta, também, que desenhava antes de ir às ruas.

Figura 5 – Desenho 5



Fonte: (FACEBOOK, 2017c)

Antônio Parreiras considera sua marca o desenho da formiga. Explica: “[...] *eu desenhava bastante formiga uma época, hoje em dia, não tenho feito, mas acho que a marca seria desenho de formiga*”.

Figura 6 – Desenho 6



Fonte: (FACEBOOK, 2015c)

Abigail de Andrade tem como inspiração o universo feminino com suas bonecas. Assim, argumenta: “[...] *no meu trabalho bem, especificamente, eu falo muito do universo feminino, do poder do feminino, né. Os meus personagens são, sobretudo, mulheres e eu fico transitando nesse universo das figuras femininas*”.

Figura 7 – Desenho 7



Fonte: (FACEBOOK, 2016a)

Anita Malfatti considera que ainda não definiu uma marca, “[...] *eu queria ter, mas acho que eu não tenho. Eu faço bastante passarinho, mas ele não é sempre igual. Faço bastante florzinha e boto folhinha no meu... parece matisse. Mas eu gostaria de ter uma marca, mas ainda não desenvolvi*”.

Figura 8 – Desenho 8



Fonte: (FACEBOOK, 2015d)

Na maioria dos casos, quando olham para os trabalhos dos artistas entrevistados desenvolvidos na rua ou em outro suporte, consegue-se identificar o estilo e relacionar ao artista. Podemos verificar seus trabalhos em diferentes bairros da cidade. Eles espalham suas marcas em variadas áreas e diversos suportes pelas ruas e pelos ambientes privados, alguns transitórios, outros com uma permanência mais longa como os produzidos nos ambientes fechados.

É importante, nessa trajetória, o aperfeiçoamento das técnicas para aprender o senso estético do graffiti, saber trabalhar com diferentes materiais, manusear bem o spray e fazer diferentes traços; com isso, mostram sua habilidade em ser grafiteiro. Na oficina de graffiti a qual a pesquisadora participou, um dos ministrantes observou que um grafiteiro renomado tinha sido questionado sobre o que precisava fazer para ser um bom grafiteiro e em sua resposta salientou que o capricho é fundamental. O ministrante concorda e está empenhando-se nesse sentido. Muitos grafiteiros têm ansiedade em acabar logo um desenho, mas, em sua opinião, é necessário ver bem a junção das cores, desenhar devagar e cuidando os detalhes. Um princípio para que isso ocorra é o treino, por isso incentivou os participantes a praticarem mais, pois muitos não prosseguem o aprendizado.

Cada grafiteiro deseja criar uma marca que produza uma identidade diferente de outro grafiteiro. Essa marca pode ser produzida em torno da coragem, ousadia, cores e espaços utilizados na grafiteagem pela inspiração do momento ou a criatividade que se expande do

persistente treino e do trabalho. Alguns grafiteiros começam a desenhar em cadernos e bancos escolares, diante das aulas desinteressantes da escola. As histórias do início do caminho como grafiteiros têm, para muitos, algo como uma inspiração que vem desde criança por gostar de desenhar.

Anita Malfatti diz ser comum no graffiti, ter seus caderninhos, mesmo antes de fazer propriamente graffiti, “[...] *era um passatempo, o ônibus tava demorado, ou ia na casa dos amigos, tava meio largada sem fazer nada, ficava desenhando*”. Relata que tem interesse em oficinas. No final de 2002, surgiu uma oficina de graffiti na Casa de Cultura Mario Quintana, em Porto Alegre (RS). Contudo, entende que não é só fazer uma oficina para se considerar uma grafiteira, é preciso ir para a rua. Era frequentadora da Avenida Osvaldo Aranha (localizada em Porto Alegre, RS), onde ela diz que “*tinha uns agitos lá*”, pois se tratava de um local de reunião de jovens onde conheceu um grafiteiro com quem começou a sair para pintar. Depois foi descobrindo outras pessoas e, com o tempo, pintava sozinha na rua.

Abigail de Andrade começou a se interessar por arte urbana por influência de um colega de faculdade que abriu a primeira galeria voltada à cultura urbana na cidade. Ela fazia *fanzine* e os dois aproximaram-se por conta disso. Abigail de Andrade já desenhava. Ela conta que não levava a sério. Aos vinte e um anos, quando entrou na faculdade, começou a estagiar no site experimental da própria universidade, exercia atividades como fotógrafa, e, depois, como ilustradora. Como consequência, por meio de seu desenho, empenhou-se a procurar outros veículos, mesmo que os trabalhos fossem de graça, aceitava para montar um portfólio de ilustração. Abigail de Andrade relata que um dia: “[...] *fui pra São Paulo com o portfólio embaixo do braço lá, no prédio da Abril, bati de porta em porta e, aí, comecei a trabalhar com isso, comecei a ganhar dinheiro de fato com o desenho*”.

Paralelo a isso, seu colega de faculdade, quando fez a exposição de abertura de sua galeria, convidou Abigail de Andrade para expor. Naquele local, conheceu os grafiteiros da cidade como Trampo, Matheus Grimm e outros grafiteiros, de São Paulo, que vieram para a abertura, como Flip, Nunca e Não. Isso foi inspirador para a artista. Ela experimentou um novo suporte, “[...] *até que um belo dia saí, fui pra rua sozinha e comecei a pintar na rua sozinha, botei um potinho de tinta e uns pinceis na mochila, e um dia saí pintando e assim comecei com o graffiti. Só pintando de pincel, eu pinteí muitos anos só de pincel*”.

Para o grafiteiro Di Cavalcanti, uma oficina foi importante em sua inserção no graffiti. Em um verão, em Arroio do Sal, litoral do Rio Grande do Sul, aconteceu essa oficina cujo objetivo foi pintar a pista de skate da cidade. Di Cavalcanti participou da oficina e disse ser essa a inspiração inicial para a sua entrada no graffiti. Para dar continuidade à sua prática, foi

fundamental a convivência com um amigo. Di Cavalcanti, diferentemente de Abigail de Andrade, iniciou no graffiti por influência de um amigo de infância. Esse amigo desenhava, tinha dinheiro para o material e convidava Di Cavalcanti para sair. Ele já gostava de desenhar e ter alguém próximo que motivasse, foi inspirador: “[...] *bah! O cara mora na rua e é grafiteiro*”. Prossegue dizendo, “[...] *dali, já deu aquela questão do resgate, né. Aí, dali ele pegou e ensinou a gente e começou em 2003, e nunca mais parei*”. Consequentemente, abriram-se caminhos e foi chamado para pintar em “[...] *comunidade, onde era mais fácil de pintar, onde mais precisa*”. Faz questão de dizer que não começou pichando, já que é filho adotivo e por conta de sua educação tem responsabilidades pelos seus atos, preocupado em não decepcionar. Salienta que, algumas vezes, já pichou, mas iniciou com a oficina.

Para Arcangelo Ianelli, sua primeira inspiração, no graffiti, foi a Feira do Livro, onde comprou uma revista que tinha um DVD sobre graffiti, “[...] *daí ali eu conheci a coisa, sabe*”. O assunto foi o grafiteiro Binho, de São Paulo, um dos mais antigos do Brasil. Para Arcangelo Ianelli, quem não conhece Binho Ribeiro não sabe o que é graffiti, “[...] *ele que fez muitos começarem, porque ele desenvolvia atividades como revista, DVD, tipo marca de roupa, sei lá, rede de lojas. Aí ele tinha várias lojas que os caras representavam*”. Arcangelo Ianelli conta que “[...] *por muito tempo, ficou naquela coisa de experimentação, assim, 2006, comecei nos cadernos, 2007, comecei a fazer algo pelos muros assim, fiz muito pouco, lá no Cristal (cidade onde morava)*”. Ele gostava de pintar nas cidades por onde circulava, comenta que não achava “graça” pintar em Cristal. Outro grafiteiro que é inspiração para ele é Zezão, originário de São Paulo, mas de reconhecimento internacional.

Iberê Camargo, ao contar de seu início, salienta a liberdade que a arte inspira, “[...] *desde a primeira vez que eu fiz, foi amor à primeira vista*”. Ele andava de skate com um grupo de amigos e, num determinado dia, assistiram a um filme em que apareciam várias imagens de pichações, graffitis, e “[...] *a gurizada ali andando de skate, uma loucurada e aquilo ali era uma cena, era um submundo americano, assim, e eu ‘bah! Olha ali, os graffiti, olha ali’*”. Constata que começou a sair para pintar por influência dos amigos, por andarem de skate juntos, “[...] *vamos fazer um graffiti ali no terreno baldio*”. As entrevistas mostram as variadas inspirações que querem expressar ao ilustrar seu início na arte do graffiti, contudo, a importância de seus pares traz um contorno definitivo no impulso dessa caminhada.

O graffiti é uma atividade que requer prática, é no fazer que se aprende a manusear o spray, descobrindo-se, assim, os contornos, os sombreamentos, as sobreposições. No contexto do graffiti, existe a nova escola e a velha escola, servindo de modelo para os novatos. Essa convivência estabelece um status de respeito adquirido pela experiência, prática e

reconhecimento dos trabalhos realizados. De uma certa forma, a velha escola é um espelho no qual se querem ver refletidos. Muitos “colam” nos grafiteiros mais experientes.

Um dos grafiteiros entrevistados aqui deu um exemplo de como ele fez para aprender com os mais antigos grafiteiros da cidade. Candido Portinari passava bastante tempo em um coletivo, fazia muitas perguntas, trocava muitas ideias. Desse contato, rendeu um trabalho como auxiliar em um dos trabalhos do coletivo que foi de grande porte. Estas experiências são importantes aos grafiteiros aprendizes, porque além de aprenderem a atividade, aprendem valores e habilidades. Com isso, também, passam a ver o que as vertentes do graffiti podem render como trabalho remunerado. Vendo outros grafiteiros tratar com clientes e negociar, eles começam a considerar possível essa perspectiva.

O graffiti faz parte da paisagem urbana das grandes cidades, em Porto Alegre, não é diferente. Ao mesmo tempo, o graffiti é intitulado de poluente, associado ao sujo e ao crime, ainda hoje. Por outro lado, há um grande interesse em sua produção artística. O graffiti é fascinante, principalmente, para as camadas mais jovens que o veem como um canal de expressão e sociabilidade, algo diferente com o qual podem expressar o que pensam, sair com os amigos onde quiserem, ouvindo o que gostam, curtindo as companhias e os percursos.

O graffiti é como um vício que proporciona algumas sensações. Esse vício está inclinado a criar dependência por conta daquilo que proporciona, levando a sentirem alegrias, satisfações momentâneas. Torna-se um vício, porque não se quer perder esses instantes de alegria, adrenalina. As tensões que são geradas pelo ato transgressor trazem mais vontade de repeti-lo. Além de ter o gosto do proibido pelas emoções que atravessam, é, também, um momento de fazer algo produtivo, de se ver em um lugar ou vários lugares, dando um sentido de se reconhecer na cidade, de pertencer por meio de sua marca, algo que é só seu. Toda vez que tomam gosto pela emoção, mais querem experimentá-la. Contudo, para alguns sustentarem o vício, aceitam trabalhos em troca de tintas. Candido Portinari relatou que o seu maior gasto mensal é em materiais para pintar.

Outro elemento, presente no contexto do graffiti, é a atitude relacionada à denúncia da política e da exclusão social, envolvendo comprometimento com a “questão social”, isso proporciona ao grafiteiro importância perante o grupo. A atitude é demonstrada pela relação estabelecida com os meios de comunicação, distanciando o graffiti da pichação, pela realização de oficinas com jovens e crianças com poucas condições (GONÇALVES, 2006).

2.2 ESTÉTICA E POLÍTICA

Nos anos 1980, o graffiti fazia-se presente na América Central, em consequência das lutas da libertação, em países como Colômbia, Peru e Equador, junto com movimentos políticos e universitários. Buscavam-se novas respostas, “[...] nascendo um ‘movimento’ plástico-conjuntural, entre diversas razões sociais, políticas e contraideológicas que coincidiam em um lugar comum” (SILVA, 2001, p. 04), trazendo ao graffiti o que o autor chama de afeto social, ou seja, não focar apenas na palavra, mas na arte, na figura, na estética.

O graffiti não estava presente na América Latina como nos Estados Unidos e Paris, onde os grafiteiros comercializavam seus trabalhos com maior interesse. Em países como Brasil e Colômbia, o graffiti foi explorado por segmentos da música e da moda. Em cidades como Bogotá, em 1988, ocorreram concursos de graffiti. Silva (2001) vê isso como uma forma de desvirtuar a lógica vista em suas escritas. Em São Paulo, no ano de 1990, foram espalhados convites para uma grande reunião com a intenção de criar um “sindicato de grafiteiros”. Trabalhadores, universitários, pessoas de rua, de raiz popular formavam um grupo de “trabalho pela cidade”, desenvolviam pintura de mural, música para recuperar espaços. Deste movimento cujo nome foi Projeto Passagem da Consolação, a prefeitura concedeu o túnel da Av. Paulista com a rua da Consolação para fins artísticos.

Essas imagens urbanas que, originalmente, vieram como forma de contestação, eram estudadas como “imagem de simples registro”. Contudo, ao perceber as características inerentes à expressão destes registros, “[...] já se estava definindo não só o grafite, mas outros tipos de imagens que por oposição a este, no que diz respeito à intenção social comunicativa, vão afirmar-se como de outra natureza” (SILVA, 2001, p. 06). Segundo Armando Silva (2001), o graffiti subverte uma ordem, seja ela social, cultural, linguística ou moral, mostrando o que é proibido socialmente através da escrita, escrevem o proibido e dizem o que eticamente não se pode dizer, trazendo um rompimento estético.

É importante salientar as características do graffiti, em oposição às legendas políticas ou publicitárias que são impressas e “bem” pintadas, caracterizando o graffiti como manual e espontâneo. Canclini (2000) cita Armando Silva para mostrar sua classificação de evolução do graffiti, associada a três cidades com três etapas principais. No maio de 68, em Paris, as palavras iam de encontro à ordem vigente. Eram utópicas, portanto, seus fins eram macropolíticos. Já, em Nova Iorque, o graffiti, concentrado em bairros periféricos e em metros, de fins micropolíticos em que os códigos eram incompreensíveis para muitos cidadãos, buscando delimitar espaços e recuperar territórios. Na América Latina, as duas

modalidades citadas estavam presentes, contudo, as mudanças que vem ocorrendo na sociedade como desordem urbana, enfraquecimento das instituições públicas, desencanto utópico trariam características diferentes ao graffiti, tornando-o debochado e cínico.

Canclini (2000, p. 336) refere-se ao graffiti da seguinte forma: “[...] uma escritura territorial da cidade, destinada a afirmar a presença até a posse sobre um bairro”. As disputas por espaço ficam visíveis por intermédio de marcas próprias e pelas intervenções que alguns grafiteiros fazem no graffiti do outro. Seus pensamentos, suas referências, seus posicionamentos e suas estéticas demonstram o que o grupo é, o que querem mostrar. Sem nenhum circuito comercial ou da mídia para expressarem seus ideais, o graffiti é um caminho de afirmar seu estilo. O graffiti é uma forma de afirmar a presença naquele lugar.

Canclini (2000) mostra como procuravam construir objetos puros que pensavam a cultura e a arte. Os tradicionalistas idealizavam culturas nacionais e populares puras, autênticas, afastando-se de experiências da industrialização, massificação urbana e influências estrangeiras. Os mobilizadores “[...] conceberam uma arte pela arte, um saber pelo saber, sem fronteiras territoriais [...]” (CANCLINI, 2000, p. 21). O artesanato e as obras de arte deveriam ser distribuídos em lugares opostos, em feiras e locais populares ou em museus e bienais, respectivamente. A arte não é só a sua esfera estética, mas é preciso pensar as intersecções dos profissionais que estão envolvidos nestes universos como os jornalistas, os críticos, os historiadores, os museógrafos, os colecionadores, os especuladores. A ordem do desenvolvimento moderno é transgredida pela vida urbana, porque nela os interesses cruzam-se, os mercantis perpassam os históricos, os estéticos e os comunicacionais. Nos museus, os objetos históricos ficam parados no tempo, já os monumentos em plena interação com a realidade urbana possibilitam que a memória interaja com a mudança.

Canclini (2000) diz que os heróis estão em interação e revitalizam-se, seja com a propaganda seja com o trânsito presentes nas lutas dos movimentos sociais sobreviventes a eles. Eles, felizmente, estão expostos a intervenções de graffiti e dos movimentos sociais, pois os inserem na vida contemporânea por meio das “irreverências” dos cidadãos. Há algumas linguagens que representam as principais forças que atuam na cidade, sendo estas: cartazes comerciais, manifestações sociais e políticas, monumentos e graffiti. Os monumentos têm relação com a exaltação de pessoas e acontecimentos importantes do estado. Os cartazes comerciais tentam relacionar a vida cotidiana aos interesses econômicos. Os graffiti “[...] como os cartazes e os atos políticos da oposição expressam a crítica popular à ordem imposta” (CANCLINI, 2000, p. 302).

O popular não se dá a priori. Ele constrói-se por estratégias com os próprios envolvidos e com os estudiosos expondo a cultura popular ao museu, à academia ou a outros setores como a mídia, por exemplo. É possível abolir a distância entre artistas e expectadores? Canclini (2000) argumenta sobre a hibridização intercultural. O autor busca pensar as manifestações que estão entre o culto e o popular. As mudanças ocorridas no âmbito cultural, influenciadas pelas tecnologias e mudanças na circulação e produção simbólica, não foram influenciadas somente pelos meios comunicacionais. Esses processos, vinculados ao crescimento urbano, levaram a pensar que a cidade seria a unidade que daria coerência aos estudos.

Os monumentos convivem com as transformações da cidade, competindo com os fenômenos transitórios que fazem parte dela como a publicidade, o graffiti e as manifestações políticas. A hibridação, que perpassam os monumentos, consiste, frequentemente, na apresentação de estilos, de referenciais de períodos históricos e artísticos variados, interagindo “[...] com o crescimento urbano, a publicidade, os grafites e os movimentos sociais modernos” (CANCLINI, 2000, p. 300). O autor observa que o desenvolvimento moderno procurou colocar as coisas e os signos em locais específicos, como, por exemplo, “[...] as mercadorias de uso atual nas lojas, os objetos do passado em museus de história, os que pretendem valer por seu sentido estético em museus de arte”. (CANCLINI, 2000, p. 300).

Canclini (2000) vê que a identidade histórica está ficando sufocada pela quantidade de propaganda e graffiti espalhados na cidade que, por vezes, ocultam os monumentos. A propaganda traz a novidade. Porém, para alguns autores, os monumentos não conseguem expressar como a cidade move-se.

Canclini (2000) compara graffiti e quadrinhos, definindo-os como gêneros híbridos, porque estão na intersecção “[...] do visual com o literário, o culto e o popular, aproximam o artesanal da produção industrial e da circulação massiva” (CANCLINI, 2000, p. 336). Assim sendo, o graffiti e a publicidade estão em oposição, dizendo por um lado que o graffiti possui um potencial ideológico e transgressor, indo de encontro ao estabelecido. Por outro lado, a publicidade está vinculada ao consumo. Sua intenção comunicativa está de acordo com o social, o político ou o econômico. Pensando nessa relação do graffiti com a cidade, será que se vive sempre no presente a partir da constante resignificação dos lugares? O passado e o futuro têm espaço?

Em seu artigo *El arte urbano y la producción de sentidos políticos juveniles* (A arte urbana e a produção de sentidos políticos juvenis, em tradução livre), Uribe (2011) relembra que a imagem do graffiti foi modificando-se ao longo do tempo e que, nos anos 1960, era

visto como ilegal, sem respeito por normas de urbanidade. As imagens foram modificadas, parcialmente, por alterações estéticas e técnicas assumidas e por normas presentes no espaço público. Sendo efêmera de essência, essa arte é consumida no momento em que é feita. Por isso, é um fenômeno transitório, um de seus objetivos consiste em modificar a paisagem na qual se insere.

Canclini (2000) observa o graffiti de forma sincrética e transcultural. Em alguns graffitis, as palavras e as imagens mesclam-se de estilo descontínuo, um aglomerado em uma parede de vários graffitis, comparado a um vídeo clipe. Outros graffitis buscam a estratégia da mescla da linguagem popular e da universitária. O graffiti traz, de forma marginal, efêmera, novas relações entre o público e o privado que estão entre o cotidiano e a política. O modo dos circuitos simbólicos apresentarem-se levam a repensar os vínculos entre cultura e poder. As mediações, as buscas de gerir conflitos acarretam um espaço em destaque às relações culturais em paralelo ao desenvolvimento político. Como diz Canclini (2000, p. 349), “[...] quando não conseguimos mudar o governante, nós o satirizamos”. Um dos exemplos em que isso pode ser visto é pelo graffiti. O graffiti pode ser carregado de ironia marcando sua posição com palavras e figuras que pode conter em si mensagens diversas, inclusive, mostrando opiniões sobre os governantes e o contexto no qual está inserido.

Decorrido alguns anos após o seu nascimento, o graffiti alçou uma maturidade, emergindo de um período de transgressões mais vazias. Com isso, contribuiu à sociedade positivamente, através dessa arte que, muitas vezes, apresenta mensagens políticas (CAMPOS, 2007). Souza (2013) escreve que o viés público do graffiti é o que o impulsiona. E se depender, exclusivamente, da mediação da administração pública e dos proprietários dos suportes acabará por enfraquecer. A cultura do graffiti, independente da forma na qual se apresenta (em galeria, museu, projeto social, texto de lei, etc.), é alimentada por sua raiz desviante.

O graffiti transmite o interesse político, ao questionar o que vê ao redor, mesmo que não utilize os meios tradicionais. Não se argumenta em graffiti político, mas o ato de pintar uma parede, a postura assumida neste momento, pontua-se como representativa disso, uma forma de transgredir as normas. Dessa forma:

No aspiran a cambiar el mundo por médio del arte urbano puesto que su aspiración política es diferente: controvertir las percepciones socialmente insituidas, cambiar la aparência de la ciudad, incitar uma reflexión, burlar las normas, cuestionar la situación presente, escandalizar (GERMANI, 2011, p. 10).

A política para os artistas não é algo tão explícito, mas está de alguma forma presente em suas atitudes nas ruas. Não é uma atitude transformadora, mas assume uma ação alternativa, uma vontade de se fazer ver, de estar presente e mostrar sua arte como forma de expressar-se. Em algumas argumentações dos grafiteiros entrevistados nesta pesquisa, pode-se perceber essa vontade. Para Arcangelo Ianelli, o conteúdo político do graffiti irá depender da vertente em que o artista se posiciona. Cita o trabalho do grafiteiro Crânio e d’Os Gêmeos, de São Paulo, que fazem um personagem com traços nordestinos e o primeiro desenvolve “[...] *assim uma raça que é a raça dos amarelos*”. Um índio azul saltando da parede. O contexto em que o índio está inserido é urbano. Já Crânio “[...] *pinta o índio com caixinhas de Mac lance, índios dormindo na rua, então, é muito impactante e muito político, sabe*”. Para Arcangelo Ianelli, essa não era a intenção do artista, mas seu trabalho adquiriu essa proporção. O potencial político é frisado por ele, mesmo aos iniciantes na prática, considerado um ato de rebeldia, um ato político, “[...] *é tipo um contestar, mostrar que tu tá ali, sabe. É uma maneira que ele achou de dedicar um tempo que podia tá pensando merda, assaltando alguém, não, ele foca em outra coisa, acho que é tipo isso assim*”. Para Arcangelo Ianelli, a arte mostra um caminho criativo, de não permanecer na “mesmice”, mas tornar a vida produtiva.

Candido Portinari aponta o graffiti como uma manifestação social mais do que política e a pichação, sim, seria, um movimento político, em sua opinião. Cita como exemplo de resgate, por sua iniciação na arte, já que o influenciou positivamente, “[...] *já fiz muita coisa que eu considero ruim, pelo jeito como eu era*”. Considera-se em processo de construção. Em alguns casos, a abordagem do graffiti “[...] *tem a temática do protesto, mesmo que minha mensagem não seja agressiva, ela é um protesto. Nem todo o grito precisa ser de raiva*”. Antônio Parreiras tem uma visão do papel do graffiti em consonância com a de Candido Portinari, pois vê mais o lado social do que o político e pensa que a pichação está ligada, primeiramente, à ideia de protesto. Considera que o graffiti tem um espaço nas brechas da educação e da política, levando trabalho social às vilas e comunidades. Para ele, a época de contestação do graffiti permaneceria no início de sua história.

Outro personagem desta pesquisa, a grafiteira Tarsila do Amaral considera que o graffiti tem um papel político. Para ela, grafitar é compartilhar e isso já é um ato político, “[...] *ali, tu provoca questionamentos, recebe críticas e elogios, seja representando uma palavra, um personagem, colando um lambe ou sticker*”. Tarsila do Amaral salienta que o graffiti precisa avançar muito, bem como a arte em geral, no país, pois falta interesse pela cultura por parte da nova geração. Pontua que as escolas precisariam desenvolver esse gosto

nos jovens. A arte não é só ter aulas de desenho na escola, “[...] *como se a arte fosse e coubesse apenas numa folha de ofício branca e ali tivesse que nascer uma figura realista*”. Em sua opinião, não é só o belo que é arte, é preciso trabalhar o olhar e a crítica sobre a arte nos alunos. Considera, com isso, que muitos não compreendem que “[...] *o graffiti é um modo de se fazer política, arte e poesia. É como uma corrente gigante de geração para geração*”.

O olhar de Abigail de Andrade sobre o papel político do graffiti é o seguinte: “[...] *eu acho que tem sim, no começo acho que tinha um viés bem político com aquelas palavras de ordem, “abaixo a ditadura”, pichação, né, mas eu acho que começa assim com os estêncis, movimento punk, acho que sim, com um viés político bem forte. Quando começa a entrar mais essa coisa dos personagens, dos desenhos, das letras, e lá em Nova Iorque com as letras, pinturas do trem, acho que apesar de ser uma coisa do movimento jovem, desprezioso, de simplesmente pintar e ainda assim com um viés político. Porque tudo que se faz é política e quando tá se manifestando num ambiente público tu tá te colocando politicamente. Seja tipo foda-se vou pintar aqui. Não me importo o que vocês acham. Isto tu já tá te posicionando politicamente né, não partidariamente, nem nada disso, mas tu tá te colocando no ambiente né, no ambiente social, no ambiente da cidade, te representando, tá dando voz pra aquilo né, ou seja, pra tua arte, ou seja, pra um discurso*”.

Nesse sentido, Anita Malfatti diz que, no início da história do graffiti havia questões políticas mais ligadas à pichação com a intenção de protestar. Agora o graffiti tem várias vertentes. Já Benedito Calixto vê o graffiti ligado ao que o artista quer passar, e muitos deles têm potenciais políticos.

Para alguns dos grafiteiros entrevistados nesta pesquisa, a pichação aparece como diferencial pela atitude dos pichadores, por serem mais agressivos e passarem uma mensagem mais politizada. A pichação envolve a atitude de ir além do limite para deixar sua marca, alcançar lugares improváveis. Para Iberê Camargo, isso é um diferencial. Ele considera o pichador mais corajoso nesse sentido, mas pontua que tanto grafiteiro como pichador usam a mesma ferramenta. O que é de entendimento é que os dois usam a cidade; materiais comuns, interferem na paisagem, são espontâneos, efêmeros, gratuitos, tem uma origem comum. Contudo, o graffiti foi desenvolvendo uma estética própria e estilos de letras e desenhos, personagens para passar sua mensagem. Alguns grafiteiros saem para rua mantendo a ideia original que é deixar sua assinatura por várias partes da cidade. A pichação, todavia, está para a escrita, sem desenho, nem combinação de cores.

A relação entre graffiti e política para os grafiteiros foi sendo construída ao longo de suas vivências. Produzem e revelam formas de fazer política por intermédio de suas relações,

influências da mídia, dos pares, por exemplo, e das formas que vão apropriando e redefinindo seus valores e, também, na relação com o mercado. Percebem algumas prioridades que definem posições e atitudes diante de seu contexto social. As influências que trouxeram com as revistas, com os filmes, com as fotos, com os pares são articuladas, reelaboradas para a realidade em que vivem. A cultura apresenta-se mediadora na forma de fazer política não convencional, em uma luta exploradora de traços com suas mensagens implícitas ou explícitas e sua estética específica.

A atuação dos grafiteiros nas ruas tem conotação política, porque o graffiti é transgressor, democrático é uma expressão genuína daquele que está atuando na cidade. Inclusive o local escolhido para grafitar também traz essa conotação, pois muitos optam por locais escondidos, abandonados, chamando a atenção para esses espaços. De forma que a cultura mexe com a realidade social e existe gostem ou não, ela não pede autorização, ela faz-se presente. A política aparece, também, quando esses jovens transcendem às regras, violam a opressão existente na sociedade que hierarquiza e limita, muitas vezes, na forma da lei.

O graffiti é acessível, não distingue valores, cores, classes. Aqueles grafiteiros que estão envolvidos com a profissionalização do graffiti e não fazem trabalhos sociais regularmente, percebem o cunho político e social do graffiti como algo distante, como algo que ficou no passado. Já para aqueles envolvidos constantemente com trabalhos sociais, percebem o papel social e o papel político do graffiti como característico dessa atividade e como resgate de valores, sendo a estética uma característica do graffiti em que a política e ela caminham juntas para posicionarem-se no espaço público.

O trabalho dos jovens grafiteiros é visto por alguns como vandalismo, alienação, vadiagem, gerando tensão entre as visões sobre esses grafiteiros. A partir dos estilos que recriam, visual ou comportamental, redimensionam e redirecionam a forma de fazer política, nesse caso, mais presente na esfera cultural. A estética baliza, ao longo do percurso do graffiti e dos grafiteiros, sua atitude política e procuram elementos que tenham a ver com seu estilo de vida. Fazem arte, graffiti, tentando mudar o “mundo” e as suas vidas ao seu modo com uma forma alternativa de arte e de forma a inserir esta arte no mundo do trabalho com as experiências que trazem dos movimentos urbanos, da rua e de outras influências que construíram como grafiteiros e como trabalhadores, fabricando pontes e fazendo mediações.

O graffiti, ao longo de sua história, abriu seu espaço, envolvido em tensões e negociações. Inicialmente, ocupava um espaço nos guetos distante de locais mais centrais. Ele era visto de forma marginal por seus praticantes bem como pela população. Com o seu desenvolvimento, essa atividade foi expandindo-se para locais mais variados como bairros,

idades, países. Assim, adquiriu-se, além do espaço periférico, uma posição mais central das grandes cidades na vida urbana. Ainda hoje, estas tensões e negociações estão presentes, modificam-se ao longo do tempo, tendo seus praticantes desenvoltura para lidar com essas questões e trazer consigo uma visão ampla do social.

A visibilidade é central no graffiti, sendo uma de suas motivações. Com isso, sua mensagem, por vezes, não fica clara, apesar de alguns artistas priorizarem as mensagens políticas. Levando em conta a importância da visibilidade, duas estratégias são perseguidas pelos grafiteiros: a quantidade e a qualidade. A quantidade estará presente quando o grafiteiro estiver com seus graffitis por toda a cidade e, com certeza, ela será maior quanto mais espalhá-los por todos os cantos do mundo, como muitos grafiteiros fazem, principalmente, participando de encontros de graffiti e cultura de rua. E a qualidade está junto da quantidade, porque quanto mais praticarem, melhor será o aprimoramento da técnica e da estética (CAMPOS, 2007).

A rua é um espaço de afetos, amizades, pertencimentos, grupos, conflitos, negociações. Os grafiteiros não deixam de vivenciá-la como uma forma de reverência por aquilo que acreditam ter conquistado por meio de suas vivências neste espaço. Na rua, o graffiti mesmo realizado individualmente, têm intervenções, comentários, é quase um movimento coletivo em que podem aprimorar seu potencial político. Já no pós-graffiti, a criação é mais individual com os trabalhos nas telas ou no computador. Contudo, o pós-graffiti não contempla as interferências das ruas. No graffiti, prevalece a estética do improvisado. A expressão plástica dos grafiteiros, por mensagens, através de frases ou desenhos, consciente ou inconscientemente estão ressignificando espaços pelos quais se expressam nas ruas. Imprimir algo, escrever, desenhar é comunicar, expressar. Está ali, mesmo que seu criador não esteja abrindo para novos sentidos e significados a partir do olhar do observador.

2.3 DISCUSSÕES E INTERPRETAÇÕES

O entendimento, sobre o que é graffiti não é consensual, mas está relacionado ao contexto social, histórico ou científico de quem o define. O interesse, em relação ao graffiti, cresce em proporção ao crescimento do próprio fenômeno. Várias áreas do conhecimento estudam o assunto. Sua linguagem está presente nas ruas tornando um problema social. A definição do graffiti é complexa, em decorrência das diversas áreas que estudam esse fenômeno, bem como, pelas ideias que as pessoas têm desta atividade (CAMPOS, 2007).

Os praticantes do graffiti também o definem de diversas formas, caracterizando-o como um fenômeno em constante mudança. Alguns artistas passam por certa ambiguidade e mutação, pois em um momento estão no auge e em outro são esquecidos. Isso dificulta possíveis definições, porque não há certeza absoluta em relação a ele. Para as pessoas que não são praticantes do graffiti, o termo graffiti tem a ver com as inscrições realizadas nos espaços urbanos, em suportes variados como muros, paredes, mobiliários produzidos com instrumentos variados, principalmente, com o spray.

Para muitos, graffiti são inscrições não autorizadas e poluentes dos espaços urbanos, sendo que as instâncias públicas ou privadas precisam investir tempo e dinheiro para apagar esses atos. Já para outros, o graffiti é uma forma de arte, uma forma de reivindicação política ou ideológica, de liberdade e de cidadania (CAMPOS, 2007).

Para ilustrar o olhar dos próprios grafiteiros sobre o graffiti, traz-se algumas reflexões dos artistas entrevistados nesta pesquisa. Ressalva Antônio Parreiras que o graffiti é uma forma de expressão, um registro em lugares por onde passou e deixou registrado algo daquele momento. Quando ele passar ali novamente, trará aquelas lembranças e sua expressão. Para Almeida Junior, “[...] *graffiti é o ato de sair pra rua e rabiscar, marcar o mobiliário urbano, independente do tipo de intervenção, quando está na rua, pode ser chamado de graffiti*”. Di Cavalcanti considera o graffiti “[...] *a voz do povo. Eu consigo mostrar o que eu quero mostrar, que um jovem de periferia, que um jovem de comunidade, ele pode alcançar diversas coisas com o que ele quer, com o que ele insiste. Então, para mim o graffiti é um resgate de autoestima, de resgate social, de uma ferramenta de construir um cidadão, pra mim é isso*”.

Arcangelo Ianelli afirma, tecnicamente, que o graffiti é uma manifestação em que pode ser utilizado o spray ou não, sendo sua realização obrigatoriamente na rua de forma ilegal, pois, para o entrevistado, “graffiti autorizado não existe”. Explica que as técnicas do graffiti podem ser realizadas em outros suportes, mas o graffiti em sua essência é feito na rua. Salienta que “[...] *no dia que autorizarem, meio que tá autorizado, mas no dia que autorizar total, não sei se vai existir, mas vai perder a coisa assim sabe*”.

Iberê Camargo vê o graffiti como uma forma de expressão pura, pois é gratuito, estando na rua qualquer pessoa, independente de classe ou crenças, pode ver a mensagem e interpretar, inclusive de diferentes maneiras. Defende que o graffiti é “pra rua, da rua”. Acrescenta que “[...] *nunca vai existir graffiti dentro duma galeria, no meu conceito, acho que nunca, porque o graffiti ele é a rua, então pode ter uma obra de um grafiteiro dentro da galeria, mas nunca um graffiti*”.

Candido Portinari, por seu turno, afirma que “[...] *o graffiti pra mim é uma cultura e eu tô inserido dentro dessa cultura, que eu aprendi vivendo. Tem que entrar dentro da cultura, tem a sua história, dos primeiros que começaram, dos que começaram riscando nos anos 60. Depois, a galera melhorando o desenho, criando um estilo próprio do graffiti. E o que se tornou, espalhando pras outras pessoas, pras outras cidades. Isso é uma história da cultura. As pessoas que fizeram parte disso, os ícones disso, as referências disso, só que a atitude permanece praticamente a mesma. De pegar suas tintas e ir pra rua pintar. Independente de autorização. Independente de técnica. Independente de qualidade. É você ter vontade e ir pra rua pintar. Isso pra mim é o graffiti. Você conhecer outras pessoas que pintam, que fazem mesmo, te ajuda muito nisso*”. Para alguns grafiteiros entrevistados neste trabalho, o graffiti afirma-se e define-se por suas vivências, seu envolvimento com a arte, sua visão sobre as coisas que os circundam.

Para Campos (2007), há uma sobreposição de ideias, no graffiti, que seriam arte e criminalidade. Essa relação interage, mas bifurcam-se dependendo do objetivo de seus praticantes. A ilegalidade vira elemento de transgressão e subversão. Entretanto, a legalidade é sinônimo de atividade artística. Para o graffiti ilegal, a preocupação da qualidade do desenho não é prioridade, e sim uma afronta aos poderes e às convenções. Já o graffiti legal tem preocupação em qualificar o traçado, o produto final. Na história do graffiti, muitos estudiosos inseriram-no na *street art* (arte de rua, em tradução livre) por sua dimensão artística e por sua força na proposta estética. Para o autor, o graffiti teria inaugurado uma forma de comunicação artística nas ruas, trazendo uma democratização dessa proposta estética.

O graffiti, de certo modo, é pioneiro nas manifestações artísticas de rua. Está entre diferentes expressões visuais oriundas de origem comum. O graffiti simbolicamente assume posição central entre outras manifestações desse campo como *stickers*, *posters* ou *stencils*. Elas são realizadas, inclusive, por grafiteiros exploradores de outras linguagens.

O graffiti relaciona-se à cultura urbana e à linguagem juvenil encontradas na noite, no lazer, na música, no *streetwear* (moda de rua, em tradução livre), no skate. O graffiti também se caracteriza por sua transitoriedade. Algumas obras só são configuradas através de uma máquina fotográfica que possibilita salvar o trabalho realizado. É a partir desse suporte que a forma do graffiti será perpetuada e permitirá ao trabalho visibilidade, inclusive, em outros lugares (CAMPOS, 2007).

Esta visão do graffiti é construída pela transfiguração a qual ele passa, formando representações em torno desta atividade tanto por seus membros quanto pela comunidade em

geral. Para os grafiteiros, é positivo, porque, em torno deles, a noção de identidade parece ser mais flexível, podendo ser visto como um artista, um marginal, um trabalhador ou um vagabundo. Isso leva a uma alternância entre os discursos de diferentes instâncias que versam e distinguem arte de crime.

As descrições, em relação aos grafiteiros, estiveram permeadas dessa dualidade, entre uma faceta obscura e/ou aceitável, marginal, ilegal, transgressora a uma faceta legal, moderna, construtiva. Para muitos, os grafiteiros caracterizam-se como marginais ou artistas, dependendo da forma como se expressam na cidade. Eles possuem noção dessa dualidade e exploram de forma consciente essa passagem por esses polos.

O graffiti produzido com consentimento não traz consigo um elemento que sempre foi associado a si mesmo, a transgressão. Para Campos (2007), o graffiti, dessa forma, configura-se como um exercício artístico, um mural. Há quem não utilize a expressão graffiti nesse tipo de trabalho. Algumas pessoas consideram-no como muralismo e defendem ideia de ser uma obra durável. Na transgressão, essa durabilidade escapa, o mais importante é o momento, é o lúdico.

Esse movimento do graffiti mais artístico aparece ao longo de sua história. Poucos anos após seu nascimento, os grafiteiros “[...] utilizavam as telas como suporte para trabalhos realizados com as técnicas e os instrumentos convencionais do graffiti” (CAMPOS, 2007, p. 317-318). Souza (2013) escreve que alguns grafiteiros se submetem aos mecanismos de “domesticação” da atividade apontados como leis, projetos sociais e espaço pertencentes às artes plásticas. Outros grafiteiros não se relacionam a esses mecanismos. Mesmo desvinculado do estigma de atividade desviante, essencialmente e originalmente, o graffiti sempre foi transgressor por ser produzido sem a mediação da administração pública, sociedade civil organizada ou do mundo oficial das artes plásticas. Eles possuem diversos posicionamentos políticos.

Arthur Hunold Lara (1996) percebeu, nos anos 1990, a institucionalização do graffiti, movimento inicialmente apresentado como alternativo. Essa faceta “diferente” do graffiti ainda está presente como mais uma de suas ambiguidades. Mesmo no pós-graffiti, seus clientes incorporam-no como algo alternativo e personalizado. Lara (1996) salienta a característica de ser uma arte sempre em movimento.

Os murais complexos são fundamentais ao aprimoramento dos grafiteiros de manuseio de utensílios, eles constroem um trabalho personalizado e coerente. O graffiti caracterizado de arte é parcialmente aceito, tratado como arte menor, principalmente, por sua nebulosa relação com a pichação. Para os participantes deste movimento, não é relevante traçar uma distinção

entre graffiti e pichação. O graffiti reflete uma multiculturalidade de estilos, sendo apresentado pela mídia como um só. Todavia, há diferentes grupos de expressões e posturas distintas. Na oficina que a autora deste trabalho participou, um grafiteiro comentou que o graffiti abarca várias “tribos”. Ao longo de sua história, o graffiti reivindica espaço nos mais variados locais em sua luta por reconhecimento.

Silveira (2012) cita John Downing, que caracteriza o graffiti por sua dimensão contra-hegemônica. Reforça que nessa busca pela conceituação do graffiti podem aparecer alguns traços a serem comparados à visão de algumas mídias impressas da cidade de Porto Alegre, associando à contravenção, à criminalidade ou ao vandalismo, algumas vezes, e, também, em oposição, à política e ao contracultural. Outra tensão, em torno do graffiti, é a questão de sua inserção no campo artístico. E não há um consenso quanto a isso, mesmo entre as concepções teóricas e entre aqueles que difundem o assunto nos meios de comunicação.

Para Silveira (2012), em relação a algumas publicações das mídias impressas, o graffiti é relacionado ao campo do artístico e ao que ele chama de trabalho de recuperação, uma forma de saída dos jovens do vandalismo, do perigo da rua. Poderiam com ele fazer parte do embelezamento da cidade remetendo a uma atitude cidadã. A expansão do graffiti apresenta-se na forma de cooptação ou justaposição de outras linguagens e pelo fato de estar além das ruas, circulando por museus, agências de publicidade num diálogo com o poder público.

Ao longo do tempo, o graffiti surge como apropriação indevida dos espaços públicos e privados, visto como algo culturalmente desviante, bem como, na lei. Esta percepção social é amenizada devido a sua inserção ao mundo das artes plásticas com importantes mediadores, caracterizando-se como atividade artística. Em 2011, o graffiti deixa de ser crime. A lei ambiental nº 9.605 de 1998, de esfera federal, não fazia distinção entre graffiti e pichação, inclusive estabelecia a mesma penalidade a ambos (BRASIL, 1998).

No entanto, esta é modificada em maio de 2011 pela lei federal nº 12.408 (BRASIL, 2011), que altera o Art. 65 da lei nº 9.605 (BRASIL, 1998). Esta lei descriminaliza o ato de grafitar e também versa sobre a proibição da venda de tintas em embalagem aerossol para menores de dezoito anos. Para Souza (2013), a descriminalização do graffiti, sua assimilação ao ramo das artes plásticas, sua inclusão à pintura pós-moderna, distancia-o da pichação na opinião pública, adquirindo um status de arte. Portanto, o graffiti não pertence, dessa forma, a ideia de poluição e comportamento desviante, sendo absorvido com valorização e repercussão positivas.

Os grafiteiros apontam o graffiti como uma manifestação oriunda, exclusivamente, ao espaço público. Na Europa, o tratamento dado ao graffiti como “arte de rua” é diferente, por exemplo. Naquele continente, o termo está ligado a modalidades das artes plásticas. O graffiti vincula-se a técnicas de pintura como desenhos com giz de cera, estênceis, adesivos, esculturas. No Brasil, a “arte de rua” é utilizada, também, para referir-se às atividades dos grafiteiros e às atividades dos artistas mambembes que desenvolvem suas práticas a céu aberto nos centros urbanos (caricaturistas, mágicos, humoristas e outros).

A aproximação do graffiti ao campo das artes plásticas, ao mercado de arte, trouxe um novo estatuto aos grafiteiros, indo além dos circuitos marginais. No início, as produções de avaliação e apreciação realizavam-se em torno de um grupo específico entre os pares. Com a transposição ao circuito das artes, houve uma maior articulação do que somente ao campo da subcultura. A aprovação e o reconhecimento de fora trarão elementos novos ao graffiti. Essa avaliação externa abre espaço a eles, conseqüentemente, cresce o interesse por parte de críticos de arte, artistas e outros, trazendo ao graffiti um valor estético e cultural (CAMPOS, 2007). O graffiti está em evidência neste início de século. Todavia, Souza (2013) afirma que muitos críticos de arte o veem como marginal no espaço das artes plásticas.

Sua transição é evidente nos suportes utilizados na sua produção, deslocando-se do espaço público a ambientes privados como roupas, propagandas, telas. Quando a sua estética está situada no espaço público, é considerado o verdadeiro graffiti, porém quando está presente em um suporte privado é classificado como *street art*, “[...] para que seu sentido atinja a plenitude no interior do ‘mundo oficial das artes plásticas’” (SOUZA, 2013, p. 88). Ferro (2010) salienta que há conflito entre grafiteiros que pintam apenas nas ruas e aqueles que comercializam seus produtos. Os mais ortodoxos poderiam utilizar como slogan “graffiti pelo graffiti”, sendo constante o debate da comercialização dos produtos oriundos dessa prática.

Com a popularidade do graffiti, surgiram inúmeros sites que difundem as ideias dos grafiteiros, páginas próprias ou de simpatizantes e interessados sobre a temática em torno do graffiti. Para esse trabalho, algumas entrevistas foram retiradas destas páginas e do YouTube. Durante este processo, destaca-se a visão de grafiteiros sobre a cidade e a forma como pensam modificar esse espaço. Em um desses momentos, um grafiteiro questiona e responde ao mesmo tempo sua inquietação “[...] porque a cidade precisa disso? Porque se você não usar a cidade ela vai te usar, acho que tem muito disso” (YOUTUBE, 2009). “O graffiti é um meio de comunicação, estamos dando cultura de graça para as pessoas” (SUBSOLO ART, 2011).

Em outro momento, outro grafiteiro expressa os lugares da cidade onde começou a pintar, primeiro como pichador, um meio de protesto, utilizando o spray e o espaço público:

As paredes de bancos e muros de empresas foram os alvos das minhas pichações. Às vezes, reagia dessa maneira quando lia uma notícia no jornal comentando sobre uma empresa que demitiu um número de empregados ou então não pagou os salários. E se torna uma denúncia. Não tenho espaço na mídia para poder estar fazendo esses protestos. Os espaços públicos são os meios que utilizo para expressar o meu sentimento e a minha visão (BLOG A ARTE NA RUA, 2009).

A cidade é caótica. O graffiti colocaria um colorido na paisagem, mas sem esquecer o elemento de protesto, em alguns casos. O graffiti não é homogêneo, cada artista colore a cidade com inspirações e emoções particulares e usam técnicas diferentes para essa prática.

O ser grafiteiro vincula-se ao imaginário da rua, da transgressão, da liberdade, da criatividade, sendo diretamente relacionado à reflexão feita sobre o graffiti. A seguir, serão apresentados alguns trechos das entrevistas realizadas para essa pesquisa que refletem sobre “ser grafiteiro”.

Di Cavalcanti: “[...] *ser grafiteiro têm várias coisas pra mim, porque o graffiti tem diversos segmentos, não é só do movimento hip hop. Eu faço graffiti do movimento hip hop, no caso atuo pelas causas sociais e também pelo lado artístico, de poder expor o que eu quero, toda a minha revolta ou, no caso, coisas que eu penso no dia a dia, do meu senso crítico, político e social*”.

Arcangelo Ianelli: “*Bah não sei, pensar, é muitas coisas, entre elas é tipo um ativismo, tipo uma guerra poética assim. É testar os limites da sociedade, tipo se um lugar é proibido, vou dar um jeito de fazer, e quando eles enxergarem, eles nem sabem como surgiu, porque é proibido e ninguém poderia fazer, mas alguém fez. É tipo uma guerra nesse sentido sabe. É um jogo de lógicas assim*”.

Pedro Américo: “*Desafiante e libertário*”.

Iberê Camargo: “*É difícil. Ser grafiteiro é bom, pelo lado tipo assim, às vezes, tu tá com uma carga de energia tu vai pintar passou. A arte ela te ensina, ela te equilibra muito, é o lado bom da coisa. Mas, tudo tem o lado bom e ruim né. O lado ruim que eu vejo, às vezes, tu tá pintando assim num final de semana um muro impróprio, assim ou abandonado, depredado e sempre vem alguém pra se encarnar, tipo guarda municipal, polícia. No meu ver eu fico tapado de nojo, assim bem na palavra, porque tem um monte de coisa irregular na cidade e eles estão proibindo graffiti, tipo, tem que deixar pintar, a galera pintar*”.

Almeida Junior: *“É um cotidiano complexo, pois o graffiti em si é a parte mais legal, o difícil é saber o que fazer quando não está grafitando. Pesquisa e muita dedicação é muito importante para ter um histórico bem-sucedido”.*

Tarsila do Amaral: *“Uma forma de manifestar arte, política, poesia, imagem. Demarcar território de maneira que este trabalho realizado comunique algo para com o público. Realizo personagens que não os defino em gênero, apenas criaturas que pinto compondo com elas algum cenário surreal e/ou unindo com palavras soltas, frases que fazem algum sentido pessoal, ironias ou poesias”.*

Antônio Parreiras: *“Eu acho que o mais importante disso, assim, o estilo de vida mais urbano né, tá mais na rua, conviver com vários tipos de pessoas diferentes, seria a principal característica.*

Abigail de Andrade: *“É sair pra rua e pintar, sobretudo, independente de poder ou não poder, de poder ganhar dinheiro ou de não ganhar, pegar a tinta que tu tiver e se não tiver tinta, não sei, é ir pra rua e pintar sem compromisso, sem cobranças, sem expectativa. Acho que é uma coisa assim livre, solta, ilegal né, embora acho que as pessoas já aceitem mais a coisa do graffiti. É simplesmente tu olhar pra uma parede e ‘eu quero ver meu desenho aqui’, e ir lá e fazer. Acho que é mais ou menos isso”.*

Anita Malfatti: *“Eu acho até que de repente eu sou assim, quando eu saio na rua porque eu gosto assim, é o que eu mais gosto é sair pra pintar livremente, mas eu sei que daí uns vão falar “ah não essa daí é comercial, vendida, não sei que”. É por causa que é dos meios, de repente tu não, que nem tô te falando, se eu chegar pra alguém que fez I.A (Instituto de Artes) e falar que as coisas do brick são arte, pras pessoas que fizeram I.A. as coisas do brick não são arte, sei lá se é ou não é. Daqui a pouco tu chega pros caras mais assim radical do graffiti vão dizer que eu não sou, porque vendo meu trabalho, então como a gente não pode agradar todo mundo, eu vou atrás de agradar a mim, porque eu adoraria só pintar na rua, só que nem tu viu eu tenho trinta e um anos e eu moro com meus pais, então porque eu vou ir atrás de uma profissão que não tem nada a ver com que eu faço pra não ser comercial. Eu aproveito pra vender também as coisas e o que todos esses anos eu vim aperfeiçoando. Então, não faria sentido né”.*

A adrenalina que expressam ao segurar o spray, assinar, fazer um desenho, deixar sua marca pelos lugares por onde passam e transgredir regras é visível. A liberdade é a sensação de produzir uma arte na qual muitas pessoas possam apreciar a liberdade de criação e a inspiração no momento da prática, de poder passar uma mensagem da qual acreditam ser libertadora e de respeito. Significa o desejo de fazer e poder sair e pintar, com a finalidade de

exercitar a criatividade e, também, participar da cena, pertencer a um grupo, um modo de ser jovem e de construir vivências.

A definição do graffiti permeia o imaginário daqueles que não são tão atentos às nuances que diferenciam o graffiti da pichação. Suas fronteiras são escorregadias, porque o espaço onde é realizado e os materiais utilizados são compatíveis. A atitude inicial também pode coincidir, ou seja, sair para a rua e “riscar”. Para o grafiteiro Candido Portinari, o que diferencia graffiti e pichação é a estética. A pichação é uma estética brasileira. A diferença estaria na identidade visual, a forma de desenhar a letra. Arcangelo Ianelli, em sua explicação sobre o graffiti, disse que este é uma arte caligráfica e tem diferentes letras e a pichação diferencia-se pelo formato da letra reta.

A ambiguidade que acompanha o graffiti entre arte e crime, mesmo após ele ser descriminalizado pela lei ambiental, tem a ver com a “preocupação” apresentada por alguns dos grafiteiros entrevistados. Com a expansão do graffiti, os órgãos públicos viram a possibilidade de utilizá-lo como ferramenta de cidadania, com o objetivo de resgatar os jovens envolvidos com a criminalidade ou jovens em escolas, o diferenciando da pichação, inclusive, na lei.

O graffiti e sua relação com as novas tecnologias e registros midiáticos transformaram-no ao longo de sua trajetória. Todas essas relações mantidas pelo graffiti e os caminhos permeado é denominado de pós-graffiti. Esse “novo graffiti” havia sido problematizado por Nestor Canclini (2000), que percebe o graffiti como linguagens de forças atuantes na cidade onde perpassa a vida urbana e as mídias, um gênero impuro, de princípio sincrético e transcultural.

Segundo Gonçalves, “[...] o grafite urbano define-se como uma forma de expressão fortemente identificada com os jovens e com a vida urbana contemporânea [...]” (GONÇALVES, 2006, p. 117). Os ensinamentos do graffiti são passados por prática e, por exemplo, interagindo com a lógica da socialização e sociabilidade envolvidas na questão do pertencimento a essa tribo juvenil. Atualmente, o graffiti está ligado a um discurso de conscientização dos jovens por meio da arte (SOUZA, 2013). Os grafiteiros de Porto Alegre, como atividade de inclusão, também ministram oficinas em presídios, na FASE e em outros espaços.

O graffiti não pode ser visto somente pela dimensão da poluição visual. Para Silveira (2012), isto acarreta uma questão de ambiguidade presente nas visões sobre o graffiti. Nem o graffiti nem a pichação são os únicos elementos que trariam uma poluição à paisagem urbana, teriam outros fatores como lixos, anúncios publicitários, etc. O que lhes interessa é ocupar o

espaço, serem vistos. Há um embate político pela ocupação do espaço público, as propagandas e os anúncios comerciais impõem e ocupam alguns espaços grafitáveis da cidade. Portanto, essas práticas tornar-se-iam vazias, taxadas como poluição visual. Os graffiti mostram algo a mais, falam sobre seus praticantes, sobre seus estilos e sobre regras de ocupação dos espaços.

O graffiti vive permanentes oscilações entre a administração pública, vivendo entre elogios espontâneos em contraposição à execração, repúdio ao que seria uma violação a propriedade privada. Silveira (2012) acrescenta outras oscilações como o reconhecimento do mercado das artes, em contrapartida a visão de que o graffiti é uma prática criminosa. Por conta dessas características, o graffiti apresenta-se como volátil,

[...] em uma mutação permanente, que irá caracterizar-se, em linhas gerais – seja em que suporte for, a serviço dessa ou daquela intenção, filiando-se explicitamente ou não com a cultura hip hop –, pelo maior ou menor anonimato de seus praticantes, pela maior ou menor marginalidade, pela vocação à visibilidade na metrópole, à efemeridade, à visualidade, à experimentação e à refuncionalização inventiva dos instrumentos técnicos à disposição (SILVEIRA, 2012, p. 160).

Estes elementos perpassam a prática do graffiti e seus frutos, muitos destes aparecendo de formas variadas e algumas inusitadas. Muitos grafiteiros chamam atenção por seus trabalhos serem inusitados, elaborados de forma irônica, naquilo que expandem e mobilizam diversos dispositivos e aparatos tecnomidiáticos para sua produção. Com isso, buscam ocupar novos espaços. Neste sentido, Silveira (2012) afirma que o graffiti expande-se ao rural, ao subterrâneo das cidades, em diferentes locais, suportes, superfícies sonoras e visíveis. Com esses usos e práticas, o graffiti reinventa-se, priorizando os recursos midiáticos e outros meios para divulgar seus trabalhos.

Onde está o graffiti? Na rua. Os grafiteiros, quando se expressam, fazem questão de pontuar esta ideia. Muitas vezes, eles afirmam que as pessoas confundem ou nem mesmo sabem que o graffiti dentro de galeria – autorizado – não existe. Porém, em sinal de rebeldia, por vezes, não corrigem e não expressavam sua ideia. Como forma de ilustrar o pensamento dos grafiteiros entrevistados, expressões foram retiradas das conversas e da bibliografia consultada em torno do que é graffiti: rascar, necessidade, vício, democrático, descomprometido, gratuito, transgressão, ilegal, arte, autoestima, cidadania, liberdade, não autorizado, rua, expressão, identidade de grupo, contestação, pintar por gosto e inquietações próprias, assinaturas. Pintar significa liberdade, ter momentos livres, é uma forma de subverter o que está dado, a realidade, porque não é a regra. Pintar nas ruas está fora das

regras, das normas. Na rua, há outras interpretações, interferências, também, transgressoras, porque “violam” os significados. É a expressão da pessoa, mas que pode ser ouvida e vista por muitos.

Esta cultura apresenta como atributos a sociabilidade e a possibilidade de expressar-se independente de normas. Expressão visual em que fala de si, usando sua marca e pode ser ouvido pelos outros quando alguém se identifica com o exposto. A legalidade, da qual Campos (2007) refere-se, não está presente no graffiti. O graffiti distancia-se do legal e do “normal”. A arte está na inspiração e no treino que os grafiteiros trazem em seus traços e em suas marcas, atribuindo ao ilegal um cunho artístico. No desenho ou na assinatura o motor é o ato de expressar-se, de mostrar-se.

O graffiti, como expressão artística nas ruas, convive com a ilegalidade, com o crime, ele burla o código social por não ser autorizado. Os graffitis estão espalhados por todos os espaços da cidade. Todos esses discursos fazem parte da cidade. O ser grafiteiro conversa com as intempéries da rua e do governo. As pessoas questionam se é legal e o governo reprime com o seu braço policial. Por vezes, polícia e transeuntes admiram e querem saber sobre o trabalho, pois, atualmente, o graffiti é bastante difundido.

Esses fatores enriquecem a vida de artistas/grafiteiros, porque se tornam histórias contadas para ilustrar o seu jeito de ser grafiteiro. Algumas histórias são de indignação e outras de motivação, mas sempre com entusiasmo de ter feito algo diferente, algo motivador. Nisto tudo, aparece, também, a possibilidade de ter um jeito de se portar, um jeito de se vestir, um jeito de se apresentar, um jeito de falar, um jeito de construir suas identificações. Estas possibilidades, estas proibições e estas histórias constroem as identidades do ser grafiteiro.

Os grafiteiros entrevistados são colocados em xeque por alguns artistas e por outros grafiteiros, que não dividem as mesmas aspirações e pontos de vistas. Uns por não fazerem trabalhos comerciais, outros por apresentarem definições diferentes do que significa arte. Os grafiteiros aqui entrevistados transitam entre esses dois mundos, vivem essas ambiguidades no seu cotidiano, cruzam entre a regra e a transgressão e compartilham momentos de liberdade com momentos de cerceamento. Esses espaços criados pelos jovens, onde desenvolvem suas expressões pela criatividade e sociabilidade, são ponto de encontro, de construção de identidades individuais e coletivas, onde há momentos de compartilhamento, mas de competição, também. Por isso, a prática do graffiti é rica, e não se limita ao ilegal e ao vandalismo, pois esta não se identifica apenas dessa forma.

A rua democratiza estas vivências e o graffiti não pode ser reduzido a uma interpretação ou definição apenas, sendo um tema complexo e rico por nele conter todos esses

sentidos e práticas que dependerão do olhar do observador ou de seu praticante. Neste ambiente, os grafiteiros aprendem os contornos dos relacionamentos, da negociação, do compartilhamento, da competição, da autoestima, da territorialidade, do preconceito. Estes jovens querem ser livres o quanto puderem, portanto, nessa prática priorizam esse prazer. Na rua, eles podem encontrar, junto a seus pares, o distanciamento da opressão das regras constantemente aplicadas pelos mais velhos. Sua hibridez, a junção de seus vários elementos e de suas variadas camadas, faz o graffiti perpassar pelo imaginário social com características diversas e discursos variados de admiradores e de não-admiradores ou de seus praticantes.

Neste trabalho, não se percebe o graffiti como descaracterizado. Aqui se entende o graffiti como uma ação transgressora, efêmera. Ao invés de domesticar-se, institucionalizar-se, ele passou por modificações que lhe possibilitaram emergir ao âmbito profissional, dessa forma passou do graffiti ao pós-graffiti. A convivência do graffiti com o pós-graffiti nem sempre se faz sem tensões, por conta de alguns atributos que ambos sustentam, visto como questões não conciliáveis. E apresenta-se como arte ou como crime, como uma manifestação democrática. Cada indivíduo define à sua maneira, cada um com seu olhar, ressaltando a riqueza e complexidade da temática. Não podemos apenas simplificar em dicotomias, pois é de vasto conteúdo e significado.

O graffiti invadiu os diferentes espaços. No entanto, continuamente, constroem-se pontes onde circulam e atravessam observadores variados, tais como artistas, pessoas sem muito conhecimento de arte, crianças, jovens de diferentes grupos, idosos, etc. O graffiti, portanto, faz mediações entre a realidade das cidades e das artes visuais, sendo mediador nestes espaços com suas experiências e suas vivências. Os grafiteiros refletem o imaginário da vida urbana aproximando o que, por algum tempo, não se pensava poder relacionar.

3 GRAFFITI, IDENTIFICAÇÕES PROFISSIONAIS E TRABALHO CRIATIVO

Para maior aproximação com esse universo, a autora participou de algumas oficinas que serão expostas a seguir. Num primeiro momento, com o objetivo de conhecer o Núcleo Urbanóide, um dos grupos de grafiteiros mais conhecidos da cidade, que usa arte pela linguagem do graffiti em alguns de seus trabalhos. A autora participou de uma oficina, em julho de 2014. A oficina foi divulgada através do Facebook. Ela aconteceu na antiga sede do Urbanóide, localizada no bairro Cidade Baixa, em uma rua de fácil acesso. Hoje a sede mudou de local, porém permanece no mesmo bairro.

A oficina aconteceria às 14h. Nesse horário, os participantes estavam praticamente todos lá, apenas uma menina chegou depois da autora, sendo seis mulheres e dois homens. Além da conversa descontraída entre a turma, ouvia-se rap pelo notebook. A fachada da sede é toda grafitada. No ambiente interno, havia duas salas com telas de vários grafiteiros de diferentes lugares do país. Um dos integrantes foi questionado sobre o valor dos quadros, comunicou que não estavam à venda, mas caso alguém se interesse, eles poderiam falar com o grafiteiro que doou a tela. Só estão à venda as telas dos grafiteiros do Núcleo. Eles denominam esse material de acervo.

Um dos grafiteiros ministrante da oficina era o mais falante. Iniciou a oficina comentando rapidamente sobre o começo do Núcleo, criado em 2007 por dois grafiteiros. Alguns iniciaram no graffiti pelo hip hop e outros com a convivência dos amigos do skate. O integrante mais antigo do grupo, em sua formação atual, iniciou em 2009 a convite de um dos fundadores do Núcleo. Os grafiteiros mostraram alguns projetos que desenvolveram, alguns são beneficentes como o que iria acontecer no dia seguinte da oficina na vila Cruzeiro, em Porto Alegre. O evento chamou-se Expoagasalha, que consiste em doar um agasalho para ganhar um desenho dos grafiteiros participantes.

Os integrantes do Núcleo Urbanóide têm projetos sociais onde vão pintar nos presídios do Estado, e um projeto junto a FASE – Fundação de Atendimento Sócio-Educativo do Rio Grande do Sul. Desenvolvem projetos sociais, projetos junto a órgãos governamentais e, também, trabalham com o graffiti comercial, pintando, por exemplo, fachadas de lojas. Um dos grafiteiros salientou que, às vezes, negocia com comerciantes para fazer a fachada de suas lojas, “Quanto tu tem para pagar 100, 200”, negocia ele. O grafiteiro disse entender que é difícil investir em arte, as pessoas têm de comer, viver, dentre outras necessidades e, em último caso, pensam em arte.

Durante a oficina, eles comentaram sobre as tintas que usam, explicando que o grupo é patrocinado pelas Tintas Coral, com isso fazem a base para o desenho. No final da oficina, os grafiteiros ofereceram spray, a venda por 12 reais e tinta látex da marca Coral. Acredita-se que a venda desses produtos auxilia a manutenção do local da sede que é alugada. Comentaram, também, que o Núcleo, em breve, tornar-se-ia uma ONG.

Um dos integrantes do Núcleo incentivou os participantes a continuar pintando e, quem sabe, participar do Núcleo futuramente. Esse primeiro momento, de conversa entre os participantes, foi para conhecer rapidamente a história do Núcleo Urbanóide e qual material seria utilizado para o graffiti. Depois dessa etapa, passou-se para a prática, quando os alunos são incentivados a pintar um muro com spray. Nas ruas próximas à sede do Núcleo, os muros são grafitados, inclusive por outros grafiteiros, mas em um dos muros, os grafiteiros de fora do coletivo já sabem que se fizerem um graffiti ali será “atropelado”, pois um desses muros é reservado às oficinas. A maioria dos participantes da oficina não tinha contato com o spray, apenas um garoto que declarou sair seguidamente para pichar.

Após a aula prática, foi feita uma caminhada pelas ruas, onde estão vários graffitis, e o grupo comentava de quem era, explicando as técnicas que utilizaram para produzir diferentes estilos de traços, formas nos desenhos. Quando se voltou ao Núcleo, mostraram um livro do Basquiat, um dos precursores do graffiti, conversando um pouco sobre o curso de artes visuais.

Num segundo momento, a autora participou de outra oficina, em agosto de 2014, ministrada por um dos mais antigos grafiteiros de Porto Alegre. Fato que serviu de propaganda para convidar o público a participar. Porém, a oficina foi adiada com a justificativa de que não havia atingido o número de participantes. Um e-mail foi enviado comunicando o adiamento, e aos pagantes seria entregue um brinde para compensar o transtorno. A organização da oficina ficou por conta dos grafiteiros do coletivo Paxart. Ela aconteceu na sede do grupo, instalada no bairro Petrópolis, em Porto Alegre. É uma casa branca grande, onde o espaço é compartilhado com outros escritórios.

A oficina aconteceu no pátio, onde há uma espécie de galpão com uma mesa grande onde foram realizados os trabalhos manuais. O muro lateral do pátio de entrada foi pintado por alguns grafiteiros internacionais que passaram por Porto Alegre para um encontro de graffiti mundialmente conhecido chamado *Meeting of Styles* (Encontro de estilos, em tradução livre), onde pintaram o túnel da Conceição do lado direito, sentido bairro-centro.

Ao chegar ao local da oficina perto do horário, não havia ninguém no pátio. No caminho até o supermercado, quando a autora foi buscar água, encontrou o grafiteiro

responsável pela oficina, como ambos já se conheciam, esta disse que iria participar da oficina. Na oficina, estavam presentes um arquiteto, uma tatuadora, formada em Artes Visuais, amiga e colega de trabalho do grafiteiro que ministrou a oficina.

O grafiteiro mostrou alguns trabalhos feitos em serigrafia, alguns cartazes, mostrou outro feito à mão. Disse que imprimiu várias imagens da internet para aprendermos a fazer estêncil. Explicou que não poderiam rasurá-las, pois seriam utilizadas em oficina com crianças. A manhã foi de conversa e realização de desenhos para depois recortar. Na parte da tarde, realizou-se o estêncil com spray. Um dos integrantes da Paxart estava de anfitrião e, algumas vezes, ia ao pátio para saber se se necessitava de algo, mais tarde ela preparou uma mesa com alguns lanches.

Como a oficina aconteceu em dois turnos, manhã e tarde, no horário do almoço foi discutido o que seria feito. O arquiteto tinha compromisso e voltaria depois do almoço. Os demais decidiram procurar um restaurante, o grafiteiro apontou para um localizado na avenida Protásio Alves onde se almoçou. O restaurante é bem simples, com almoço no valor de dez reais. Durante a oficina, o grafiteiro contou alguns fatos que aconteceram em sua trajetória por conta do graffiti e falou sobre sua arte.

Questionado sobre se o que é feito fora da rua, como exposições, trabalhos em arquitetura, é graffiti, ele respondeu que não. Graffiti é feito na rua. Algumas pessoas dizem a ele: “Ah faz um graffiti na minha camiseta” ou “grafitar uma tela”. Ao que ele responde: “Tá errado é uma pintura, mas não é graffiti, é um grafiteiro fazendo uma pintura”. Para ele, “O graffiti é na rua e tem um caráter de transgressão, subversivo”. Comentou das saídas para grafitar sem autorização. É preciso dar razão a quem está fiscalizando, diz ele.

O graffiti levou-o a vários lugares inclusive fora do país. Ele já fez trabalhos fora de Porto Alegre. Comentou a primeira vez que foi ao Rio de Janeiro, uma loja convidou-o para pintar a vitrine, início dos anos 2000, essa atividade acontecia, também, em outras lojas. Era uma loja de tênis, tinha DJ e a vitrine foi pintada com um canetão especial. Comentou com a pessoa que o contratou ser sua primeira vez na cidade, então o contratante ofereceu até o final de semana a diária paga no hotel e dessa forma conheceu o Rio. Assim, acabou o intervalo para almoço da oficina com algumas histórias de Trampo.

Na volta à Paxart, comentou-se sobre os estilos de graffiti, e quando era observado um deles apontava: “isso é *bomb*”, “o vomito é assim”, “Oh esse adesivo quem faz é o ‘fulano’”. Na Avenida Protásio Alves, em Porto Alegre, há muito graffiti e também várias pichações. O grafiteiro ainda grafita nas ruas, mas com menor frequência. Após isso, foi realizada a prática do estêncil. No momento do lanche, a autora perguntou ao grafiteiro quais eram os projetos

dele, em que estava focado no momento. Ele comentou que estava trabalhando como auxiliar de tatuador e, antes, tinha trabalhado dois anos no Projovem, como oficinairo.

Alguns aprendizados com esses eventos foram assimilados, um deles é de que as histórias das ocorrências com a polícia e a guarda enriquecem seus discursos quando se referem as suas experiências com o graffiti. Esta prática transgressora faz mais sentido quando tem essas histórias para contar, contam como se faz para sair dessas “tretas”, outros acabam assinando ocorrência mesmo. Por isso, vários lugares são bons para grafitar; alguns são mais entusiastas de lugares mais abandonados. No entanto, tendo uma parede eles estão prontos a preenchê-la.

Outro ponto aprendido ressaltado por alguns grafiteiros é uma certa “invejinha” que permeia o universo do graffiti, principalmente, entre aqueles que não ganham com trabalhos influenciados pelo graffiti e aqueles que já se profissionalizaram. Alguns grafiteiros profissionalizam-se como tatuadores porque consideram um mercado mais certo, com ganhos mais frequentes. Muitos deles trabalham com órgãos públicos para ter um currículo mais diversificado. Portanto, neste tipo de trabalho o retorno financeiro não é tão privilegiado. Estes grafiteiros entendem que a arte não é uma necessidade do cotidiano das pessoas, portanto, investem em trabalhos variados para diversificar também seus ganhos. A trajetória do graffiti acompanha o percurso desenvolvido pelos grafiteiros, muitos saídos do underground visualizando outros trajetos, pelos quais podem percorrer com novas cores, novos formatos e novas experiências que vão agregando a sua arte.

Após essas incursões, procurou-se direcionar a parte empírica da pesquisa às entrevistas. Com as entrevistas, conseguiu-se extrair dados direcionados ao objetivo da pesquisa. Portanto, é possível obter informações em profundidade sobre um tema específico, sendo assim pontos de interesse aparecem no diálogo entre pesquisadora e pesquisados. Contudo, os entrevistados ficaram livres para trazer novos elementos às conversas. Havia um roteiro para as entrevistas, mas nem sempre era seguido em sua ordem por conta de algumas observações trazidas pelos entrevistados.

Os subsídios teóricos que influenciaram este olhar estão baseados nas bibliografias sobre trabalho para os jovens, economia criativa e identidades. Busca-se compreender as implicações que o pertencimento a uma cultura juvenil tem sobre a escolha profissional desses jovens e como fazem para aperfeiçoar e mostrar seu trabalho, pensando em uma profissão. O graffiti é tanto uma forma de expressão e uma ferramenta de visibilidade que serve de mediação entre os pares e entre os clientes, ou seja, público em geral.

Vem ocorrendo um processo de flexibilização e de surgimento de novas formas de organização do trabalho (em casa, on-line, etc.). É importante discutir, diante desse quadro, quais atribuições os jovens privilegiam e como estão se preparando em relação a esse mercado. As ocupações dos jovens dizem muito sobre eles e sobre a elaboração de suas identificações. O campo artístico como opção de inserção no mercado de trabalho é um campo a ser investigado e explorado.

Em especial, é instigante conhecer como jovens, que percentualmente possuem menos oportunidades de trabalho, enfrentam as dificuldades inerentes a esse segmento e viabilizam uma carreira artística. Os jovens precisam desenvolver várias atividades para permanecer neste nicho, como tarefas não relacionadas com o campo artístico com a finalidade de construir suas redes de trabalho. Estas discussões estão presentes neste capítulo que é organizado em três itens: *Trabalho e expressões jovens*, *Economia criativa* e *Identificações profissionais*.

3.1 TRABALHO E EXPRESSÕES JOVENS

Para muitos jovens brasileiros, o trabalho é parte de suas trajetórias. A condição juvenil está, por vezes, atrelada ao trabalho ou a busca deste, sendo parte constitutiva da juventude (SILVA, 2012). Alguns desses jovens envolvem-se em grupos juvenis e deste envolvimento desperta a vontade, de acordo com seu engajamento, de apropriar-se profissionalmente de atividades que desenvolvem no âmbito de suas sociabilidades. Começam a perceber que é possível adaptarem valores, fazeres e saberes a um trabalho na esfera da cultura. O hip hop é um exemplo disso contemplado em seus quatro elementos. Sendo eles: a dança, *breakdance*, a rima, o MC; o ritmo, o DJ, a arte, o graffiti. São nichos os quais os jovens apropriam-se percebendo que podem ganhar dinheiro nessas esferas.

Simões (2012) conta que o hip hop pode ter nascido no bairro do Bronx, em Nova Iorque, nos anos 1970. Ele se associa à cultura de rua, à juventude urbana com várias expressões visuais como o graffiti, como as expressões sonoras do DJ e do MC e como o movimento gestual da dança *breakdance*, sendo o espaço urbano seu meio de expressão. No início, o hip hop influenciava as juventudes de origem afro-americanas e desprovidas de vários recursos, mas esse quadro se reverteu e essa cultura foi expandindo-se a vários jovens de diferentes camadas sociais, etnias e contextos geográficos. Com o crescimento do hip hop, o mercado absorve esses estilos e abre ao consumo de materiais desse segmento. O graffiti,

expressão visual da cultura de rua, elabora as estampas das artes produzidas em bonés, camisetas, etc.

O mercado logo viu que poderia comercializar os produtos, principalmente, a música rap. Simões (2012) defende que, por questões ideológicas, alguns são avessos à comercialização e à profissionalização de produtos e serviços advindos do hip hop. Esse fato se deve a dois motivos, porque as vertentes do hip hop estão ligadas a rua consideradas atividades informais e, também, seus precursores não cobravam e nem comercializavam suas atividades por entenderem como lúdicas. Alguns praticantes desta cultura não têm pretensão profissional com ela, no entanto, outros já almejam uma forma de ganhar dinheiro com essas práticas.

Para Simões (2012), a escolha por ganhar dinheiro ou não com o hip hop dependerá de como os praticantes dessa cultura a interpretam e a definem. Deste modo, a diferença entre o que se pode chamar de circuito alternativo sem pretensão comercial do que se coloca como mais amplo com cunho comercial vai variar de acordo com a relação do jovem com esta prática desenvolvendo atividades como artista profissional ou participando da cultura como admirador e simpatizante do hip hop. Para o autor, não significa apenas uma divisão de mercados e públicos, nem situaria as características dos produtos dos suportes e ocasiões de divulgação. Essas diferenças situam as formas de apreciação da cultura por seus praticantes (SIMÕES, 2012).

De acordo com Simões (2012), o problema está na diversidade presente na formação do hip hop que em seus circuitos, alternativo e comercial, que inclui tanto artistas amadores como profissionais que são reconhecidos por um público vasto. O problema está, também, na ambivalência dos próprios artistas em participar de diferentes circuitos e da forma como se posicionam diante da possibilidade em obter dinheiro com suas práticas. Este fato é reforçado devido a esses artistas poderem participar dos circuitos em simultâneo. O que o autor procura demonstrar não é apenas que os circuitos são compatíveis, mas o fato de os mesmos artistas transitarem e conciliarem ambos os circuitos mesmo representando realidades diferentes com importância simbólica diferenciada.

Pode ressaltar-se que a discussão da legitimidade dessas práticas corre em separado, até certo ponto, da discussão em relação à viabilidade econômica, entre o que o autor chama de esfera cultural e esfera econômica, pode ter certa autonomia, mesmo que seja relativa. Como ele salienta não é simples essa situação,

Por um lado, porque as fronteiras entre atividades de ‘tempo livre’ e de ‘obrigação’ são difíceis de serem estabelecidas de forma absoluta; por outro, porque as estratégias de profissionalização não se dão de forma linear, mas de forma irregular, ou mesmo sinuosa, com avanços e retrocessos que dificilmente podemos integrar num modelo clássico de compreensão da chamada transição para a vida adulta (SIMÕES, 2012, p. 191).

Para Simões (2012), praticar uma atividade profissional no hip hop leva a questionar algo mais amplo como a autenticidade das práticas geradas. Essa questão entra como problema, sendo a esfera cultural diferente por sua lógica e estrutura da esfera econômica, e, também, por ser exterior ao meio.

Existe por outro lado, uma anterioridade cronológica entre as duas questões: o problema da autenticidade coloca-se no momento em que o meio se abre ao exterior e se reconhece o potencial comercial de um conjunto de práticas até então restritas e sem alcance comercial aparente, ao passo que o problema da profissionalização emerge numa fase posterior de afirmação comercial do hip hop e de formação de um mercado (SIMÕES, 2012, p. 191).

O autor pretende colocar em discussão aquilo que se constituem como práticas de produção e consumo e fazem parte da ludicidade do hip hop com suas normas específicas ao se tornarem práticas profissionais, a partir de regras exteriores ao meio do qual surgiram, preservando sua integridade cultural, ou não, porém, desvirtuar-se-ia e colocar-se-ia em xeque sua autenticidade. No caso do graffiti, sua abertura, ao mercado, tornou possível a profissionalização dos grafiteiros. Com isso, há duas práticas, aquelas que não pedem autorização, mais livres próprias do graffiti, e aquelas autorizadas, tornando-se mais regradas e treinadas, configurando-se distantes das primeiras apesar de carregar traços e elementos do graffiti. Contudo, o graffiti não perde autenticidade, pois alguns grafiteiros saem às ruas para deixar suas assinaturas por onde passam. Por outro lado, alguns se despontam com o graffiti e se alçam à carreira profissional nesse âmbito e, de certa forma, acrescentam ao graffiti novos elementos, porque passam a elaborar identificações variadas para se profissionalizarem.

Segundo Simões (2012), é preciso pensar quando se fala em profissionalização num domínio criativo, o indissociável problema das fronteiras entre o tempo livre e o que é caracterizado por obrigação. Esta fronteira não é tão clara e objetiva, porque estas práticas também configuram um estilo de vida particular, que, por sua vez, está ligado a momentos de lazer e lúdico ou a momentos de dever. Isto não quer dizer que esses momentos sejam impenetráveis, pois é preciso levar em conta que as sociabilidades juvenis associadas a essas práticas podem permear contextos de obrigação. Para tanto, o autor cita a escola presente em seus interstícios aos intervalos das aulas.

Os jovens participantes da cultura hip hop iniciam sua trajetória na escola, por isso alguns integrantes desse grupo são colegas de escola. Portanto, a transição para a profissionalização é pensada quando o período escolar se encerra, em alguns casos. A escolha da profissionalização em uma das vertentes do hip hop dependerá de qual delas o jovem se encontra vinculado e de outros fatores. Na pesquisa realizada por Simões (2012), os entrevistados contaram que não vivem exclusivamente do hip hop. Suas experiências profissionais, neste ramo, estão mais ligadas a um amadorismo do que a uma profissionalização.

A profissionalização no hip hop é encarada pelos jovens como algo não muito viável, sendo quase utópico. Outros jovens que aspiram viver do hip hop admitem fazê-lo em conjunto com outra ocupação. O autor salienta que a profissionalização no hip hop não impede a convivência com outra profissão que lhes permita viver independentes economicamente (SIMÕES, 2012). Nos casos aqui estudados, Abigail de Andrade e Antônio Parreiras, grafiteiros entrevistados para a pesquisa, conseguem conciliar a carreira em instituições públicas com a carreira de artistas. Acreditam ser possível conciliá-las e, também, entendem ser possível viver só de seus trabalhos criativos.

Os trabalhos exercidos institucionalmente são em áreas em que podem desenvolver suas aptidões artísticas, posto que Antônio Parreiras é arquiteto e Abigail de Andrade, cenógrafa. Portanto, seus trabalhos se assemelham de alguma forma. Abigail de Andrade ainda é mais enfática Talvez por conta de ter trabalhos “grandes”, ela chega a pensar em sair do trabalho institucional, em uma emissora de televisão pública, se algo não lhe agrada, como a mudança de governo e suas consequências. Como os trabalhos, no âmbito da economia criativa, não são regulares, é possível conciliar ambos.

As práticas do hip hop estão ligadas a processos próprios de socialização que se distanciam do âmbito mais institucionalizado. Portanto, a aprendizagem se vincula a algo informal, viável na prática e assimilado de forma autodidata. Com isso, sua profissionalização está ligada a imagens alternativas e flexíveis. Esses problemas atingem de forma diferente as vertentes do hip hop, pois elas são relativamente autônomas. Para Simões (2012, p. 198), o graffiti é uma “[...] atividade eminentemente informal (ou mesmo ilegal), sem meios ou circuitos de divulgação e comercialização próprios e constituídos”, continua, “onde o afastamento em relação aos circuitos formais e comerciais é a característica central”.

As estratégias de profissionalização consistem em duas formas. Uma é próxima às artes plásticas, por meio de exposições e comercialização de telas. A outra, advinda de trabalhos por encomendas em espaços de decoração e ambientação.

Simões (2012, p. 203-204) discorre sobre a posição liminar dos artistas

[...] as implicações simbólicas das estratégias de profissionalização da criatividade que relatamos antes são particularmente evidentes nos casos em que estas colocam os seus praticantes numa posição liminar (ou mesmo exterior) em relação ao meio, pondo em causa as fronteiras do mesmo e a própria legitimidade dos primeiros como membros.

O autor considera que há uma interpenetração entre a esfera cultural e econômica que salienta o elemento externo e implica simbolicamente no funcionamento do meio. A comercialização das vertentes do hip hop coloca seus praticantes em situação ambivalente, divididos entre a fidelidade aos princípios do hip hop advindos da rua de forma lúdica e amadora e o do hip hop como negócio, como forma de profissionalização.

Segundo Simões (2012, p. 209), “[...] para além dos problemas ‘integridade artística’ (que assume, como vimos, contornos específicos em cada vertente), a profissionalização é pensada, sobretudo, em termos de plausibilidade”. Com os resultados de sua pesquisa, Simões (2012) constata que, para os entrevistados, viver do hip hop era uma possibilidade remota, mesmo que, algumas vezes, eles recebam pelas práticas dessa cultura. E, em poucos casos, os entrevistados responderam positivamente em relação à possibilidade de profissionalização com as vertentes do hip hop. O amadorismo prevalece entre os praticantes do hip hop, tendo como base uma ideologia do não comercial, as atividades que representariam o hip hop são os circuitos restritos e as atividades alternativas. Como conclusão, o autor salienta: “[...] viver o hip hop parece, pois, sobrepor-se à possibilidade de viver do mesmo, embora, aqui e ali, as duas estratégias possam confluir” (SIMÕES, 2012, p. 209).

Pensando nas expressões jovens e suas vias de profissionalização, a tatuagem é uma área atrativa aos jovens, particularmente aos grafiteiros. Ferreira (2012) escreve sobre a arte de tatuar e enfatiza que a liberalização, valorização e exposição social do corpo na sociedade contemporânea eleva a tatuagem da economia marginal ao mercado do design corporal. Este processo, também, influencia a visão em relação ao tatuador que passa a ser um profissional valorizado inserido no que ele denomina de “novos trabalhadores do estilo”, e a adesão se amplia com o interesse de jovens de diferentes origens sociais e muitos destes já têm preparo na área das artes visuais diferente do que acontecia no passado.

Estes jovens encontram uma forma de ganhar dinheiro como alternativa ao desemprego, ao trabalho desconsolador, podendo assimilar, também, seu estilo de vida com sua identidade profissional. Alguns grafiteiros de Porto Alegre, inclusive alguns dos entrevistados, estão inserindo-se nesse mercado, pois consideram um nicho com mais

possibilidades de ter um meio de sobrevivência mais seguro do que somente viver com o que ganham com os trabalhos de decoração e venda de telas, bem como com as oficinas, que são mais esporádicas. Veem na valorização da tatuagem um caminho fortuito de ganhar dinheiro com sua arte, porque muitos conseguem imprimir seus trabalhos autorais nos corpos de seus clientes.

Podem trazer uma estética diferenciada aos limites das artes convencionais. As redes sociais e as convenções de tatuagem trazem aos tatuadores momentos de partilha, transparência e convívio social, principalmente, entre os mais jovens. Alguns dos mais velhos no ramo têm pouco mais de resistência, reproduzindo o “mundo fechado” da tatuagem de outrora.

O que nos importa compreender não é por que essa ocupação é (ou não) uma verdadeira profissão, como seria a preocupação de uma abordagem funcionalista, pressupondo que para determinada ocupação se tornar uma profissão teria de cumprir um certo núcleo de requisitos atribuídos ao modelo profissional. Recusando a ideia de que existirá uma diferença substancial entre a natureza e os requisitos do trabalho exercido no âmbito de ‘profissões’ e ‘ocupações’ [...] (FERREIRA, 2012, p. 68).

O autor analisa, por um viés mais culturalista e menos normativo, a expansão da tatuagem. Muitos jovens começam a vê-la como uma alternativa possível de ganhar a vida com liberdade de ação e autonomia, incluindo a manutenção de uma imagem visual própria difícil de ser mantida em trabalhos mais institucionalizados. Uma questão que aparece e, muitas vezes, é rechaçada pelos mais antigos na área, é a ideia de que alguns tatuadores iniciantes, deslumbrados com os atrativos da profissão, entram neste mercado sem o preparo necessário em relação à estética, à ética e às técnicas. Muitos destes trabalham de maneira informal e clandestina. Conforme a visão de Ferreira (2012, p. 70-71):

Segundo Abbott, a análise do processo de profissionalização de qualquer ocupação presume a história das condições e consequências da reivindicação e do estabelecimento do poder de jurisdição por parte de um grupo ocupacional específico sobre a sua respectiva área de actividade e de formação ou conhecimento. Isso não apenas ao nível do controle das entradas nessa actividade, mas também ao nível do controle da legitimidade sobre os procedimentos envolvidos, bem como da qualidade dos produtos resultantes da própria actividade.

No âmbito da tatuagem, os meios regulatórios de entrada nesse mercado são precários, inclusive, o poder de jurisdição. Para Ferreira (2012), este mercado, em Portugal, é considerado uma profissão pouco institucionalizada, exercida de forma individualizada e em

pequenos grupos. Sua regulação é exercida pelos pares em sua rede sociabilística, em que eles se reconhecem e se vigiam mutuamente.

Os próprios tatuadores geram regras, normas, responsabilidades, recompensas, etc. Os mais renomados dão o contorno à prática, inclusive, no seu procedimento de higiene, balizando a relação entre tatuador e cliente. O profissionalismo, distanciado do amadorismo, é enfatizado diante desses procedimentos. O reconhecimento do “bom profissional” será ancorado pelos pares, pelos clientes, levando em conta, não só as habilidades estéticas, mas, também, a ética e a técnica. No Brasil, a ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) estabelece algumas maneiras e procedimentos aos estúdios de tatuagem e piercing. Determinadas formas de proceder que são seguidas pelos responsáveis e por aqueles que querem fidelizar o cliente.

Ferreira (2012) compara os tatuadores aos artesãos que aprendem seu ofício, por meio dos olhos e das mãos, seguindo o que seu mestre faz. O tatuador adquire conhecimento de seu ofício por meio da prática, observando o mestre pela experimentação, ou seja, na tentativa e erro, domestica seus traços. Com a criativização da prática de tatuar, muitos surgem da formação das artes visuais e fazem outros trabalhos em conjunto, como o de “[...] tatuador/design gráfico/ilustrador/pintor/estilista...” (FERREIRA, 2012, p. 87).

O tatuador é a pessoa que traduz os desejos de seus clientes, configurando um trabalho de coautoria em que o tatuador procura adequar o seu estilo ao desejo do cliente. Na medida em que são reconhecidos e seu nome adquire mais prestígio, desenvolvem um papel mais ativo e seletivo em relação aos clientes e começam a não aceitar qualquer proposta de trabalho, opinando na parte estética e, também, influenciando na parte financeira do trabalho. Para Ferreira (2012, p. 97),

[...] há uma (suposta) denegação do econômico em nome do profissionalismo de registro autoral e da consequência criatividade das obras, denegação essa, porém, compensada pelo facto de a reputação social do tatuador lhe trazer ganhos acrescidos sobre a remuneração cobrada.

Ferreira (2012) acrescenta que, entre os tatuadores, a característica mais valorizada é saber desenhar atrelada ao esforço repetitivo da prática e, também, ao investimento em pesquisa e certa improvisação. Há uma distinção entre o tatuador artista representante da nova geração do tatuador artesão pertencente à geração anterior. Segundo Ferreira (2012, p. 110-111),

[...] o primeiro, implicado num processo de exploração dos meios disponíveis e, eventualmente, de criação de novos meios; o segundo, interessado em fazer bem, no sentido de reproduzir as convenções históricas do mundo da tatuagem, mais orientado pela dimensão econômica e sujeito ao gosto expectativas depositadas pelo cliente no seu projecto de tatuagem.

A criatividade decorre de um processo colaborativo e performativo em seus ajustes necessários às contingências dos praticantes de tatuagem, em que mobilizam suas competências e negociam, tendo certa margem de liberdade em relação à tatuagem que será realizada, levando em conta os fluxos entre materiais, corpos, ideias e pessoas. Tatuadores/grafiteiros e tatuadores expressam seus sentimentos e sua criatividade nos trabalhos que desenvolvem reconhecendo-se, em muitos deles, principalmente, aqueles em que podem desenvolver trabalhos autorais. Na profissionalização do graffiti, os trabalhos autorais também são bastante valorizados por seus produtores, pois com eles sentem que estão exercendo genuinamente o trabalho artístico.

Dentro dessas expressões jovens, o graffiti adquiriu um valor de mercado, valor esse que se estende a outras vertentes do hip hop, que podem ser vistas através de sua trajetória. Revelam a incorporação de uma cultura de rua, alternativa, popular a um mercado em que se torna um bem de consumo por meio da indústria da música, por exemplo. O rap leva participantes da cultura hip hop à profissionalização, por ter sido assimilado como um negócio lucrativo. Contudo, essa profissionalização não se dá sem conflito de valores, devido ao estatuto que lhe é conferido, oscilando entre a cultura de rua, autêntica e desinteressada a uma vertente da indústria cultural com objetos comercializáveis.

O graffiti passa por estas tensões, levando alguns grafiteiros à disputa de espaços variados dentro de um mercado em movimento. Os jovens grafiteiros, ao se afirmarem em um mercado, tiveram de adaptar atividades realizadas no âmbito do lazer, da rua. Estes artistas desenvolvem um trabalho em suportes e ambientes variados, adaptando as técnicas para poderem consolidar uma profissionalização. Tal como o graffiti é um fenômeno recente, a investidura de grafiteiros no mercado de trabalho, também, é algo novo a ser explorado. Há uma ambivalência nessa relação:

Em primeiro lugar, porque mesmo estando circunscrito ao underground em termos simbólicos, tem-se afirmado também como um negócio e uma oportunidade de carreira, que pode ou não entrar em conflito com uma militância subcultural. Segundo, porque deparamos com uma tendência para o compromisso e a negociação entre a cultura hip-hop e o mainstream representado pelas editoras multinacionais, pelos meios de comunicação de massas e pelas instituições públicas (CAMPOS, 2007, p. 321).

Estas tensões perpassam o campo do graffiti entre o graffiti desinteressado e o “graffiti” profissional como forma de adquirir renda. Esse campo profissional não é tão extenso quanto o campo profissional do rap dentro da indústria cultural. Para Campos (2007), a possibilidade de profissionalização não é pensada seriamente pelos grafiteiros mais jovens, devido à dependência da família e dos estudos, isto não impulsionaria esse desejo. Todavia, há a possibilidade dessa situação alterar-se diante dos percursos dos jovens grafiteiros. Alguns têm propostas profissionais regulares, sendo que, para a maioria, não há regularidade em propostas de trabalho. O trabalho mais realizado são decorações em estabelecimentos públicos e privados.

Para Campos (2007), há duas situações diante de atitudes divergentes em relação a um ganho econômico com o graffiti, uma de semiprofissionalização e outra priorizando a intenção original do graffiti. Poucos grafiteiros têm realmente vocação comercial, o que leva a uma semiprofissionalização mais ou menos assumida. Muitos desejam receber encomendas e estão interessados em vender seu produto e força de trabalho. Por outro lado, outros grafiteiros, talvez, tentam preservar o intuito original do graffiti de transgredir por pouca habilidade técnica, assim como não reconhecem possibilidades de consolidar uma carreira, ou, ao invés disso, priorizam o lazer, o convívio que motiva seu pertencimento.

A maior parte dos trabalhos pode ser definida como bicos mal remunerados, e que, por vezes, os grafiteiros recebem latas de spray em troca do trabalho. Os primeiros trabalhos são para comprar materiais e manter suas práticas ilegais, procurando manter uma prática regular. Os grafiteiros que continuam em atividades irregulares vivem na dependência da família, mesmo assim, se querem manter uma prática intensa, não conseguem e optam por desenvolver formas criativas de subsistência como “bicos”, encomendas, participar de concursos, exposições de arte.

Os trabalhos profissionais são perfeitamente justificáveis, no entanto acarretam pouca legitimidade em termos da subcultura do graffiti. A remuneração seria um desvio diante da arte de rua, visto por alguns como algo com um fim puramente comercial, fugindo aos princípios do graffiti. Esses grafiteiros estariam utilizando as técnicas e suportes do graffiti com um fim meramente financeiro, então, não estaria cumprindo elementos dessa arte que procurou afirmar-se como algo alternativo e transgressor.

Os grafiteiros que se profissionalizam trabalham com atividade comercial, são uma espécie de autônomos no ramo das artes visuais e ilustração, em sua maioria. Podem fazer trabalhos variados para empresas ou para pessoas físicas, como trabalhos em porta de comércio, em que muitos confundem do legítimo graffiti. Outra fonte de trabalho é a oficina.

Em diferentes espaços, eles podem ministrá-las. Algumas são em espaços cedidos, outras são realizadas em parcerias com secretarias de cultura, ONGs, etc. Um trabalho que os grafiteiros podem desenvolver é a organização de eventos e a produção de vídeos, que seria voltado para os próprios grafiteiros ou interessados no graffiti (FERREIRA, 2006). Outro ramo explorado pelos grafiteiros é desenvolver trabalhos com tatuagem, quando trazem seus desenhos e letras estilizadas a este campo e aos interessados.

Os grafiteiros procuram ultrapassar os limites de um escritório e levar seu estilo de vida, superar as regras de horários, hierarquia, uniforme, desfazer as normas e regras que engessam e, muitas vezes, aprisionam a criatividade e a espontaneidade de profissionais cujos empregos são mais formais. Desta forma, levam em conta a particularidade das atividades artísticas ligadas à arte urbana que vive a informalidade e associada à margem de leis trabalhistas e empregos formais. Os grafiteiros podem expor seus trabalhos, também, em galerias, ou realizar exposições em locais variados na cidade como bares, cafeterias, lojas, restaurantes, em especial, em cidades que possuem pouca opção ou nenhuma galeria de arte. Os artistas estão sempre buscando locais nos quais possam divulgar sua arte, uma arte diferenciada com uma proposta estética particular, conhecida como arte de rua ou *street art*.

O trabalho rotineiro e precário os quais são a muitos a opção que encontram no mercado, sem explorarem sua criatividade, considera-se que essas engrenagens acabam amortecendo a força do jovem. Para exemplificar o trabalho para o jovem, Arcangelo Ianelli, um dos grafiteiros entrevistados, citou o filósofo alemão Nietzsche, discutindo a relação dos ativos e reativos, em que um precisa do outro para existir. Os ativos valem mais do que os reativos, pois apresentam ímpeto de realização, um potencial. Os reativos são críticos.

Arcangelo Ianelli acredita que, para as pessoas, trabalhar é ficar em um escritório por horas e depois voltar para casa no final do dia. Para pessoas inclusas nessa rotina, seu trabalho como artista não é bem visto, como ele declara: “*Ah tu é vagabundo, artista, vagabundo*”, e continua, “*É meu trabalho, sabe*”. O patrão limitaria o potencial do jovem, porque exerce tarefas demandadas pelo chefe, “*Tu é uma engrenagem, tu não tem sentimento, não tem nada, só cumpre ordens. Eu não quero mais trabalhar nunca assim como eu trabalhei, aturar frescurinha de funcionariozinho, intriginha*”.

Arcangelo Ianelli tem a visão de que os jovens gostam de coisas que são diferentes e cita graffiti, skate, hip hop. Considera-se privilegiado, porque as gerações anteriores não tinham o que tem hoje e acredita ser frustrante. Cita o exemplo do tempo em que o país vivia sob a ditadura. Segundo Arcangelo Ianelli, neste período, o fato de ser diferente era visto

negativamente. O graffiti, hoje, está bem aceito, há algum tempo atrás era inoportuno quando se saía para grafitar, ele salienta.

Os jovens buscam, com as vivências, trazer uma ruptura na rigidez das estruturas e pontualidades no mundo do trabalho. Iniciando pela aparência, bem como pela virtude de relações que estabelecem com os pares e os clientes, construindo um espaço não totalmente contraditório com as vivências de sua condição juvenil, o ser profissional não quer ser a ruptura do ser jovem, trazem valores de um espaço para o outro. Adquirindo sentido, essas aprendizagens, influenciam o projeto futuro. Essa integração permite que os jovens encontrem impulsos internos e motivações nos trabalhos que desenvolvem.

O graffiti, para esses jovens, é lazer e trabalho. Eles não querem esperar uma vida inteira de trabalho para, então, terem satisfação e prazer: preferem conciliar os dois elementos. As vertentes do graffiti podem ser ao mesmo tempo uma atividade de lazer, protesto, ofício, que pode levar ao lucro, ao mundo dos negócios, à realização. O espaço do trabalho com influências do graffiti podem vislumbrar uma profissão. O significado da juventude tem a ver com liberdade, “[...] *ser louco talvez, se atirar pras coisas você pode ser jovem dentro de você*”. Candido Portinari, outro grafiteiro entrevistado, associa juventude às vivências mais espontâneas e livres. O jovem, para Candido Portinari, é muito ativo, incomodativo, “[...] *cada jovem incomodou na sua época e incomodou o jovem que já tava velho*”. Segundo ele, para os jovens, o mercado de trabalho apresenta bastante oportunidade, mas Candido Portinari não entende essa realidade, porque há muitas reclamações em relação ao desempenho dos jovens, dizendo que os empregadores sempre culpam os estagiários.

Antônio Parreiras, entrevistado para essa pesquisa, vê o mercado juvenil complicado para os recém-formados, pois não vislumbram a possibilidade de iniciar um trabalho. Percebe as mudanças, constatando que os jovens buscam trabalhos independentes, criam microempresas e não se associam a trabalhos mais tradicionais, pois as oportunidades estão difíceis, “[...] *tu conseguir gravar tua música, criar tua moda, tu fazer tudo sem depender do mercado. Acho que hoje tá sendo possível por causa da tecnologia, redes sociais, acho que tá indo por esse lado, um pouco meio libertário, mais independente*”.

Antônio Parreiras salienta a importância do graffiti em sua vida por conviver com pessoas diferentes na rua. Com essa experiência, ele valoriza mais as pessoas, pois defende que o mundo está muito individualista, em que as pessoas nem se olham: “[...] *o graffiti tu acaba interagindo, as pessoas olham, vão ali conversar contigo. Eu convivo com um número muito grande de pessoas que se eu não pintasse eu nem saberia que existem, assim de diversos níveis sociais*”. O melhor do graffiti, para o entrevistado, é a troca que ele

proporciona “[...] *peessoas que passam, às vezes, do nada, tu olha pra uma pessoa e vem ti abraçar, o que uma cor na parede causa nas pessoas né*”.

Tarsila do Amaral, uma das grafiteiras entrevistadas, vê o trabalho juvenil como algo desafiador, estimulante que reflete na vida através dos erros e da aprendizagem, crescendo com isso, “[...] *pois corpo parado não conquista espaço algum e a vantagem deste ser percorrer caminhos mais longos e felizes é muito maior seja trabalhando para si, como um artista independente ou para alguma empresa, desde que trabalhando com o que se ama*”. Benedito Calixto, grafiteiro participante desta pesquisa, tem planos de fazer um curso superior e sua primeira opção é o bacharelado em Artes Visuais. Sua escolha profissional se deu naturalmente, segundo Benedito Calixto, por gostar muito de graffiti e viver em função desta atividade, as coisas foram acontecendo “[...] *então foi naturalmente, assim. Foi rolando um trampo aqui, um trampo ali*”. Benedito Calixto participou do coletivo em que Candido Portinari e Arcangelo Ianelli eram membros. Benedito Calixto conta que se conheceram no graffiti, “[...] *a gente se conheceu porque tem esse lance no graffiti, ah é a nova geração e automaticamente vai se conhecendo, porque aí tipo tem a velha geração e a nova geração, aí já divide né, os da velha e os da nova*”.

Se a relação construída junto ao graffiti os distanciou de alguns de seus pares, deve-se à dimensão que a profissionalização tomou no âmbito geral de suas vidas, vista por alguns como uma espécie de traição das identificações que possuíam anteriormente. A autenticidade de artista veio, inicialmente, da legitimação e do reconhecimento de seus trabalhos nas ruas. O graffiti, então, aparece como impulsionador, abrindo caminho e misturando o próprio percurso do graffiti em expansão. O graffiti e suas vertentes não estão restritas a segmento específico, mas perpassa, atravessa diferentes segmentos. O reconhecimento desses artistas passa primeiro pela estética, mas sua afirmação está vinculada, também, à ética e as técnicas, bem como com as formas de lidar com situações e clientes.

Alguns grafiteiros são apontados por seus pares como referência ao lidar com clientes e com a venda de seus produtos, como se tivessem uma vocação para isso. Por consequência, são consultados num tom próximo de amizade, de aconselhamento por outros artistas que não se consideram tão desenvoltos nesse âmbito. Alguns consideram esta parte a mais difícil de seus trabalhos dentro desse processo de profissionalização.

Os artistas participantes da pesquisa transitam em diferentes circuitos em torno do graffiti. Com isso, aprendem a circular entre eles, fazendo mediações, construindo formas de pertencimento variadas. Contudo, buscam, de certo modo, que um caminho cruze com o

outro, pois por intermédio do graffiti alçaram novos status como a visibilidade de seus produtos.

Na realidade desses artistas, a esfera cultural e a esfera econômica em vários momentos se cruzam. Estes cruzamentos não ocorrem de forma linear, são mais fortuitos em alguns momentos do que outros, convivem momentos livres e outros de obrigação, mesmo porque, os trabalhos nessa área não são regulares. Os grafiteiros encaram como obrigação aqueles trabalhos que precisam lidar com questões mais burocráticas das quais suas criações não são livres como as encomendas pré-estabelecidas. Em alguns trabalhos, os clientes deixam os artistas livres, entregando as paredes de suas casas, por exemplo, sem definir um desenho, talvez, por conhecer os trabalhos dos grafiteiros anteriormente. Logo, na profissionalização desses grafiteiros, os momentos lúdicos e prazerosos convivem com os momentos de dever.

Estes artistas não atrelam felicidade e prazer aos trabalhos mais tradicionais e consideram que na atualidade já não há garantia de uma profissionalização mais estável. O trabalho independente é visto como um caminho promissor no qual podem ser mais livres para criar e viver um estilo de vida condizentes com o que sentem. Pode-se constatar que o agir por si, podendo ser realizado em conjunto com seus pares, é um caminho almejado e libertário, sendo importante fazer o que se gosta e levar esse ímpeto ao trabalho que realizam.

Encontra-se uma multiplicidade de formas de sociabilidade, pois os grupos juvenis estão inseridos em vários estilos de arte no mundo (grafiteiros, punks, góticos...), consequência do processo de globalização e das formas diversas de comunicação. As diferentes identificações (pichadores, grafiteiros, artistas urbanos), dentro da cultura de rua, significam mais que signos estéticos, são referências de diferentes pertencimentos e definições geracionais. Cada pessoa define e diferencia a *street art* de diferentes maneiras, portanto, o que é arte e o que não é estão ligados à intencionalidade do artista e do expectador (DIÓGENES, 2013).

3.2 ECONOMIA CRIATIVA

Comentando sobre jovens que trabalham na área das artes visuais, música e mundo editorial com acesso contínuo às redes sociais, Canclini (2012) levanta algumas características reveladas em suas pesquisas com esses jovens. Eles estão mais abertos ao que acontece fora de seu país, possuem disposição de conexão prolongada, diminuindo o tempo entre o trabalho e o ócio. Também são profissionais multitarefa, tanto por estarem sempre em várias redes

como por fazerem trabalhos que não estejam ligados à área artística. Assim como desenvolvem mais habilidade em se relacionar a distância e, assim, conseguem manter redes de cooperação também, possibilitando divulgar e conseguir trabalhos e distribuir resultados. Estes jovens possuem “[...] hábitos de hipervinculação, intertextualidade e interdisciplinaridade” (CANCLINI, 2012, p. 09, tradução nossa).

Estas características não são apenas em decorrência do uso das redes, derivam, também, da vinculação a trabalhos precários e efêmeros que dispõem por serem autônomos e estarem sempre disponíveis e da necessidade de complementar o trabalho de músicos, artistas e editores com o que conseguem em outras atividades (CANCLINI, 2012). Apontam novos estilos e formas de trabalhar diferente da especialização que se via nas instituições e indústrias culturais.

Canclini (2012) compara a carreira de produtores do ramo da cultura há 10, 20 anos com os atuais; os primeiros poderiam pensar em carreiras e agora são trabalhadores temporários, estão acostumados com projetos de curto e médio prazo. O que está em curso é a convivência de formas industriais e pós-industriais (digitais) de produção e circulação de bens e imagens com comportamentos antigos. Formas novas e antigas de trabalho que se mesclam a cultura massiva com a artesanal, por exemplo.

Estes jovens que trabalham na esfera cultural de forma independente são vistos, por alguns, como agentes de resistência diante do neoliberalismo do estado e dos poderes empresariais. Até podem sê-los, mas, sobretudo, são lugares de inovação, porque são curiosos e criativos, mesmo tendo pouco espaço para mudar o sistema. Ver essas iniciativas apenas como resistência é diminuir seus significados e resumiria ao aspecto mais político. As análises precisam ser complexas e levar em conta todos os aspectos e não reduzir em categorias como economia criativa ou empreendedorismo. Para Canclini (2012), é preciso perceber que há práticas combinadas, híbridas. Conforme o mesmo autor (2012, p. 20),

Al ocuparnos de estos asuntos estructurales desde las perspectivas de los sujetos que ensayan nuevos modos de trabajo y socialidad, gana importancia la noción de creatividad. La posibilidad de ser creativo-y de alcanzar por esse médio mejores condiciones de trabajo y de vida – se ha extendido a amplios sectores gracias al aumento de la conectividad, a la inversa, las desventajas socioeconómicas y el riesgo de exclusión (desempleo, inestabilidad) se asocian a la falta de competencia en las nuevas formas de creatividad y conexión.

A valorização da criatividade não se mostra suficiente para melhorar as condições e os direitos trabalhistas. Trabalhar por projeto libera muitos da rotina, pois contrata-se e descontrata-se, prejudicando a muitos, pelo fato de que influencia na solidariedade social.

Essas experiências de curto prazo prejudicam a vida, pois se percebe-as como pequenos fragmentos, sendo difícil, inclusive, passar pelos insucessos. Deriva desse fato, o que autores como Sennett nomeiam, de novos desejos de comunidades ligados às religiões. Canclini (2012) acrescenta a este fenômeno a atual proliferação das redes sociais nas quais se criam comunidades virtuais.

A corrosão do caráter tem um conjunto de implicações ou de “[...] descomposiciones nacionales e internacionales” como expõe Canclini (2012, p. 23). Expõe a preocupação de que, se as sociedades em que estão inseridos são viáveis, sendo que há uma gama de jovens desempregados, muitos ainda pensam ter chances melhores no Norte e migram para esses países ou se inserem no caminho de comércio de drogas. Esses empregos instáveis podem trazer um vazio, pode trazer indiferença. Por outro lado,

Em su trayectoria, la socialidad con sus pares ocupa un lugar privilegiado, es fuente de afecto, afirmación y reconocimiento, confianza y de materialización de los primeros proyectos creativos. El espacio social juvenil y el espacio social del campo o entorno cultural em donde están involucrándose artes, tec creativos, cine, musica alternativa independiente, etelson uno solo em determinado momento, y los valores schulturales de esse espacio rigen los posicionamientos (la distinción, el prestiyio, el reconocimiento) de los jóvenes em ellos (CANCLINI, 2012, p. 28).

As formas de desenvolvimento e desigualdade se diversificaram na atualidade, sociedade da informação e do conhecimento. Com o avanço da tecnologia digital, diminuem-se os custos com comunicação e produção do conhecimento, bem como a internet tem em seu formato a organização em rede. Contudo, “[...] es la interacción de ciudadanía, organizaciones y tecnologia la que configura la socieda em red” (GUTIÉRREZ, 2012, p. 111). Todas estas mudanças e configurações tecnológicas refletem nos comportamentos individuais e coletivos dos jovens e nas formas de organização vinculadas a cultura. Gutierrez (2012) cita, ainda, que estão vinculadas ao ócio, ao trabalho, à educação, à participação política e à cidadania.

Uma das características expostas pelo autor e que chama atenção foi a questão da sociabilidade como ponto importante na formação de jovens e do jovem empreendedor. Pois, é no grupo de amigos que iniciam a formação como trabalhador, sendo a amizade fundamental em que formam projetos no grupo de amigos. Outra característica são ações mais pragmáticas e não tão pautadas em reflexões teóricas, filosóficas e políticas. São muito conectados pela rede ou celular, ampliando as redes a diferentes usos. Têm múltiplas ocupações, trabalho freelance e atividades sociais. As redes sociais acabam sendo um espaço no qual os jovens podem ser criativos, divulgando ideias, pensamentos, sendo que muitos não

têm outros espaços como as empresas para difundir suas ideias. As redes, também, são usadas para seu trabalho.

Segundo Cruces (2012, p. 143),

[...] las empresas parecen haber sido las primeras en reemplazar el lenguaje, propios de los ochenta, de la excelencia, la expertise y el rigor por el de la innovación, el talento y la creatividad, lós gobiernos locales promueven la ciudad creativa, tratando de anclarla a través de la arquitectura emblemática de obras singulares y rupturista.

Esse contexto é denominado de nova economia, em que a inovação se coloca como uma solução diante da crise com a geração de ideias, sendo pontuada pela precariedade. As formas dos jovens expressarem-se e apresentarem-se no âmbito das redes sociais criam correntes e tendências e nessa trilha percorrem as profissões e as instituições.

A categoria tendência, para Cruces (2012), identifica bem esse momento no qual se privilegiam a criatividade, a espontaneidade, a geração de ideias e a inovação permanente. O uso convencional sociológico para tendência veio como alternativa ao determinismo positivista que leva em conta causas, efeitos e leis; essa tendência faz ver a sociedade não como uma estrutura fechada, e sim como um espaço que tem suas imprevisibilidades e fluxos. Outro uso da palavra tendência está relacionado “[...] em forma de adjetivo (trendy) o substantivo (trendsetter) para aplicarse al estilo de vida de personas capaces de liderar estilos de consumo o apuestas estéticas, corrientes de cambio em las formas de vestir, comportarse o consumir del resto” (CRUCES, 2012, p. 144). A mesma autora prossegue:

El concepto de tendencia apunta a si a um movimiento desde la socialidad y la cerradez contenidas em la categoria de tribu a la apertura y el transito, lo efêmero, lo intersticial. Forma parte de uma bateria más amplia de signos y metáforas de lo etéreo, em um mundo de ‘modernidade líquida’, ‘saberes em la nube’, ‘beta-conocimiento’. Palabras de uma misma familia orientadas a descifrar, de maneras diversas, la condición mudable e incierta de los saberes em el mundo contemporáneo (CRUCES, 2012, p. 144).

Os jovens estudados pelo autor estão em processo de autoconstrução. Eles se esforçam para fazerem a si mesmos dentro de um movimento contínuo de criatividade, inovação e conhecimento. Todo este processo se ancora em um valor importante para eles que é a autonomia, ao invés do trabalho alienado e das imagens advindas de gerações anteriores a que estavam resignados diante de um trabalho rotineiro e sem cores. Para Cruces (2012, p. 167),

[...] otra marca de época que signa la figura del trendsetter es la realización de experimentos ‘inter’ de todo o tipo: intergeracionales, interculturales,

interdisciplinares. Ese cruce de fronteras no se produce sin controversia. Lo acompaña una deslegitimación de instancias de sanción del conocimiento tanto institucionales (la escuela, principalmente, pero también los conservatorios, academias y parlamentos) como comerciales (los medios convencionales y otros agencias de difusión).

Segundo Nicolaci-da-Costa (2012), a conectividade gerou muitas oportunidades em relação à produção de conteúdo como consequência a criatividade de se tornar “[...] um importante ativo de mercado” (NICOLACI-DA-COSTA, 2012, p. 119). A mesma autora expõe o que Hartley entende por criatividade “[...] a capacidade de inovar, de ter ideias e soluções originais de não ter medo de arriscar e errar” (NICOLACI-DA-COSTA, 2012, p. 119). Também pondera o que é a moeda na economia criativa: as ideias e a propriedade intelectual. O que é comercializado na economia criativa são produtos desenvolvidos por sua força motriz a criatividade, contudo, esta não é necessariamente uma atividade econômica. Só se torna econômica quando gera produtos que possam ser comercializados. A autora cita uma lista de setores de atividade criativa que tem como alicerce a arte: propaganda, arquitetura, arte, artesanato, design, moda, publicação, filme e vídeo, TV e rádio, software de entretenimento interativo, música, artes performáticas, fotografia, software e serviços de computador. Para Nicolaci-da-Costa (2012, p. 122),

Na realidade, para dirimir dúvidas, a indústria criativa poderia ser compactamente descrita como uma indústria na qual a matéria-prima é o talento humano de produzir ideias novas e originais – ou seja, criativas – e de transformá-las em capital econômico e produtos comercializáveis.

Para a emergência da economia criativa, as tecnologias de informação e comunicação foram populares com a internet, tendo papel fundamental nisso. Os criadores têm liberdade de publicar, divulgar seus trabalhos sem intermediários. A criatividade os torna único.

Esses são os elementos elencados que situam os processos de profissionalização dos jovens, influenciando nos modos de criatividade, conforme apontam Almeida e Pais (2012, p. 08): “[...] originalidade, autoria, colaboração, competição, especialização, carreira, dia e noite, lazer e trabalho, processo e produto, ocupação espaço-temporal, o exercício de múltiplas competências centradas em um único profissional”.

Os mundos artísticos e o mundo da lógica empresarial estão convivendo diferentemente da bifurcação antes presente. A imagem atual do jovem empreendedor não o associa automaticamente a um jovem executivo, possibilitando vê-los como artistas, poetas, escritores, atores etc. Com isso, “[...] os recentes movimentos de maximização de valores como competência, profissionalismo, expertise e desempenho, hoje se encontram aliados, em

pé de igualdade, aos valores da criatividade, da lucidade, da expressividade e do prazer” (ALMEIDA; PAIS, 2012, p. 09). As criatividades professadas formam um conceito que designa “[...] capacidades criativas que são conscientemente assumidas e subjetivamente investidas” (ALMEIDA; PAIS, 2012, p. 11). Em relação às profissões criativas se “[...] traduz em uma extensão deliberada da criatividade à profissão” (ALMEIDA; PAIS, 2012, p. 12).

Para Almeida e Pais (2012, p. 16), “[...] os objetivos surgem, obliquamente, como desafios colocados por descobertas trajetivas, o caminho fazendo-se no andar, os meios descobrindo fins distintos dos previstos. Dessa forma, processa-se o balanço entre a realização pessoal e a inserção profissional”. Almeida (2012) destaca, também, que mudanças na profissionalização dos jovens estão ocorrendo no âmbito da percepção, orientação e funcionamento e apresenta algumas

[...] descontinuidades perante as trajetórias lineares e consecutivas de carreira, hesitações e incertezas de toda ordem diante de um cenário outrora mais assertivo e pontual sobre a noção de vocação, a inexistência de horizontes de planejamentos de uma vida profissional a longo prazo, desmanches dos padrões de legitimação de experiências cumulativas e unidirecionais encarnadas na formulação de um currículo profissional crescente e verticalizado, desorientações diante da busca por condições de estabilidade financeira que a cada dia se fragmentam etc (ALMEIDA, 2012, p. 21).

Nesse cenário, novos empreendedorismos se desenvolvem. O que eles buscam e vivenciam é um estilo de vida caracterizado jovem. Com sua pesquisa, Almeida (2012) percebeu uma quebra nessa visão que distanciava as noções de criatividade e de produtividade e profissionalização. Estão ocorrendo dois processos concomitantemente, nesse sentido, o de criativização da profissão, “[...] movimento que estaria fazendo passar o valor da criatividade, mais habitualmente atrelado ao universo das artes ao espaço da empresa” (ALMEIDA, 2012, p. 23) e o da profissionalização da criatividade, “[...] movimento que estaria, cada vez mais, conferindo à criação artística uma envergadura profissional afetada pelo funcionamento competente, assertivo e ‘responsável’ características dos modelos empresariais” (ALMEIDA, 2012, p. 23).

Almeida (2012) aponta como freio à competitividade a habilidade dos jovens de se fazerem únicos em seus trabalhos. Esse processo auxilia na autoestima e na qualidade de vida, bem como, na promoção da imagem dos jovens dirimindo o estigma do ócio juvenil. Para Pais (2012), ideias só não bastam para a fertilidade da criatividade na profissionalização, porque a inserção no mercado de trabalho para os jovens a desafiam. Com as mudanças no âmbito profissional, é possível pensar em novas perspectivas de realização pessoal e

profissional. A precariedade no emprego, a fragmentação nas trajetórias profissionais que, muitas vezes, não estão ligadas a vida escolar, desenvolve uma individualização na entrada no mercado de trabalho.

Pais (2012) ressalta que pesquisas sugerem que os jovens apresentam boa desenvoltura na profissionalização da criatividade e na criativização da profissão, principalmente, aos jovens *trendsetters* (formadores de tendência, em tradução livre):

[...] que são aqueles que desenvolvem uma atitude estratégica em relação a aprendizagem, combinando tranches de capital cultural adquirido por via formal (escolarização), com aquisição de conhecimentos por via informal (redes de sociabilidade, por exemplo) (PAIS, 2012, p. 148).

Esses jovens têm importantes aprendizagens adquiridas na escola, no lazer e no trabalho para se lançarem nesse mercado. Outro ponto importante constatado é de que os jovens têm apoio financeiro familiar ao se aventurarem na profissionalização da criatividade. Quando Pais (2012) discute a profissionalização de jovens que trabalham com histórias em quadrinhos, salienta a dificuldade de explorar essa arte, argumenta sobre um agir da obliquidade. Essa dificuldade não é vista como paralisante, pois serve de alavanca para explorar estratégias inovadoras entre vocação e profissionalização. Para alguns desses jovens, a profissionalização aparece como um empecilho à vocação, mesmo tendo ciência de que a história em quadrinhos leva consigo o estigma de não merecer o status de arte.

O que sugiro é outra ocorrência: a possibilidade de os fazeres deixarem também marcas em quem os faz. Essa reflexividade interpreto-a como um efeito de obliquidade. Os criadores notabilizam-se pelos produtos que criam no mesmo tempo em que são criadores de si mesmos (PAIS, 2012, p. 151).

O que eles fazem reflete suas realidades “[...] experienciadas, vivenciadas, imaginadas, viciadas e sonhadas” (PAIS, 2012, p. 163). A criatividade deles está pautada nessas experiências num processo reflexivo tanto na vida quanto nos quadrinhos aparecem coisas novas, originais.

Com essas ideias, discutidas acima, como trabalho, economia criativa, mercado de trabalho, pretende-se mostrar o que os grafiteiros/artistas participantes da pesquisa salientam sobre esses temas e como se posicionam no mercado com suas estratégias, suas escolhas, seus valores e seus ideais. Também se almeja perceber como os artistas tentam interligar a esfera econômica com a estética e a criação no trabalho. Sendo que os jovens aqui entrevistados priorizam a realização pessoal e profissional, bem como não veem o trabalho que realizam como obrigação apenas.

Dessa forma, para concretizarem suas transições à esfera do trabalho procuram estabelecer, na economia criativa, um elo entre as experiências no âmbito das sociabilidades e as experiências no âmbito profissional pelas quais percorreram definindo o que querem e o que não querem no presente e no futuro. A seguir, nos trechos das conversas com os grafiteiros, pode-se constatar essas experiências e ligações percorridas, traçando formas de organizações horizontais que abrem frentes de trabalho e criam caminhos novos. Assim, conseguem vislumbrar trabalhos nos quais participam de todo o processo desde a primeira ideia, ou seja, a parte da criação até a negociação, a venda do produto ou serviço.

Poucos dos grafiteiros entrevistados salientam a inspiração familiar como impulso do gosto pela arte. Não obstante Di Cavalcanti, grafiteiro entrevistado para esta tese, faz referência ao trabalho da mãe com artesanato quando diz “[...] *minha mãe é artesã, ela faz de tudo, tipo ela pega folha de bananeira seca e refaz capa de livro, boneca, trabalha com cd, mandala, ela faz de tudo, artesã, concha, cola quente. Bah! faz de tudo, artesã. Ela também costura, faz boneca*”. Ressalta com entusiasmo a influência materna em sua vida. Outra grafiteira entrevistada, Tarsila do Amaral, relata que sua mãe sempre a influenciou a dar vazão a sua criatividade por ser professora de artes, graduada em artes plásticas. Tarsila do Amaral, então, optou pelo curso de bacharelado em Artes Visuais por considerar seu currículo mais completo, não escolheu pela licenciatura por ver esse fato como determinante.

Abigail de Andrade, grafiteira entrevistada para esta pesquisa, também, têm pais que atuam na área das artes, sua mãe é professora de música e seu pai arquiteto, mas, durante nossa conversa, ela não associa a profissão dos pais à sua escolha profissional. Contudo, o ambiente familiar pode ser um primeiro incentivo para os artistas em um ambiente inspirador no qual a arte se faça presente no desenvolvimento da criança a um olhar, a um gosto diferenciado para esse caminho. Os pais podem, por trabalhar nessas áreas, no dia a dia fazerem brincadeiras, atividades com os filhos que lhes trarão um gosto que poderá ser ou não apurado quando jovens e adultos.

A iniciação profissional dos grafiteiros com os quais se interagi foi variada. Di Cavalcanti começou trabalhando ainda criança como panfleteiro aos dez anos de idade, vendedor de alho, atividade que exercia de bicicleta e foi, também, lavador de carro. Conta que jogou futebol alguns anos e aos dezesseis trabalhou em um supermercado. Relaciona seu tempo de futebol como um entrave para iniciar um trabalho fixo que ocorreu aos dezesseis anos em um supermercado empacotando cestas básicas. Em suas palavras, “[...] *depois eu comecei com o graffiti em 2006, comecei a ganhar dinheiro, a gerar dinheiro com o graffiti, foi onde dei um ‘up’ mais assim na minha vida. Em 2006, eu tava com 17 [anos]*”. Di

Cavalcanti não se vê em outro ramo depois de trabalhar com arte nem pensa em iniciar trabalhos em outro ramo, planeja seu futuro com os frutos das atividades da sua vida artística.

Com o Núcleo Urbanóide, envolve-se em alguns trabalhos com a administração pública. O grupo consegue levar o graffiti aos presídios, com a intenção de disponibilizar arte para monitores e familiares. Um lugar inóspito, segundo a expressão de Di Cavalcanti. Com isso, levam cor a esses lugares. Inicialmente, havia uma pessoa que coordenava o projeto, mas desviou o trabalho em interesses próprios, foi quando o Núcleo se desvinculou e mudou o nome do projeto, ligando-se, exclusivamente, ao Núcleo e parceiros que pintavam com eles. Pintaram dezoito distritos coordenados pela SUSEPE (Superintendência de Serviços Penitenciários do Rio Grande do Sul) percorrendo o Rio Grande do Sul, ganharam o material e uma ajuda de custo por este trabalho. Di Cavalcanti, também, trabalhou na FASE (Fundação de Atendimento Sócio Educativo do Rio Grande do Sul), iniciou em 2011, com oficina socioeducativa. Comenta que nem todos entendem as mensagens e intenções de seus trabalhos, quando no presídio pintou um “rosto negro”, alguns criticaram a pintura, pois interpretaram-na como uma conotação de um lugar de negros.

Di Cavalcanti tem uma mensagem em seu trabalho, principalmente, na FASE: “[...] *também a questão, tipo assim, eu também vim de uma condição ruim e consegui ser resgatado e, tipo, através da arte, através de uma cultura. Eu consegui ter uma boa cidadania, ter boas influências, poder conhecer o Brasil, sair do Brasil, pode ir pra outros lugares, pra outros estados, então, é o que eu mostrei pra eles, porque com o tráfico o cara não tinha isso*”.

Sua participação no programa Mais Educação, que o leva à FASE, é feita individualmente por intermédio da Secretaria de Educação do Estado. Esses são alguns exemplos de trabalho que o grafiteiro Di Cavalcanti desenvolveu e que foi ressaltado por ele em sua participação na pesquisa. Estes trabalhos sociais que o graffiti lhe proporciona fazem com que eles se sintam privilegiados por levarem seu conhecimento aos jovens menos beneficiados. Os grafiteiros veem o trabalho de cunho social se sobressair ao elemento político que acompanha o graffiti, por verem mais presente a perspectiva de educação e cidadania em seus trabalhos e palestras. Apesar de negociar com órgãos públicos com o objetivo de resgatar a cidadania dos jovens através do graffiti, por exemplo, há uma política envolvida nessas negociações, já que política tem significados variados e abrangentes. O graffiti, quando negociado com a administração pública para tornar os locais públicos mais coloridos traz, também, uma dimensão social, porque há uma democratização da cidade, pessoas identificam-se com esses trabalhos, tornando os espaços públicos um espaço social

onde os indivíduos se identificam e valorizam como um espaço coletivo o qual se sentem representados.

Muitos grafiteiros expressão a relação de amizade estabelecida na negociação de alguns trabalhos e quase todos passam por isso. Em seus argumentos de negociação, eles relatam depender da relação da pessoa que contrata seus trabalhos tem com eles. Di Cavalcanti, nesse sentido, conta que “[...] *depende muito, tem uma parede na tua casa, depende da tua relação com a gente. Depende do lugar, depende muito, às vezes, tem uma comunidade, uma amizade é sempre mais o material*”. Di Cavalcanti faz trabalhos comerciais, juntamente, com o Núcleo e, também, individualmente, aceita encomendas de telas todas de sua autoria.

A seguir, Di Cavalcanti descreve um pouco como faz para manter-se de arte: *“Porque é bem complicado, porque uma pessoa tipo assim, que nem eu, pago aluguel, conta, diversas coisas, passagem, eu que tomo conta de mim sozinho, tipo com a arte, né. Então, tu tem que tá sempre procurando ser o mais profissional possível. Pra ti poder chegar onde tu quer. Questão de diálogo, questão de palavra e orçamento e tá por dentro pra saber o material que tu vai vender. Então, tu acaba sendo autodidata, tu tem que estudar. Agora, eu vou tá fazendo um curso, dia 21, que vai poder me ensinar a montar... eu já faço projetos, mas vai me ajudar na captação, pra mim poder participar dos editais. São coisas que tu tem que tá buscando pra poder fomentar tua arte, senão. [...] Aí a gente vai e acaba descobrindo essas paradas, assim, e vai fazendo pra poder adquirir um conhecimento, então, é mais ou menos assim. Cair na mão das pessoas que fazem tu acaba sofrendo, acaba sofrendo pra caramba*”. Di Cavalcanti busca realizar cursos e se manter informado em atividades, como a descrita acima, para produzir seus trabalhos e criar oportunidades.

Arcangelo Ianelli, grafiteiro participante desta pesquisa, nasceu em Porto Alegre e foi morar com a família no interior, mas, segundo o entrevistado, na cidade onde morava não havia espaço para o graffiti e voltou à cidade natal. Trabalhou de arte finalista em uma empresa da capital, refere-se a este trabalho como um *“Designer inferior que faz coisas menores”*, assim como os cursos de informática que fez foram um norte para esse trabalho. Aos 17 anos, iniciou nesse trabalho com carteira assinada, que, em suas palavras *“Eu espero que seja o primeiro e último”*. Sustenta que não quer mais esse tipo de trabalho, pois pretende trabalhar com sua arte. Consequentemente, tem interesse em dar aula por conta do curso de licenciatura em artes visuais que está cursando, na UFRGS, e não considera lecionar um trabalho rotineiro e desgastante: *“[...] mas eu não considero como um trabalho, como esse, essa coisa assim de segunda a sexta, essa coisa fechada. Nunca mais, nunca mais. Não posso,*

sabe, isso aí, vai me matar, é eu me matando sozinho, não posso fazer isso". Com a vontade de viver de uma atividade ligada à arte, iniciou a fazer graffiti e a assinar seu nome. Como exemplifica, não tinha intenção de ser artista, no entanto, a prática do graffiti despertou essa vontade.

Alguns grafiteiros de Porto Alegre fazem trabalhos conjuntamente com a Secretaria Municipal da Juventude. Na Copa do Mundo de 2014, que ocorreu no Brasil, tiveram várias atividades das quais os grafiteiros da cidade participaram, inclusive os integrantes desta pesquisa. Como vários grafiteiros da cidade, Arcangelo Ianelli participou dos eventos da Copa do Mundo, disse que foi um boom na cidade, cita o Núcleo Urbanóide como coordenador das atividades as quais participou. Nesse trabalho, puderam fazer arte autoral, “[...] *era só chegar e fazer o que tu quisesse e tentar interagir assim, coisa que os grafiteiros sempre fizeram que é interação, é tipo uma tradição já entre eles*”. Na Copa, foram pintados vários espaços da cidade como, por exemplo, os pilares do aeromóvel e o túnel da conceição.

Candido Portinari, grafiteiro entrevistado para a pesquisa, ao ser questionado sobre a quem direciona seu trabalho explica seu começo como instrutor em aulas de graffiti. Em 2011, no início de suas atividades com o graffiti, foi visitar o pai no Rio de Janeiro e durante sua passagem pela cidade, procurou lugares onde pudesse deixar sua marca, também, fotografava os graffitis vistos. Chegando à Lapa, centro do Rio de Janeiro, encontrou um local pintado e parou para olhar, enquanto isso, o organizador do evento abordou-o questionando o que fazia ali. Candido Portinari demonstrou o interesse pela pintura e o organizador falou ser um evento de arte em que o oficinairo não pôde comparecer. Candido Portinari identificou-se como grafiteiro e foi convidado a ministrar uma oficina. Justifica que sabia pouco sobre graffiti nessa época, mas mostrou todo seu conhecimento nessa área. No momento do convite, o organizador do evento perguntou se ele já havia ministrado aulas antes, depois de ver as tintas que tinham no local, falou ser experiente em aulas de graffiti, iniciando, portanto, seus trabalhos nessa área. Hoje, o que mais gosta de fazer são suas aulas.

Em Porto Alegre, a CUFA (Central Única das Favelas) foi a primeira instituição que o convidou a ministrar oficinas. Argumenta que não tinha muita estrutura, “[...] *mesmo assim, a gente fez oficina de graffiti, de teatro e fotografia em cinquenta e uma escolas municipais. Eu tinha que dar aula manhã e tarde, em todos os dias da semana, acho que isso me ensinou a ser arte educador com quarenta alunos olhando pra minha cara, quarenta alunos de comunidade*”.

Além das aulas, ele tem outros projetos e trabalha pouco com arte comercial, “[...] *assim como eu faço outros projetos com eles, às vezes, eu encontro um lugar legal e marco*

uma oficina nesses espaços, vou pras escolas fazer, vou nas universidades palestrar, ensinar pintura, ou simplesmente pintar, os eventos, festivais, tô fazendo”. Acredita que clientes o contratam por gostarem de seus trabalhos. Ele desenvolve um estudo sobre natureza que está despertando o interesse das pessoas. Às vezes, é convidado a fazer letreiros de loja, mas não é seu ramo, apesar de já ter feito. Antes disso, conta que já trabalhou como panfleteiro em loja de ferragem e como assistente de obra.

Os últimos trabalhos que citou foram como coordenador do *Street of styles* (encontro de estilos, em tradução livre) no interior do Rio Grande do Sul, “[...] *trabalhei no evento, distribuindo tinta, distribuindo alimentação, coordenando alojamento, mas por esse contato que eu tenho. Eu fiz um trabalho tipo esse de fachada, antes de ir pra Curitiba, pra ter o dinheiro da passagem*”. Por vezes, ao viajar e comparecer a eventos, produz, por ventura, trabalhos comerciais para contribuir com o evento e se manter na cidade com a intenção de, também, ter dinheiro para seu retorno a cidade onde mora. Candido Portinari coordenou um projeto, voltado à juventude negra, elaborado pela Secretaria Municipal de Saúde, o qual vários grafiteiros da cidade envolveram-se para pintar as unidades de saúde de Porto Alegre.

Os trabalhos comerciais encomendados, trabalhos que são definidos pelos clientes, são menos atrativos. Estes trabalhos são realizados para prover seu sustento, para conseguirem conciliar com seus trabalhos autorais e poderem sobreviver trabalhando com arte âmbito no qual não pretendem se distanciar, portanto, optam por realizar, quando solicitado, encomendas comerciais. A opção de passar o que sabem, de mostrar que o graffiti é mais que uma pintura na parede os impulsiona ao ramo da arte. Isto ocorre porque, além de demonstrar um aprendizado, os entrevistados pretendem que os espectadores sintam o que a arte os proporcionou, como, por meio dela, veem o mundo, como mudou suas vidas, como a arte traz uma forma de comunicação e de compartilhamento entre as pessoas. Com isso, também almejam conseguir formas de sensibilidades e criatividade, pois, pela maneira como o graffiti foi desenvolvendo-se, são trazidas discussões críticas, políticas, solidárias às oficinas e às aulas nas quais esses grafiteiros são os idealizadores.

Iberê Camargo, entrevistado para a tese, tem um coletivo em que passa parte do seu tempo durante a semana. Juntamente com os outros integrantes, organizam eventos para comunidade da Zona Norte onde está localizada a sede do coletivo. A sede foi ocupada há alguns anos, ela pertencia à prefeitura de Porto Alegre e foi doada ao grupo. Ela possui uma sala grande, um banheiro e uma cozinha localizada em uma praça do bairro Sarandi. Ali são realizados eventos para arrecadar dinheiro para a manutenção da casa, eles também vendem

seus trabalhos; Iberê Camargo, por exemplo, vende camisetas e suas telas. Nesse espaço, Iberê Camargo, também, desenvolve oficinas de graffiti esporadicamente.

A Conceito Arte nasceu da união de Iberê Camargo, sua companheira, na época, e um casal de amigos ao ocuparem o espaço e revitalizarem por vontade própria esse local. Iberê Camargo comenta “[...] *a gente tá aí vestindo a camisa, linha de frente da comunidade. Esse lugar é uma ocupação, ele é de um órgão público que foi abandonado, né, a casinha é da Secretaria Municipal de Educação*”. Do grupo que participou da ocupação somente Iberê Camargo continua no coletivo. Hoje, ao redor da casa, têm flores, plantas e pequenas árvores. Às sextas-feiras, eles abrem a casa à comunidade para um happy hour, vendem cerveja e colocam som para o pessoal aproveitar. Aproveitam, também, para arrecadar contribuições espontâneas que são destinadas à manutenção do espaço.

Antônio Parreiras, entrevistado para esta pesquisa, conta que, durante o curso de arquitetura, fez estágio nessa área e, assim, começou a trabalhar. Em seguida, trocou de trabalho para pintar pranchas de surfe, pois essa era sua vontade profissional. Antônio Parreiras considera-se satisfeito com os dois trabalhos atuais e conta “[...] *depois só com arquitetura mesmo, eu gosto dos dois. Eu acho que são bem próximos assim, né. Tu constrói a cidade dos dois jeitos, arquitetura e graffiti, então, eu gosto bastante dos dois*”. Antônio Parreiras é arquiteto em uma secretaria do Estado, servidor público. Anteriormente, logo que se formou, abriu com outro grafiteiro um estúdio de arte e arquitetura, depois trabalhou em escritório de arquitetura, mas nessas experiências ele não foi bem-sucedido. Assim, entusiasmou-se a fazer concursos. Quando já desiludido, veio a convocação para trabalhar como arquiteto do Estado.

Questionada sobre sua iniciação em atividade profissional, Tarsila do Amaral informa que aos dezenove anos trabalhava como assistente de turma com crianças de três a quatro anos, “[...] *trabalhar com crianças têm um retorno fantástico!*”. Tarsila do Amaral, também, trabalhou na Secretaria da Cultura da cidade onde mora e em loja de moda jovem. Seu trabalho, em um estúdio fotográfico, foi importante para aprender a utilizar plataformas digitais. Desde 2010, seus trabalhos são por conta própria, refere-se a esse tipo de trabalho como freelancer. Comenta sobre os últimos trabalhos realizados: “*Realizei um live painting na inauguração da loja Oppa, em Porto Alegre; além de customizar três cadeiras da linha Uma. Fui a vencedora do primeiro Art Battle que ocorreu em Porto Alegre, estampas para Colab55, Mesclado, exposição individual ‘Nó’, na galeria Calafria e venda de quadros e ilustrações. Estou, atualmente, estudando tatuagem e, em breve, estarei tatuando, profissionalmente, além de seguir trabalhando com pintura*”.

Muitos grafiteiros, conseqüentemente, trabalham com tatuagem. Tarsila do Amaral, também, busca essa frente de trabalho, mas procura diversificar suas atividades e se manter sempre ativa em sua arte.

Para tornar possível a profissionalização no âmbito da cultura, os grafiteiros entrevistados nesta pesquisa buscam diversificar suas atividades, são dinâmicos, já que o movimento entre um trabalho e outro é motivador e fortuito. Buscam estar sempre criando, como um vício. Sendo assim, o trabalho precisa ser constantemente alimentado e a diversificação das atividades traz uma visão positiva para acreditarem que é possível viver de arte, arte na parede ou nos corpos, como artistas e como tatuadores, mais uma variável as suas criações. Os grafiteiros que priorizam a área da pintura, envolvendo-se em trabalhos mais técnicos, não buscam levar o lado social do graffiti ao público através de aulas ou oficinas.

Abigail de Andrade conta que sempre trabalhou com imagem ao ingressar na faculdade com 21 anos. Assim, começou sua profissão como ilustradora, mesmo tendo como formação o jornalismo. Atualmente, desenvolve projetos em cenografia em um canal de televisão pública com sede no Rio de Janeiro. Hoje, ela tem a carteira assinada e é funcionária pública. Profissionalmente, define-se como ilustradora e como cenógrafa e produtora de arte. Ela foi incentivada por seu namorado, na época que, também, fez o concurso, mas somente ela passou e foi morar no Rio de Janeiro, após dois anos da realização do concurso a chamaram.

Descreve alguns clientes que contrataram seus trabalhos: “Coca-cola, Grandene. [...] *Os últimos trabalhos que fiz foi de cenografia. Curaprox que é uma marca gringa de escova de dente e pasta de dente, tá saindo agora a campanha pras Olimpíadas. Converse, Converse não já é mais antigo, tô lembrando aqui. Fiz um pra Youcom, também, recente. Pra uma vitrine. Uma campanha de fim de ano. Um desenho que ficou nas vitrines das lojas. Eu nem cheguei a ver como ficou, mas era a vitrine e um painel assim plotado, porque eu mandei o desenho digital*”. Assim, Abigail de Andrade consegue conciliar suas atividades com sua arte e as atividades como funcionária pública na área da cenografia.

Anita Malfatti, entrevistada para a tese, quis diversificar suas atividades e experimentou dar aula a crianças no turno inverso em uma escola particular. Anita Malfatti não possui licenciatura, cursou o bacharelado, “[...] *mas eu não sei se eu levo jeito. Eu comecei essas aulas pra ver se eu gosto, porque eu acho que é uma coisa que eu tenho que vencer, porque é uma garantia tu saber dar aula, mas eu não sei, pelo menos pra criança, não sei se eu levo jeito*”. Estava entusiasmada com o resultado dos trabalhos. Fica admirada com as ideias que eles proporcionam. Seu primeiro trabalho mais significativo foi no festival

de música Planeta Atlântida, fazendo pintura ao vivo, tinha um responsável que selecionava os artistas para pintar no stand de uma loja localizada no evento.

As preocupações, em relação ao futuro, no sentido de poder realizar uma atividade dentro do âmbito da cultura mais duradoura com retorno financeiro um pouco mais garantido, circulam no imaginário desses artistas constantemente. Por tal razão, muitos optam pela tatuagem por perceber certa estabilidade nesse ramo. Em alguns casos, pela própria pressão da família, os grafiteiros se testam em trabalhos que consideram mais promissores, como Anita Malfatti fez, mas essas opções convivem com seus trabalhos mais criativos nos quais conseguem expressarem-se e se sentirem livres e produtivos. Em alguns casos, os grafiteiros possuem ajuda da família por dividirem a residência ou por receberem alguma ajuda financeira, assim podem continuar com suas atividades.

Benedito Calixto, grafiteiro entrevistado para a pesquisa, comenta que as lojas contratam seu trabalho com frequência, assim como estabelecimentos comerciais e de prestação de serviço. Considera irrelevante a finalidade do estabelecimento contratante, mas pensa ser importante poder expressar sua arte, estar livre para suas criações nesses locais. Para conseguir mais trabalhos, preocupa-se com as roupas que veste e a maneira de se apresentar. O início de sua vida profissional foi em um estágio na Procuradoria Geral do Estado com dezesseis anos, depois trabalhou fazendo suco natural em uma academia. Sua mãe o incentivava a ser independente e assim ele foi buscando oportunidades.

Pedro Américo, entrevistado para a tese, iniciou sua vida profissional aos dezoito anos como office-boy. Ele gostava desse trabalho, pois passava parte do seu tempo na rua. Aos 26 anos, começou a trabalhar exclusivamente com arte. Pessoas jurídicas o contratam para decoração artística e ilustração e, em menor quantidade, pessoas físicas o contratam para ilustrações digitais. Almeida Junior, participante desta pesquisa, trabalha com arquitetos, construtoras, agências de propaganda e clientes residenciais; seus últimos trabalhos foram: pintura interna para a AZION escritório de Tecnologia, ilustração para a OCA arquitetura, pintura interna e externa para a Faculdade IMED.

Nesse sentido, os grafiteiros entrevistados experimentaram várias atividades profissionais e alguns puderam ingressar em trabalhos relacionados ao mundo da cultura. Outros ingressaram suas vidas profissionais em trabalhos precarizados, dos quais não havia perspectiva de formação para a vida em que faziam essas atividades, buscando meramente o retorno financeiro. Esse percurso os impulsionou a inserirem-se em novos caminhos que a eles pareciam mais viáveis a articulação entre o aspecto profissional e a arte que

desenvolviam. Esse comportamento fê-los abrirem caminhos, ao invés de se submeterem a trabalhos em que seus potenciais não eram provocados.

Os trabalhos destes artistas são como uma superação para eles, pois gostam de explorar sua criatividade e de produzirem trabalhos autorais. Seus trabalhos construídos na rua são direcionados a admiradores, pois na rua não há um público alvo. Mesmo em seus trabalhos comerciais, buscam colocar seu estilo. Quando o trabalho comercial não proporciona condições de imprimir o estilo do artista, alguns procuram não assinar e o veem como um trabalho com valor econômico apenas.

Abigail de Andrade mostra suas reflexões sobre esse tema: *“Na rua, é pra quem passa, é pra quem tá na rua. Meus quadros são uma coisa bem pessoal né. Ou gosta ou não gosta. Quem não gostar, foda-se. A coisa não deixa de existir, porque a pessoa deixa de gostar ou não. Ela existe porque eu não consigo deixar de fazer aquilo. Um desenho não tem como não existir, não é pra ninguém, é algo que eu preciso fazer, então, independente de quem vai ver ou não, é uma coisa que eu preciso criar. Quem cria é uma coisa da tua essência, da tua personalidade, do teu... é vital assim. Mas tem a coisa comercial, quando contratam pra fazer uma coisa, aí sim, tem que seguir um briefing, aí é outra coisa né. Pintar na rua, pintar um quadro é uma relação que tu tem com aquilo ali, de total liberdade criativa. [...] quando tu faz um trabalho comercial, tu também tá te colocando ali, é o teu estilo. É o teu traço, é tua identidade, mas tu tá limitado de alguma maneira, tu não tem tanta liberdade assim. Tu tem uma agência, um cliente, ele conhece teu trabalho, te manda referência, normalmente é assim, tu recebe as referências do teu próprio trabalho. O cliente vai dizer dentro de tudo que tu produz, eu quero uma coisa mais ou menos assim. Tu tem dentro de toda a tua produção, tu vai mudando, teus temas, teus estilos, tu vai, né, transitando, pesquisando, as coisas vão acontecendo, porque quando tu tá sempre produzindo, tu não tem como ficar estaque né. Teu traço muda, tua dinâmica muda, tudo muda e teu desenho, conseqüentemente, por ser uma extensão tua muda, também, né. Tem fases, né, aí tem vezes que o cliente quer uma fase tua [...] já nem tá mais naquela onda, ‘eu quero aquele desenho que tu fazia há dez anos atrás’, que tu já nem gosta mais de fazer, mas o cara vai te pagar pra fazer aquilo, daí tu às vezes... tu puta, eu nem quero fazer esse trabalho, não quero mais fazer esse desenho, mas, e aí, tu fica nesse dilema, mas afinal eu sou um profissional, eu tenho que fazer. Tem gente que não faz. Eu já faço, eu encaro bem a coisa do desenho como ofício. Não como aquela coisa do artista intocado que tá lá com sua arte. Não, eu encaro meu desenho, eu tenho a coisa bem livre e tal de criação, mas consigo lidar bem com as questões de mercado, também, essa coisa profissional de seguir um briefing, de ter um cliente, não tenho muitos problemas*

éticos, assim, em relação a isso. Até porque. eu defendo o desenho como ofício de carreira mesmo, de privilégio, de tu poder trabalhar fazendo o que tu mais gosta, poder ganhar dinheiro com isso. Já aconteceu de eu não ter tesão nenhum, de eu fazer determinado trabalho, porque o cliente queria uma coisa que eu já não tava mais a fim de fazer e te confesso que já neguei trabalho por causa disso. Simplesmente, porque isso não faz menor sentido pra mim, porque dinheiro nenhum no mundo vai pagar. Eu não vou fazer uma coisa que no final vou correr o risco de ser relapsa ou de não fazer bem, melhor nem fazer”.

Muitos de seus trabalhos são acompanhados por amigos e admiradores, que compram e encomendam seus trabalhos. Muitas vezes, recebem pedidos inesperados pelas redes sociais. Os artistas relacionam seus trabalhos ao prazer e a intenção de compartilhamento. Abigail de Andrade diferencia o trabalho autoral, mostrando a relação do artista com suas criações ao comentar o trabalho comercial. Aquela criação mais livre a qual ela consegue expressar o que sente, o que pensa, ilustrando suas emoções e evocando aquilo que a cerca desenvolvendo trabalhos autorais. O trabalho comercial cerceia a liberdade criadora, pois o cliente define e dá o contorno, o valor do trabalho não é mais intuitivo, mas direcionado.

Para os grafiteiros mais jovens, a preocupação com a estabilidade não prevalece e carteira assinada não é uma preocupação, sabem o que isso significa para o futuro, mas justificam que essa ideia não garante felicidade. Candido Portinari é enfático sobre as vantagens em se ter uma estabilidade “[...] eu não vejo, as gerações antes de mim viram”. O desemprego é visto por alguns como algo que todos os artistas passam, sendo para eles o período que não conseguem trabalho. Candido Portinari cita o exemplo de um DJ, conhecido na cidade, que viveu muito tempo de festas e eventos de hip hop, mas agora se mantém trabalhando como segurança. Considera ser difícil ter certezas, projetar uma carreira, no entanto, ele, como os demais, visualizam seus futuros como artistas.

Alguns dos artistas entrevistados possuem o MEI – Microempreendedor individual. Com este certificado, os mais velhos veem uma forma de garantia para uma estabilidade e benefícios como aposentadoria. Tarsila do Amaral, quando pensa nas vantagens da carteira assinada reflete: *“Sim, mas não vi vantagens até agora. Claro que em período acadêmico a vida tem um sentido menos assustador pra quando tu já adquire uma formação, te exigindo independência. Mas tenho me virado bem com meus freelas, muito mais do que trabalhando fixo. Obviamente, que trabalho o dobro, mas me sinto feliz trabalhando com o que produzo e com freelas não tenho a segurança, por exemplo, de morar sozinha, como pretendo logo, logo, mas enquanto não há grandes oportunidades, construo as minhas”.*

Os próprios artistas saem a procura de trabalho, negociam, cuidam da agenda, divulgam seus trabalhos. Tarsila do Amaral, por exemplo, faz também notas fiscais daquilo que produz, caso necessário. Para Antônio Parreiras, a comunicação é fundamental para viver dos frutos da sua arte. Antônio Parreiras diz que: *“Eu acho que é possível, eu vivi assim um tempo, só disso e é bem difícil, mas é possível, porque tu tem que ter outros dons, né, não só o da arte em si. Tu tem que ser... eu que sou mais fechado assim, é mais difícil ainda, porque tem de ser comunicativo, comunicação assim, tem que ser uma pessoa comunicativa, tem muito boca a boca, conhece alguém. Aí acho que querendo ou não tem que saber se vender, vender seu trabalho e tem pessoas que fazem isso com mais facilidade. Isso que eu tinha comentado que é o difícil ali pra gente, é... quando vê passou uma semana, só em e-mail, orçamento e o desenho mesmo tu não conseguiu, acaba prejudicando até a arte”*.

A arte é viável, mas com ela precisam desenvolver habilidades deslocadas dessa natureza mais livre e intuitiva. Estes artistas precisam entrar no mundo dos negócios, saber negociar e vender seus trabalhos e suas imagens. Alguns encaram estas atividades como mais difíceis, dependendo de características de personalidades, contudo, essas habilidades podem ser desenvolvidas. Já outros aprenderam a gerenciar sua carreira com amigos artistas ou por experiência própria, mas alguns contratam agências para gerenciarem suas carreiras e não precisarem lidar com a parte mais operacional de suas atividades. Estas atividades acabam tomando tempo e são consideradas desgastantes, pois pensam que o trabalho burocrático apaga um pouco a imagem de artista, de indivíduo livre e criativo, ofuscando o encantamento que se atribui ao mundo da arte. Todavia, esse processo dá ao artista um conhecimento mais global, porque ele acompanha desde a produção até a fase final do trabalho a qual envolve também a parte de negociação e a financeira.

Quando os grafiteiros entrevistados refletem sobre sua profissão, procuram não se identificar com uma nomenclatura. Para eles, os rótulos não expressam tudo o que eles podem explorar com sua criatividade e seu trabalho. Fazem a distinção em relação ao graffiti, pois grafiteiro não é um termo que pode ser usado como identidade profissional.

Segundo Candido Portinari: *“Hoje, como artista visual e grafiteiro, mas profissionalmente artista visual, arte educador, o que eu mais trabalho. Quando eu tava no segundo ano do ensino médio, pela segunda vez, eu fiz um trabalho da escola sobre profissões e eu fui atrás de um grafiteiro pra fazer um vídeo chamado profissão graffiti, primeira coisa que ele me disse, ‘isso não existe’. Você é um artista. Você até pode dizer que é um profissional da arte. A arte já tem muito mais anos, muito mais velha, tem um peso muito maior pra poder julgar que aquilo é profissional. Já que a profissão você tem que*

entrar em algumas regras, você tem que se encaixar na sociedade, entre aspas, porque o graffiti não se encaixa, se você disser que é um profissional do graffiti, você tá tirando muito do graffiti. Então, têm pessoas que são profissionais em pintar mural. Tem pessoas como eu que são profissionais em arte educação. Ou seja, ensinam aquilo que fazem, que é o que eu gosto de fazer. Porque ninguém me manda pintar alguma coisa. Eu, às vezes, recebo pra pintar o que eu quero pintar, mas, na maioria das vezes, é alguém te pedindo pra pintar algo. Como hoje, é a terceira pessoa que fala 'pinta meu quarto'. Foi um exemplo, mas só hoje e eu saí uma vez de casa, hoje. E eu já respondo 'eu pinto na rua'. Eu gosto na rua. Mas, se a ideia for legal, eu vou lá, mas vou lá como artista. Como grafiteiro, eu tenho que seguir minha vontade no coração, na hora que ele bater mais forte e disser que é hora de pintar, você vai e pinta. A minha profissão é como arte educador”.

Anita Malfatti considera difícil explicar sua profissão, quando as pessoas a questionam sobre seu trabalho, costuma auto definir-se como profissional da área visual: *“Acho muito difícil, sempre me perguntam o que eu faço, eu nunca sei o que falar é... eu não sei. Não sou publicitária porque nunca trabalhei em agência. Eu diria profissional da área visual, porque eu gosto de coisa, fazer coisa mais arte, assim, sei lá. De repente, uma coisa pra ir a uma galeria e mais livre assim, sabe, mas eu também gosto de ter uma demanda cobrada com briefing. A criatividade se alimenta dos dois lados, se eu fizesse só trabalho comercial, eu ia detestar, porque eu só ia ter que ficar obedecendo o que me pedem, mas se eu, também, ficar muito livre criando, só pela minha cabeça, eu também ia travar, então eu gosto de trabalhar com as duas coisas. Eu não gosto muito de rotular, mas claro que eu vejo essa necessidade, né, porque as pessoas querem saber o que tu faz. Tu, também, quer saber o que as pessoas fazem. Mas é difícil explicar, até porque é muito diferente com alguém da área e alguém que não é da área, essa coisa que tem dos preconceitos mesmo da academia, de dizer isso não é arte, isso é arte. Aí uma pessoa que não frequentou... várias coisas são arte, que pra outro não é, acho muito difícil. Ou o que é ilustração e o que é arte. Eu vou mais atrás de fazer o que eu gosto, assim, claro que a gente tem necessidade de rotular até pra se explicar, né. Sim e tu tem que explicar o que tu faz, só que é difícil. É porque deve ser meio que nem artista, tu fala o que tu faz sou artista visual, fica meio amplo na cabeça da pessoa, 'ah sou socióloga', 'tá mas o que que tu trabalha especificamente'. Eu tenho várias coisas que eu faço, só dou uma vez por semana aula, mas eu não sou professora. Eu faço uns trabalhos mais design, mas eu não sou designer. Já fiz ilustrações pra marcas, eu não sou publicitária, é... é difícil um dia, eu acho a palavra certa”.*

Estes grafiteiros estão abrindo várias frentes de trabalho, mesmo que pendam para um lado são trabalhadores múltiplos por isso não conseguem definir uma tarefa para a descrição de seus perfis profissionais. O ser grafiteiro é livre e não comporta alguns traços do ser profissional, pois sua identificação graffiti não permite regras, compromissos, rotinas. Não há a possibilidade de ser profissional do graffiti, as ruas não são compatíveis com regras e obediência, o graffiti é livre, é realizado no momento da inspiração, é efêmero

Os artistas consideram que seu trabalho tem uma carga maior que um trabalho “tradicional”, mas em contrapartida acreditam ser mais felizes e realizados por fazer o que gostam.

Conforme mostra Anita Malfatti, *“É muito louco, eu já falei, a gente tem que ser empresário da gente mesmo, não pode ficar só produzindo, só pintando, só desenhando, a gente tem de ver pra que canais. Eu tenho que aprender a escrever projeto. [...] É... e, às vezes, até em empresa que tem que destinar uma verba pra lei Rouanet, tenho que aprender; então, tu não tem só que fazer teu trabalho, tu tem que saber falar do teu trabalho, tu tem que saber pra quem que tu vai pedir apoio, isso aí ainda tô aprendendo, sei muito pouco. Por exemplo, agora queria fazer uma exposição, não tá decidido se vai rolar. Tem que mostrar o projeto pra galeria, pra eu poder ter recurso pra fazer, porque vai muito dinheiro em moldura, vai dinheiro de material, tem transporte, eu vou ter que escrever pra algumas marcas e ver se eles se interessam em patrocinar algumas coisas, essas coisas, eu não tenho experiência. E, então, não é só produzir, ‘ah vou pintar e vai vir alguém’ [...]”*.

Assim, transitam por trabalhos variados e, assim, querem ser identificados e não rotulados por uma identidade fechada. Artista seria o termo mais aceito, devido a sua abrangência, pois abarca atividades diversas no âmbito da cultura. Diferentemente disso, a profissão artista é bem ampla, está vinculada a trabalhos realizados privadamente, sendo sempre direcionado. A profissão não é livre, possui regras, normas e um objetivo externo. São profissionais multitarefa, precisando captar trabalhos, caso fiquem parados estes não fluem. Em suas exposições, por exemplo, precisam captar recursos para viabilizá-las, precisam aprender a escrever, precisam de desenvoltura para argumentar para que seus projetos sejam aprovados, também, em projetos de incentivo à cultura.

O graffiti torna-se o momento livre e espontâneo, um momento de prazer, diferente do trabalho do artista multitarefa criativo e, ao mesmo tempo, um trabalhador de negócios. Contudo, em seus discursos, aparece o ser artista como algo que não tem volta, como se as aptidões e a vocação que atribuem a si não levem a outras direções. Os trabalhos tradicionais

não se encaixariam em suas personalidades e no que esperam para suas formações como sujeitos e como profissionais.

Candido Portinari, ao responder quando decidiu trabalhar com arte é, enfático. Ele diz que: *“Uma vez eu escutei diretamente do Luis Fernando Veríssimo que a gente é artista pela incompetência de ser o que os outros querem que a gente seja. Foi exatamente isso, ele usa o jornalismo pra arte dele, que é a única coisa que ele sabe fazer. E eu uso graffiti, porque é a única coisa que eu sei fazer. Desenhar e pintar. Acho que eu quis ser artista antes de vir a terra, porque se não eu conseguiria mudar essa escolha, mas não acredito em talento, nem em dom, se eu não tivesse prática e tentado, não conseguiria nada com isso. Não teria o trabalho que eu tenho hoje. Não acredito em nascer sabendo”*.

Candido Portinari acrescenta que o grafiteiro investe o que ganha no próprio graffiti com intenção de ter material para o “rolê”. O graffiti é o grande impulsionador das escolhas e caminhos pelos quais gostariam de seguir. A partir dele, desenvolvem habilidades e aprendizagens para suas vidas. Com os trabalhos que fazem, guardam as tintas para pintar na rua ou o dinheiro que ganham investem na compra de material. Os participantes desta pesquisa se identificam como artistas, artistas visuais. Consideram que viver de arte é complicado por conta de não ser algo que as pessoas tenham necessidade, então, o retorno é irregular. O graffiti dá o contorno que impulsiona seus demais trabalhos, pois o trabalho comercial possibilita a aquisição de material para a grafiteagem.

Para divulgarem seus trabalhos e mostrar sua identidade, além de usarem as redes sociais, fazem exposições individuais e coletivas. Os mais jovens não fazem tantas críticas aos locais onde fazem exposições, os grafiteiros mais velhos salientam que não há um mercado de arte em Porto Alegre, não tem galerias de arte onde possam disponibilizar seus trabalhos. Os grafiteiros fazem exposições em bares, cafés, normalmente. Iberê Camargo fez uma exposição juntamente com seus colegas do coletivo na galeria do DMAE (Departamento Municipal de Água e Esgotos), em Porto Alegre. A Anita Malfatti, dos grafiteiros entrevistados, foi a que mais realizou exposições individuais no período da pesquisa.

Para Antônio Parreiras: *“Aí, às vezes, eu vou atrás de alguns lugares pra até me motivar a produzir coisas novas, mas foi uma coisa bem rápida de um mês pro outro, eu tinha alguma coisa e produzi outras pra botar lá [exposição no Café do Duque, centro de Porto Alegre]. Só que eu tenho uma relação de amor e ódio, assim, com exposição. Porque me motiva a produzir, mas a gente não tem um mercado em Porto Alegre, às vezes, eu tenho meio a ilusão, não, vou começar a fazer, pra criar esse mercado, às vezes, eu me decepciono assim, e o mercado aqui de arte ainda é muito, é restrito à arte clássica, MARGS, esse*

pessoal mais antigo do modernismo e tal. O mercado da arte urbana, pelo menos em Porto Alegre, acho que é mais de decoração ou pra agência de publicidade, cenário, vai mais pra esse lado que mercado de galeria. Mercado de galeria, em Porto Alegre, poderia dizer que não existe”.

Anita Malfatti, também, considera Porto Alegre restrita nesse sentido, pois não existem galerias de arte na cidade. Em seu trabalho de conclusão de curso, pesquisou a galeria Adesivo e ela constatou que os precursores em expor arte de rua em uma galeria na cidade foram os donos da Galeria Adesivo e da Mundo Arte Global, as duas já não existem mais e seus fundadores não moram mais em Porto Alegre.

Já na opinião de Anita Malfatti: *“Foram os primeiros lugares que começaram a colocar coisa da rua. Eles em São Paulo, outras galerias como a Choque Cultural, conseguiram elevar o trabalho de alguns artistas que tinham uma bagagem na rua a nível de galerias respeitadas. Porque eles que meio que descobriram o pessoal. Já ouviu falar do Bruno Novelli, tipo foi o Peixão, dono da Adesivo, que meio que... não descobriu o Novelli, mas que começou a botar ele em galeria, projeto. Hoje, um quadro dele deve ser mais de vinte e cinco mil (?). Mas, aí no meu TCC, tem um capítulo que eu falo do mercado de arte e pra ser considerado uma galeria de arte profissional, tem vários quesitos que tem que preencher e, em Porto Alegre, a única considerada assim galeria de verdade, profissional, com que faz intercâmbios internacionais, que tem um espaço adequado é a Bolsa de Arte. Ela era aqui na Quintino e foi pro bairro Floresta. Então, tudo depende de que meio é a pessoa que tu tá falando. Por exemplo, pra muita gente do graffiti que acha, não ‘a gente tem espaço tem lugares os bares e tal’, só que pra ti ser um artista, assim top e tal, tu tem que ter uma exposição num lugar institucional, num museu, numa galeria top, então, existe uma distância grande, entendeu”.*

Anita Malfatti comenta que seu colega da Paxart tem uma *Art store* (loja de arte, em tradução livre), onde alguns de seus trabalhos estão expostos, e de outros grafiteiros da cidade como Tarsila do Amaral e Abigail de Andrade. Quando expõe sua participação no coletivo, define os dois fundadores como sócios, ela e o outro integrante são como colaboradores, estão no coletivo, em seu portfólio, mas não pagam as despesas da “empresa”, por exemplo. Refere que tem dificuldades em colocar preço em seus trabalhos e, muitas vezes, recorre aos seus amigos, fundadores do coletivo. Aqueles que procuram impulsionar sua arte com intenção de permear todas as instâncias levando seu trabalho inclusive a galerias tem preocupação maior com exposições e com os locais em que expõem seus trabalhos. Mesmo utilizando bares e similares para expor gostariam de permear as instâncias mais “clássicas” de arte para que o

reconhecimento de seu trabalho ultrapasse as fronteiras do estigma atravessado pela *street art*, considerada por alguns como não arte.

Em outras cidades estas performances são mais frequentes. Em Porto Alegre os grafiteiros fazem exposições coletivas ou individuais, normalmente, em lugares mais informais, todavia alguns já expuseram no MARGS (Museu de Artes do Rio Grande do Sul), por exemplo. De toda forma, os grafiteiros ultrapassam fronteiras e levam sua arte a variados espaços, mesmo sem muita abertura em mercados de arte conseguem, inclusive, atravessando fronteiras geográficas, ter seus trabalhos em outros países em museu, em galerias ou nas ruas.

Abigail de Andrade, comentando sobre trabalhos expostos em Porto Alegre, ela faz referência a uma agência que a representa. A agência era de Porto Alegre e hoje está sediada em São Paulo.

A entrevistada cita outros artistas gaúchos que, também, participam dessa agência: *“Espaço novo que abriu aqui na cidade que também está representando artistas. Que são amigos empreendedores, né, que começam a representar. Também tem que não é uma loja, mas é uma agência que me representa, que chama Norte. Foi um grupo de três amigos que abriram uma agência pra representar artistas e fazer frente nas agências de publicidade no mercado e isso faz muito tempo já que eles abriram, eles já estão lá em São Paulo. Já mudou de nome, já mudou diretoria, mas o propósito é o mesmo e é muito interessante esse perfil, é uma agência de artistas”*.

Abigail de Andrade está na agência desde que ela foi criada. A empresa que quer contratá-la pode ser, por exemplo, uma agência de publicidade, procura a agência para uma curadoria, ela mostra os artistas e a empresa seleciona a que mais se enquadra em seu perfil. Constata que seus maiores trabalhos foram por intermédio dessa agência: *“[...] O artista, sempre aquela coisa mais desapegada, não todos, eu tenho esse perfil, eu não gosto muito de lidar com dinheiro, não sei, tem que ficar com compromisso. Então, tem que ficar com uma babazinha pra dizer, tem que entregar tal dia, tem que fazer tal coisa, então, eu gosto disso, e a minha inserção no mercado de trabalho tá muito relacionado com o trabalho deles também Eles têm a porcentagem deles, né, mas, também, fazem toda essa coisa do agenciamento[...]”*. Sua primeira inserção no mercado foi como ilustradora, percebeu, então, que desta forma poderia trabalhar e ser remunerada por sua arte.

Para inserir-se nesse mercado, muitos grafiteiros formam coletivos, alguns desejam apenas dividir experiências e ter colaboração em trabalhos, algo mais informal. Outros formam coletivos com intenção mais profissional para dividir tarefas e despesas. Candido Portinari, Benedito Calixto e Arcangelo Ianelli pertenciam a um coletivo juntamente com

outros grafiteiros. Eram amigos de “rolê” e depois decidiram criar o coletivo para trabalharem juntos, fazer “algo mais sério”. Contudo, a experiência não foi duradoura.

Antônio Parreiras faz parte do coletivo Urbanóide, fez uma pintura com o Núcleo Urbanóide, então, um de seus integrantes o convidou para participar do coletivo, iniciando sua parceria no Núcleo Urbanóide. Considera que esse trabalho é fortuito, pois existe a troca com os parceiros e o trabalho consegue melhorar com essa troca. Antônio Parreiras tem um trabalho fixo, então, a parte de negociação, troca de e-mails, orçamento, é administrada pelos outros integrantes. Eles dividem os ganhos de acordo com o tempo de trabalho, no caso, Antônio Parreiras ganha proporcional por ter outro trabalho. Ele participa das pinturas do coletivo apenas nos finais de semana devido a seu compromisso. Um dos pontos mais “difíceis” é lidar com os egos, mas ele não vê como algo negativo, porque, no fundo considera discussões de ideias.

Anita Malfatti conta que os sócios do coletivo do qual participa saíram do Núcleo Urbanóide, percebendo o nicho de trabalho que estava se abrindo, devido ao interesse de pessoas e empresas pelas pinturas com inspirações da rua, criaram a empresa com esse foco, pintura indoor e fachadas. Hoje, tem vários trabalhos, inclusive de mobiliários com a identidade dos artistas. Anita Malfatti esclarece que: *“Queriam fazer uma pintura com as técnicas que a gente usa na rua dentro de casa ou fachada de empresa e que tava sendo tratada, às vezes, meio... não tem muita regra, né. As pessoas vão te procurar, elas não sabem que procedimento, porque tu vai lá, tu faz todo um projeto, tu esboça, tu perdi um tempão desenhando, e aí a pessoa ‘ah não quero mais’, ou tipo não tem noção de preço. Quanto que a gente gasta e tal, então, eles fizeram um escritório, mais assim pra esse público, assim sabe, uma das coisas que a gente faz é sempre cobrar, a gente passa o orçamento. Tem um valor meio padrão, geralmente, casa é seis metros quadrados, e aí tem um valor padrão, mas claro dependendo, se for muito grande o metro quadrado, fica mais barato. [...] claro, às vezes, é um amigo, às vezes é uma pessoa ... de repente é um lugar que não tanto pra ti pagar, mas que vai circular muita gente, que é um lugar que ti interessa tá ali, aí o preço varia é claro, mas a gente cobra mais ou menos padrão e sempre, assim, a gente pega orça o valor, faz o orçamento; e quando esse orçamento é aprovado, a gente pedi trinta por cento adiantado, porque, às vezes, tu começa a criar, tu gasta um tempão fazendo o desenho [...]”*.

Anita Malfatti vê positivamente o trabalho em coletivo, pois precisa dividir as tarefas e vender seus trabalhos e saber avalia-los. Seus colegas de trabalho são mais experientes nesses aspectos. Constata que os fundadores do coletivo sabem negociar, chegar aos lugares em

potencial. Os sócios têm mais trabalhos, os não sócios fazem mais pintura residencial e pinturas para empresas, os clientes escolhem pelo estilo do artista. Quando o trabalho é maior, os quatro integrantes participam. Gosta do apoio dos colegas, pois acredita ter menos desenvoltura para negociar e falar em público. As despesas do local da sede do coletivo são divididas pelos dois sócios que dividem, também, um percentual pelos trabalhos que outros participantes fazem por intermédio do coletivo.

Quando pensam no futuro tanto profissional quanto pessoal, mostram algum receio pela incerteza do que está por vir. O que é comum entre eles é a vontade de seguir fazendo “arte”, poder usar a criatividade como impulsionador de suas trajetórias. Ao criar seus produtos, a partir de suas ideias e inspirações, estão aprendendo sobre si mesmos e recriando-se como sujeito e como artista, o profissional influenciando o pessoal e o pessoal influenciando o profissional. Desenvolvem seus processos criativos e nesse caminho amadurecem os processos profissionais como forma de levar seus trabalhos com êxito.

Arcangelo Ianelli preocupa-se em seguir com sua arte, inovar para destacar-se. Considera que é preciso ter conteúdo, não “fazer letrinhas”, expõe algumas inspirações e exemplos de grafiteiros desejosos em viver de arte e serem de vanguarda e que hoje vendem telas pelo mundo. Vê positivamente seu trabalho e seu futuro profissional como artista, mesmo que hoje o mercado não esteja lucrativo, assim como acredita que é inevitável conseguir manter-se de arte: “[...] *eu não pretendo parar, tipo eu tô aí nisso há uns sete, sei lá, oito anos, quando vê tô com dez, quando vê tô com vinte. Com vinte anos, tu fazendo a mesma coisa, como é que tu não vai... surgir algo, sabe. Então, eu só tô esperando, na verdade*”. O desenvolvimento de seu trabalho está em fazer, em ter muitas ideias e colocá-las em prática.

Aos vinte anos, iniciou num processo – segundo Arcangelo Ianelli – ansioso e entediante, de não se contentar com nada, esse nervosismo é decorrência de sua ligação ao mundo adulto e a responsabilidade que percebe nessa transição, dizendo ser “coisa de adulto”. Arcangelo Ianelli percebe um nervosismo que relaciona aos adultos: “[...] *agora eu já tenho que fazer minhas coisas por mim, correr atrás do meu dinheiro, se não, não tenho dinheiro. Tipo acabou mamãe, acabou a mamata, é meio apavorante isso*”.

Candido Portinari apresenta uma preocupação associada ao seu futuro como artista, “[...] *viver minha vida em função disso. O espiritual, profissional, o coração tem tudo que acompanhar a arte. Tudo tem que acompanhar quem eu sou*”. Afirma que projetou algo grande para ele de sempre pintar. Considera ter feito muito em pouco tempo enquanto alguns demoram vinte anos para despontar. Está no caminho para a realização profissional, precisa

ter mais ganhos com a arte, porque seus ganhos são, ainda, muito insertos. Precisa ter mais vivência, mais anos de trabalho para consolidar-se profissionalmente, pontua Candido Portinari.

Iberê Camargo afirma estar no caminho certo, em ser o que é. Sua prática aprimora seus traços e lhe amplia seu conhecimento, desenvolvendo sua trajetória como grafiteiro, compreende-se em movimento, produzindo para não se estagnar, “[...] *tem que tá sempre aprendendo, tu nunca pode se considerar um ótimo profissional, todo dia aprendendo, todo dia construindo. Eu sou muito exigente comigo mesmo, acho que eu nunca vou me sentir 100% realizado, posso tá próximo, mas nunca*”. Tem uma visão positiva e quer propagar o bem em tudo o que faz.

Antônio Parreiras preocupa-se com o graffiti devido ao contato com o spray. Pois, possui uma composição tóxica, ele, portanto, tem receio de não poder mais usá-lo. Reforça não conseguir usar a máscara enquanto pinta por ter dificuldade em respirar com ela. De um modo geral, confiante no que é e no que projetou, pois está realizando alguns projetos e pretende pintar mais na rua. Antônio Parreiras prefere não buscar referências no graffiti, nem acompanha muito o que está acontecendo. Suas referências são Van Gogh, acompanha o cinema, a moda, a música para desenvolver seu estilo e, assim, encaminha o aprimoramento do seu trabalho.

Tarsila do Amaral vê seus estudos realizados na faculdade, outros cursos frequentados, shows, palestras como alicerces para a sua carreira, para ela oportunizou “[...] *me equilibrar tanto pra academia quanto para o underground*”. As horas que passou em claro, nas madrugadas, suas viagens, suas amizades, suas descobertas com os pares foram fundamentais para seu trabalho que exprime seu amor pela arte, que sempre a impulsiona.

De um modo geral, o que preocupa os artistas aqui entrevistados é se ainda irão produzir “arte” e se terão inspirações pelo resto da vida e conseguirão manter-se desta atividade. Tarsila do Amaral almeja morar fora do Brasil, comprar sua casa e construir um atelier para pintar. A realização para Tarsila do Amaral é algo que os artistas não devem almejar, pois seria sua estagnação, viver de momentos de satisfação, no entanto, são importantes, pois o artista tem um perfil em que o desafio e a aventura fazem a diferença. Segundo Tarsila do Amaral, “[...] *procuro sempre modificar detalhes, criar rupturas dentro da minha produção, aplicando colagens diversas no caso do atelier, buscar fontes, artistas referentes, documentários que me alimentem desafios*”.

Abigail de Andrade argumenta sobre sua relação com o mundo virtual e o que influência seu trabalho, como, por exemplo, pessoas de outros países, pessoas que não a

conhecem e não sabem sobre o Brasil e lhe enviam convites para ir a outros países. Reflete também sobre essa relação com o virtual no qual algumas pessoas, muitas vezes, estão tão preocupadas em postar o que fazem, ao invés de se preocupar com a produção em si, “tu fica um pouco refém disso, ainda mais quem trabalha com isso”. A entrevistada reflete, também, sobre as oportunidades que conquistou: “[...] *áí, naturalmente, as coisas acontecem pra mim, aconteceu tudo de uma maneira muito natural, talvez, por sorte as coisas foram acontecendo. Não busquei muito as coisas. Comecei a desenhar, teve a coisa da ilustração que eu fui com o portfólio, mas a rua foi... ali que as coisas começaram a acontecer, assim pintando. Na rua, tipo eu não fui atrás de nada, simplesmente, tava ali, as pessoas começaram a ver e começaram a se identificar. Eu criei uma identidade, isso é muito importante, porque do artista ter um estilo, ter identidade, o desenho ter identidade, isso daí é tudo né*”.

A partir desse conhecimento, as pessoas se aproximam de Abigail de Andrade para adquirir um trabalho, buscando um desenho não encomendado, e diz “nem vou fazer, pode até pedir”. Abigail de Andrade trabalha com projetos autorais: “*Eu vou fazer o meu desenho, eu vou fazer o desenho que eu nem preciso escrever, meu nome embaixo, que a pessoa vai saber que o meu próprio estilo, meu próprio traço é minha assinatura. Então, isso é importantíssimo. Acho que pro artista em geral, não só pra mim, ter um estilo consolidado, ter uma identidade, uma marca no seu traço, no seu trabalho*”.

Sua preocupação em relação ao futuro profissional está em torno da continuidade de seu trabalho criativo, estar sempre em locais que a estimulem a criar. Para o desenvolvimento de seu trabalho, considera importante estar sempre produzindo e assim, naturalmente, evolui, estimula e aprimora sua técnica e sua criatividade. Considera-se privilegiada e realizada pelo fato de fazer sua arte. Contudo, não está plenamente satisfeita, porque pode fazer mais, ir mais longe em relação a sua produção.

Anita Malfatti preocupa-se com seu futuro, caso tenha um filho, pois quer sustentá-lo com dignidade. Preocupa-se também com sua saúde e em ter sempre ideias para o desenvolvimento de seus trabalhos. Não quer se tornar repetitiva, mas se isso acontecer, ela pensa ser, por exemplo, diagramadora de livro, pois fez um curso nessa área. Expressa a preocupação da família em relação a seu futuro, quando sua irmã fala para cursar licenciatura, porque seria um trabalho mais garantido, Anita Malfatti contrapõe: “[...] *só que eu tô vendo, que eu não nasci pra dar aula, mas também tem essa coisa assim, que eu tava te falando do artista. O artista depois que ele conquista um valor, dificilmente, o valor dele cai, depois que ele já tá legitimado por algumas pessoas que são formadoras de opinião. Nesse sentido, então, dificilmente, um trabalho teu, tu só vai conquistando coisas, dificilmente tu retrocede*”.

Anita Malfatti também reflete sobre a vida que imaginava que teria quando tivesse a idade atual: *“Quando eu era criança, eu queria ser aeromoça. Com essa idade, já ia tá casada e ter filhos com uma vida estável e pagando plano de saúde e chegando em casa pra ver a novela as nove da noite. Talvez, ter minha casa, já imaginava quando eu tivesse trinta e um, já teria minha casa, já ia ser mais independente, mas não acho horrível também”*.

Para Anita Malfatti, seu aprimoramento profissional relaciona-se à realização de trabalhos mais autorais, trabalhos “mais briefados” como ilustrações, por exemplo. Ela deseja produzir diferentes atividades por ser produtivo, por exemplo, estampas para uma marca, pois só pintura ou colagem paralisa seu trabalho, *“[...] gostaria de variar bastante os meios, os fins, as técnicas e poder trabalhar, talvez, eu não fique tão boa, às vezes, quando tu te dedica só a uma coisa, tu fica muito boa naquilo, mas eu não gosto”*. Ela não se vê pintando apenas com tinta spray, porque acarreta desconfortos a sua saúde, usa, então, máscara, mas quando a esquece sente-se mal, esse tipo de trabalho causa-lhe, também, dores nas costas pelo peso que carrega.

Anita Malfatti discute a relação entre o jovem artista e aquele de formação “tradicional”: *“Eu acho, assim, que pra gente que trabalha com arte é mais difícil de conquistar um espaço do que pra alguém que já se forma em economia, já vai com um trabalho num banco, já sobe de cargo, já tem um emprego estável, tu não vai sair da faculdade de artes com um trabalho conhecido que vão te fazer mil propostas, demora mais”*.

Acrescenta que não se imagina trabalhando como economista, por exemplo. É preferível ter as dificuldades que atribui a sua opção de trabalho, pelo seu conteúdo e seu ambiente do que se submeter a um trabalho formal. Prefere desenvolver seus trabalhos por conta própria a ter alguém mandando e dizendo o que deve fazer.

Benedito Calixto, para seu aprimoramento profissional, desenha todos os dias e considera que isso desenvolveu seu trabalho em pouco tempo. Procura desenhar, estudar e assistir a entrevistas, sempre focado no que deseja criar. Sua maior realização é conseguir manter-se de sua arte, a qual dependerá de suas metas e de sua experiência, sua prática. Também almeja atingir seu objetivo com foco e sempre trabalhando e aprimorando seus traços e atividades artísticas. Resume seu pensamento dizendo que *“[...] só com o tempo mesmo. Vai olhar os caras que tão estourando aí, eles tão há vinte, quinze anos, no mínimo. Eu sei que não vai ser de um dia pro outro”*.

Pedro Américo diz desenhar desde a infância quando sua escolha profissional surgiu do desejo pelo desenho. Afirma que projetou as atividades que desempenha hoje. Quando era

mais jovem, não trabalhava como ilustrador o que define como algo estafante e relata serem “trabalhos normais”.

Alguns, com seus cursos superiores, carregam estes ensinamentos produzindo sua arte, mas o que prevalece é o aprendizado com seus pares e suas idas à rua onde aprimoram seus traços. Os artistas circulam da rua às ofertas esporádicas de trabalho as quais, muitas vezes, eles abrem caminho. A motivação principal desses artistas são seus trabalhos autorais. Muitos pontuam a inexistência de um mercado de arte em Porto Alegre, o que acarreta frustração para alguns, pois seria mais um caminho no qual poderiam trilhar a tão almejada “carreira artística”. Ser artista e fazer exposições em galerias seria alçar um patamar mais elevado em suas produções, seria também direcionar seus trabalhos a esse nicho, moveriam um possível mercado de arte como os existentes em outras cidades.

Ao desempenharem trabalhos enfadonhos e repetitivos em organizações fechadas, sentiram uma espécie de trauma. Trabalhos dos quais não viam um reconhecimento pelo esforço aplicado, muitos pensam ser natural a inserção no mercado artístico por terem facilidade com o spray e o pincel e por gostarem de expressarem-se. Há, na arte, uma relação com a visibilidade, sendo um incentivo os comentários elogiosos, um impulso para continuar pintando. No entanto, esses artistas não suportam essas relações de trabalho que cerceiam o prazer. Mesmo as desvantagens que apontam, como o exemplo do período de não trabalho, os impulsionam a correr atrás, a se aprimorarem, estudando, praticando sua arte.

As profissões de sonho tradicionais estão ligadas, normalmente, a um curso superior e a uma profissão de prestígio como médico, engenheiro etc. Alguns princípios, que estimulavam os jovens a enfrentarem a educação superior como segurança, estabilidade, empregabilidade etc, hoje já não as garantem. As incertezas presentes no mundo do trabalho concorrem com outras expectativas que perpassam outros contextos sociais como das culturas juvenis. Diante deste quadro, os grafiteiros preferem correr riscos com seus trabalhos independentes, porque já não confiam no que os cursos mais tradicionais lhes trariam como vantagens e retorno pessoal. Os grafiteiros entrevistados optaram por cursos na área cultural e artística, os quais podem aprimorar seus conhecimentos nesse ramo com a intenção de continuar vivendo seus estilos de vida e sua profissionalização junto à economia criativa.

As vivências nestes contextos sociais influenciam nas escolhas e expectativas profissionais, abrindo novos horizontes para os jovens percorrerem cursos e trabalhos dos quais nas transições ao mercado criam novos caminhos. No caso deste estudo, a referência é o trabalho nas ramificações em torno do graffiti. A forma como o graffiti é divulgado nas mídias sociais, novelas, por exemplo, apresentam-no como algo diferente, bonito,

distanciando-o da pichação, tornando-o uma atividade bem vista, abrindo um mercado, um caminho para os jovens grafiteiros serem solicitados a pintar. Primeiramente, isto ocorre em casa de conhecidos e, depois, abrangendo outros clientes e assim perceberam uma possibilidade de retorno financeiro com sua arte inspirada na rua.

Esse mercado do qual os grafiteiros ainda estão apropriando-se tem muito de amadorismo, mas eles aprendem, com a prática e na relação com os clientes, a criar condições mais profissionais como o momento de colocar preço, negociar condições etc. É um caminho a percorrer na busca da organização social desse nicho de mercado. Há o caso de possuir uma agência que poderia os representar, todavia a maioria trabalha negociando suas produções diretamente.

Para Ferreira (2014, p. 08),

Essas ‘artes de viver bem’, a dado momento do percurso de vida de alguns jovens, começam a acelerar sonhos e projectos que proporcionam ao jovem o seu prolongamento à esfera laboral. São actividades, portanto, que permitem aos jovens não só viver a sua condição nas cenas juvenis com que se identificam (como consumidores ou praticantes), mas também viver das cenas juvenis de que fazem parte (como produtores), integrando coerentemente experiências passadas e circunstancias presentes que lhe proporciona um sentimento de auto-realização identitária em larga extensão na sua vida cotidiana.

Os grafiteiros, ao longo do tempo, criaram estratégias criativas para negociar e realizar suas artes com essa aprendizagem, podendo vislumbrar caminhos para uma atuação profissional mais horizontalizada e formas societárias mais diversas.

As vivências da cena juvenil ligadas à cultura de rua foi desenvolvendo-se nesses artistas – tanto aqueles que têm um tempo escolar mais curto quanto aqueles que concluíram o ensino superior – um impulso no caminho da iniciação de identidades profissionais autorrealizadas devido a inserção deles como produtores das cenas juvenis, no caso, o graffiti. Mesmo não sendo um sonho desde sempre em suas vidas, mas no momento que foram aprofundando seus conhecimentos na arte de grafitar deram-se conta, como os próprios grafiteiros gostam de dizer, de que eram exímios conhecedores dessa arte e outras perspectivas de trabalho não os motivavam como este caminho em torno da profissionalização do graffiti. Muitos levam para a tatuagem esta linguagem, pois esse mercado parece promissor. O graffiti e a profissionalização nessa área tem ligação com a socialidade, que envolve os grafiteiros e vão se construindo como profissionais, porque uns dão dicas aos outros e alguns trabalhos são realizados coletivamente.

Para esses jovens, é importante conciliar o prazer nas atividades laborais, bem como a criatividade, a liberdade, distanciando-se de instituições prescritivas que conflitam com a ética do prazer e da criatividade. O objetivo está em relacionar o trabalho com o estilo de vida escolhido, enfatizar a autoconstrução, também, pelas coisas que produzem.

Com seus trabalhos no âmbito da economia criativa, os grafiteiros entrevistados estão abertos a influências de fora, tanto influências de pessoas de outros países como influências de outros profissionais os quais mantem relações e, assim, absorvem aprendizados de outras áreas. As redes sociais contribuem para seus trabalhos, por isso, também, são profissionais multitarefa, por estarem sempre conectados a várias redes e por fazerem atividades mais operacionais tomando parte considerável de seu tempo criativo. Pelas redes sociais, estes profissionais conseguem distribuir seus produtos e, também, os resultados de seus trabalhos. Esses elementos devem-se, outrossim, à natureza de seus trabalhos e por sua irregularidade, por serem autônomos desenvolvem várias frentes com a intenção de diversificar seus produtos para complementarem sua renda. Os trabalhos não regulares influenciam nas perspectivas e expectativas futuras.

As transformações tecnológicas influenciam no trabalho destes artistas, não só pelas redes sociais, mas a forma como criam em programas de computador as ilustrações que transformam em produtos. Estas transformações também influenciam nos produtos e serviços e nas relações desenvolvidas em seus trabalhos.

Assim, aprendem formas de se manter no mercado, utilizando formas combinadas de práticas que dão sustentação a seus trabalhos, com isso aprendem coletivamente esses fazeres. Com o graffiti, desenvolvem a solidariedade por meio de um processo de fazer coletivo, quando dividem saberes nas ruas, principalmente, quando fazem murais e outros trabalhos maiores com mais artistas participando. As relações solidárias e amistosas estão presentes do mesmo modo quando uns auxiliam os outros no âmbito mais burocrático e de negociação de valores, dando dicas uns aos outros. Aqueles com um perfil mais comercial auxiliam os demais. Nesse ramo, criam pequenos coletivos ou por meio da amizade como o graffiti os aproximou, levando ao âmbito profissional essas relações e acionando essas redes quando necessário. A sociabilidade aparece como ponto importante.

Os jovens que já trabalharam em empregos mais rotineiros reclamam do vazio causado em consequência da indiferença sentida nas relações de trabalho, era um estar presente sem se sentirem vinculados à empresa a qual estavam trabalhando. Com a profissionalização do graffiti, a veem com outra perspectiva, inversa a daqueles trabalhos rotineiros, perspectivas pelas quais vislumbram um caminho mais fortuito e engajado.

Em decorrência dos trabalhos na economia criativa, aprendem a inovar e criar produtos para desvencilharem-se da precariedade circundante ao mundo do trabalho, priorizando a criatividade, a espontaneidade, a geração de ideias, a inovação permanente, como aponta Cruces (2012). Outra tendência indicada por Cruces (2012) e presente na relação desses grafiteiros com o trabalho, é conciliar o estilo de vida com a inovação elencada em suas vidas pessoais e profissionais priorizando a autonomia. Esses artistas consideram que o seu tempo de trabalho é maior que o de um trabalhador “normal”, por desenvolverem múltiplas tarefas mesclando o mundo artístico e o mundo empresarial, elementos que perpassam o mercado na economia criativa.

O caminho profissional é trilhado no próprio caminhar, seguindo os dois processos argumentados por Almeida (2012), no âmbito da economia criativa: a criatividade sendo atrelada ao espaço da empresa e a criação artística incorporando elementos do campo profissional como competência, assertividade, responsabilidade vinculados a modelos empresariais. Isto decorre na criativização da profissão e a profissionalização da criatividade e, a partir destes processos, despontam coisas novas e originais.

Como viu-se no início do capítulo, Canclini (2012) e Almeida (2012) apontam que, há alguns anos, os trabalhos nas esferas criativas possibilitavam pensar em uma carreira – ao contrário do que ocorre hoje – levando-se em conta que os profissionais absorvem trabalhos temporários. No caso dos grafiteiros aqui entrevistados, trabalhar por projeto já é por eles considerado um hábito, pois não trabalham com a sensação de perda e porque a noção de carreira não permeia o imaginário desses jovens. Estes sentimentos não levam a um questionamento em relação a uma sociedade almejada, visto que os processos ficam fragmentados e não se tem a ideia do todo. Contudo, podem ser as brechas que esses jovens vislumbram com certo otimismo, fazendo contraponto em relação às grandes empresas e à indústria cultural organizando produções culturais de maneira a permear os entraves às suas presenças no mercado de trabalho. Por outro lado, são estratégias menores, mais individuais para questões que abarcaria soluções mais coletivas, derivadas de problemas construídos socialmente.

3.3 IDENTIFICAÇÕES PROFISSIONAIS

Para pensar a questão da identidade dos jovens grafiteiros, inicia-se com a discussão de um texto que Dayrell e Faria (2014) apresentaram no congresso *Juventudes e a nova cultura do trabalho* sobre o mundo profissional da arte, mais especificamente do trabalho de

músicos. Com esse pensamento, contribui para compreensão das identidades profissionais dos grafiteiros.

Conforme mostram Dayrell e Faria (2014), há estudos sobre a temática educação-trabalho em grande número, no entanto, ao se referir a outras formas de trabalho, diferente do assalariado industrial, as temáticas foram pouco exploradas como o mercado artístico, por exemplo. Os autores frisam que:

A construção de um conceito de formação artística também se apresenta como desafio teórico, já que as noções de dom, de gênio inato, de vocação ou de uma ‘eleição’, parecem ter mais força no campo artístico do que em qualquer outro. Nas Ciências Sociais há um claro entendimento de que as chamadas ‘vocações’ artísticas são produtos de processos específicos de socialização e aprendizagens estéticas, que se dão em espaços como a comunidade, a família, a escola e o trabalho (BECKER, 1977; BOURDIEU, 1996 *apud* DAYRELL; FARIA, 2014, p. 29).

A arte vista como trabalho não era tema de discussão. Recentemente, esse assunto entrou em debate, não apenas no Brasil. Segundo Dayrell e Faria (2014), o autor Pierre-Michel Menger abriu esse campo para teorizações sobre arte e trabalho. São importantes investigações em torno desta temática que se mostra como fluido e instável;

O campo artístico como opção de inserção no mercado de trabalho é um espaço a ser investigado, em especial. É instigante conhecer como jovens, que percentualmente possuem um índice maior de desemprego, enfrentam as dificuldades inerentes a esse segmento, mas procuram viabilizar uma carreira artística para sua realização pessoal e profissional.

Os jovens têm trajetórias de transição para a vida adulta descontínuas e variáveis, mesmo hoje, com a possibilidade de continuar os estudos até o nível superior, já que as possibilidades para isso são diversas, esse fato não está relacionado com maior facilidade de conseguir um emprego. Portanto, os jovens, mesmo sendo uma geração com mais escolaridade, enfrentam problemas de inserção social (DAYRELL; FARIA, 2014).

Alguns temas foram consolidados nas pesquisas ao se tratar de jovens e trabalho como desemprego, precarização, restrições ao primeiro emprego, articulações entre mutações no mundo do trabalho e demandas em relação à educação; e outros temas como problematização da centralidade e dos sentidos do trabalho aparecem em pesquisas sobre a temática relacionada a jovens e trabalho (DAYRELL, FARIA, 2014). Para esta pesquisa, o que interessa, é analisar o que os jovens buscam no mercado de trabalho para se sustentarem e se realizarem num mercado tão competitivo. Conforme indicam Dayrell e Faria (2014), seguem os dados da Secretaria Nacional da Juventude de 2013:

Hoje, os jovens (15 a 29 anos de idade) correspondem a 26,1% da população brasileira. Destes, 53% desenvolvem algum trabalho remunerado, 47% que não trabalham e 26% da população jovem compõem um grupo de alta vulnerabilidade social que não trabalha nem estuda (DAYRELL, FARIA, 2014, p. 31).

Conforme expressam Dayrell e Faria (2014), há características ressaltadas por alguns autores em relação aos processos de transição para a vida adulta, aparecendo com mais frequência as seguintes:

A postergação do ingresso no mercado, o prolongamento do tempo e das possibilidades de formação, a gradativa mistura do tempo de trabalho e não-trabalho, a concentração da oferta de trabalho no setor de serviços (terceirização) e nas organizações de locação e intermediação de mão de obra (terceirização) (DAYRELL; FARIA, 2014, p. 31).

Ainda para os mesmos autores,

O ingresso no mundo do trabalho para os jovens é um processo complexo, envolvendo uma negociação entre desejos (próprios e dos outros), aptidões, habilidades, formação, condições materiais, conhecimento sobre o campo de trabalho e expectativas de reconhecimento simbólico e material das ocupações (DAYRELL; FARIA, 2014, p. 31).

Diante desse quadro, não seria estranho pensar que os jovens procuram ocupações também no mundo das artes (DAYRELL; FARIA, 2014). No mundo artístico, os jovens podem desenvolver suas aptidões e trabalhar com aquilo que acreditam para o seu futuro, e não trabalhos precarizados que atuariam apenas para sobrevivência. Mesmo levando em conta a dificuldade que é viver de arte, os jovens optam por esse caminho, pois acreditam ser mais atrativo para seus ideais.

Dayrell e Faria (2014) frisam que está se abrindo um leque de possibilidades para a entrada no mundo artístico como possibilidades de formação em cursos técnicos, universitários, etc. Deste modo, há uma ampliação de inserção neste campo para poder consumir arte, inclusive pelo fato de que a indústria cultural brasileira está em expansão mais que a média da economia nacional (DAYRELL; FARIA, 2014).

A principal dificuldade de se manter com o trabalho artístico é a falta de regulamentação do universo cultural, é volátil e não possui um alinhamento entre oferta de mão de obra e de trabalho. Dayrell e Faria (2014) sublinham que há um desafio em problematizar a noção de trabalho artístico como construção teórica e epistemológica.

Mesmo com o crescimento da economia dessa cultura no Brasil, passam inúmeras incertezas relacionadas tanto ao público que consome arte, este que pode questionar a

necessidade, o valor quanto ao próprio produtor, que, por sua vez, pode questionar em relação às preferências e às vontades do público à qualidade do produto e sua acessibilidade. Estes pontos elencados demonstram as incertezas e desigualdades presentes nesse mercado de trabalho (DAYRELL; FARIA, 2014).

Para compreender o trabalho artístico, é necessário entender como os artistas constroem suas identidades nesse universo profissional, o tempo que dedicam e como se sustentam com essa atividade. Para pensar questões como estas, trabalhar-se-á com os conceitos de socialização e identidade baseado em Dubar (2005) e Hall (2000).

No prefácio do livro *A socialização*, Dubar (2005) destaca o conceito de socialização como conceito básico da Sociologia. Acrescenta que as teorias da socialização estão entre as grandes teorias das Ciências Sociais. O autor ressalta, quando se refere à teoria da socialização e ao autor Piaget, a tentativa deste em superar a oposição entre individualismo e holismo. A socialização, na França, estava permeada pela questão da socialização da criança e todo o processo que isto implica, levando a pensar o desenvolvimento do ser humano desde a infância até a idade adulta. Piaget criticava a forma como Durkheim conceituava a socialização e se distanciava pelo fato de a ver como uma concepção relacionista, diferente da visão holista de Durkheim, porque valorizava a coerção e subestimava a cooperação. Para Piaget, a socialização não pode ser vista como inculcação (DUBAR, 2005).

Segundo Dubar (2005), a partir dos anos 1980, nos Estados Unidos e Grã-Bretanha, o conceito de socialização foi pensado de forma diferente do que se pensava anteriormente. O autor chamou essa nova concepção de “construção social da realidade”. Os autores citados que trouxeram à tona essas concepções foram Max Weber, Schultz, Georg Simmel, Mead, Peter Berger e Thomas Luckmann estes últimos com o livro *A construção social da realidade*, que com ele trouxeram a distinção entre a socialização primária e a secundária. Com isso, o conceito de socialização vai ultrapassar as fronteiras do campo escolar e da infância e se expandir ao campo profissional (DUBAR, 2005). Para Dubar (2005, p. XVII),

[...] se a socialização já não é definida como ‘desenvolvimento da criança’ nem como ‘aprendizado da cultura’ ou ‘incorporação de um habitus’, mas como ‘construção de um mundo vivido’, então esse mundo também pode ser desconstruído e reconstruído ao longo da existência. A sociologia se torna um processo de construção, desconstrução e reconstrução de identidades ligadas às diversas esferas de atividade (principalmente profissional) que cada um encontra durante sua vida e das quais deve aprender a tornar-se ator.

Cada ator define a si mesmo e também aos outros, possuindo uma definição da situação na qual se insere. Suas autodefinições não têm a ver somente com o contexto. Cada

um tem uma história que vai influenciar em suas identidades. Os atores não vão definir suas identidades a partir de circunstâncias atuais, contatos atuais, mas relaciona-se com às trajetórias pessoal e social. Assim, a trajetória subjetiva dos atores é o produto da interpretação de seu passado e as projeções antecipatórias do futuro (DUBAR, 2005).

A identificação de uma pessoa como ator social apresentam dois eixos, um sincrônico e outro diacrônico. O sincrônico ligado ao contexto da ação, relacionado a um espaço determinado. O eixo diacrônico versa sobre a trajetória subjetiva, a partir de uma interpretação de uma história construída socialmente (DUBAR, 2005).

Esses dois eixos trazem dualidade. As identificações são problemáticas, porque se dividem entre as identificações oficiais, aquelas definidas por outrem e aquelas identificações subjetivas, em que o indivíduo reivindica a si e as quais vão ser reconhecidas por outrem. Essas formas de identificação são denominadas por Dubar (2005) como formas identitárias. As formas identitárias articulam dois sentidos do termo socialização e do termo identidade como nos mostra o autor: “[...] a socialização relacional dos atores em interação em um contexto de ação (as identidades para o outro) e a socialização biográfica dos atores engajados em uma trajetória social (as identidades para si)” (DUBAR, 2005, p. XX).

O autor ressalta que não há uma identidade essencial, as identidades são denominações relativas e fazem parte de um contexto específico. Segundo Dubar (2005, p. XXI), “[...] todas as identidades são construções sociais e de linguagem que são acompanhadas, em maior ou menor grau, por racionalizações e reinterpretações que as vezes as fazem passar por essências intemporais”.

A identidade cultural de grupo não é natural nem formada a priori. Esta identidade consolida-se a partir de ações construídas individualmente e coletivamente. Isso se dá pelo fato de essas identidades serem frutos de processos históricos realizados em contextos simbólicos. O autor coloca que o termo “identificações” adequa-se por conta disso. No entanto, o termo identidade traz consigo um elemento que é importante para essa abordagem que é “[...] a subjetividade no cerne dos processos sociais” (DUBAR, 2005, p. XXI).

A falta de trabalho é um sofrimento para o indivíduo, recaindo sobre sua autoestima, conseqüentemente, é uma perda também na troca com os outros e trata-se do que Dubar (2005) denomina de uma ferida identitária. Já o reconhecimento, devido ao desenvolvimento do seu trabalho, traz um sentimento positivo e trocas com os outros, mesmo que esses relacionamentos sejam conflituosos. O trabalho traz oportunidade de construção de identidade pessoal, criatividade, ou seja, o sociólogo não pode ver o trabalho como uma simples relação econômica (DUBAR, 2005).

A identidade é construída desde a infância e é reconstruída ao longo da vida. Entretanto, a identidade não é construída pelo indivíduo sozinho. Conforme ressalta Dubar (2005), ela depende dos juízos dos outros, das orientações e das autodefinições dos indivíduos. Portanto, as identidades são fruto de diversas socializações pelas quais passamos.

O termo socialização, na história das Ciências Sociais, teve vários sentidos e muitos deles com conotação negativa como, por exemplo, inculcação das crianças. O autor mostra que excluir o termo não resolveria o problema. Ele questiona como sealaria em identidade na sua dinâmica sem considerar sua construção individual ou social, tentando mostrar como o termo “socialização” é importante nessa questão (DUBAR, 2005).

Dubar (2005) salienta que Piaget via a socialização como uma construção, caracterizada como ativa e, inclusive, interativa, em que novas regras são incluídas, implicando a apreensão da noção de justiça. Com isso, distancia-se a ideia de coesão e está inserida nas regras de cooperação.

Dubar (2005) reforça essa perspectiva, ressaltando a característica da socialização como um processo interativo e multidirecional. A socialização se desenvolve como uma transação entre socializado e socializadores, que é adquirida, supondo renegociações entre os envolvidos. A socialização é uma construção. Como diz Dubar (2005), ela vai de lenta a gradual a partir de referências e avaliação do real, em que o indivíduo seleciona as formas que prefere comportar-se diante de uma situação. Para Dubar (2005, p. 24),

A socialização é enfim um processo de identificação, de construção da identidade, ou seja, de pertencimento de relação. Socializar-se é assumir seu pertencimento a grupos, ou seja, assumir pessoalmente suas atitudes, a ponto de elas guiarem amplamente sua conduta sem que a própria pessoa se dê conta disso.

As identificações dos indivíduos não são únicas. Este fato deve-se aos vários grupos que os indivíduos participam como os grupos de referência e pertencimento. As identificações são múltiplas, pois os indivíduos vivem algumas implicações como o desejo de ser como os outros,

[...] aceitos pelos grupos a que pertence ou quer pertencer, e o aprendizado da diferença, até mesmo da oposição com relação a esses grupos, a criança deve construir sua própria identidade por uma integração progressiva de suas diferentes identidades positivas e negativas (DUBAR, 2005, p. 24).

Para Dubar (2005, p. 30) “[...] a socialização já não termina com a entrada no mercado de trabalho, mas se prolonga por toda a vida seguindo o mesmo mecanismo básico”. Com isto, o postulado de que o indivíduo almeja, ou seja, a conformação ou simples reprodução

das tradições culturais de um grupo não se sustenta, nem tão pouco o que o indivíduo otimiza em suas posições de poder. Os indivíduos buscam reconhecer-se pelos outros e assim atingir um bom desempenho. Portanto, a socialização não se reduz a esse fato. A socialização não configura um simples condicionamento do indivíduo, ela envolve troca e é, por isso, uma relação societária, envolvendo interesses interligados. Assim os indivíduos, reconhecem-se como membros de um grupo (DUBAR, 2005).

A identidade construída durante a socialização primária não se apaga completamente com a socialização secundária, o que pode acontecer de uma identidade especializada transformar-se em outra. Essas transformações possíveis na socialização secundária levam o indivíduo a construir outros mundos e não seguir de forma reprodutora aquilo que foi interiorizado na infância (DUBAR, 2005).

A identidade possui uma dualidade que se apresenta na identidade para si e na identidade para o outro, pois estão ligadas problematicamente. Ela desenvolve-se de forma problemática, porque a experiência do outro não está diretamente ligada ao eu e precisamos da comunicação para acessar a identidade que nos é atribuída, forjando uma identidade a nós mesmos. Mas nunca teremos certeza da identidade que temos de nós mesmos igualando-nos a que o outro nos atribuem. Para Dubar (2005, p. 135) “[...] a identidade nunca é dada, ela sempre é construída e deverá ser (re)construída em uma incerteza maior ou menor e mais ou menos duradoura”.

A identidade predicativa de si, aquela específica da pessoa, a partir da história de sua vida individual, e a identidade que lhe é atribuída de fora não necessariamente precisam corresponder. Portanto, “[...] é pela e na atividade com os outros, o que implica um sentido, um objetivo e/ou uma justificação, uma necessidade, que um indivíduo é identificado e levado a endossar ou a recusar as identificações que recebe dos outros e das instituições” (DUBAR, 2005, p. 138).

Pode haver um desacordo entre a identidade virtual e a identidade real. A identidade atribuída ao indivíduo pode não estar ligada à identidade que o indivíduo se dá ou mesmo elabora. Dubar chama isso de estratégias identitárias no intuito de dirimir essa distância. O que pode acontecer são transações internas (transação subjetiva) e externas (transação objetiva). Esta acontece quando o indivíduo tenta acomodar a identidade para si à identidade para o outro. E a transação interna busca preservar identidades anteriores e construir novas identificações para um futuro, confirmando a identidade para o outro e identificando-se com ela. Nesse processo de socialização, de transação subjetiva, o indivíduo procura adequar-se a um grupo ao qual almeja pertencer (DUBAR, 2005).

A transação subjetiva depende, de fato, das relações para com o outro, constitutivas da transação objetiva. A relação entre as identidades herdadas, aceitas ou recusadas pelos indivíduos e as identidades visadas, em continuidade às identidades precedentes ou em rupturas com elas, depende dos modos de reconhecimento pelas instituições legítimas e por seus agentes que estão em relação direta com sujeitos envolvidos. A construção das identidades se realiza na articulação entre os sistemas de ação que propõem identidades virtuais e as trajetórias vividas no interior das quais se forjam, as duas transações fazem parte do processo de construção das identidades sociais. A identidade não é construída a parte do indivíduo, mas é necessário do outro para forjar sua identidade (DUBAR, 2005).

O emprego é um processo importante na construção das identificações e a formação está ligada a esse processo. Para a identidade social do indivíduo, o momento de saída da escola e a conformação no campo do trabalho é importante para a construção da identidade autônoma do indivíduo. Esta confrontação leva também a uma projeção para o futuro (DUBAR, 2005).

A confrontação em relação à construção identitária e ao mercado de trabalho está relacionada com o drama social do trabalho que pode levar alguns jovens a exclusão do emprego estável, influenciam nas estratégias que os jovens elaboram para as apresentações de si. Este processo também influencia no desenvolvimento de suas vidas profissionais (DUBAR, 2005).

A questão da formação e da escolha profissional vão além, tendo a ver com uma estratégia identitária vinculada à imagem que quer para si, envolvendo, também, a avaliação de capacidades e realização de desejos. No entanto, a imagem que o indivíduo constrói profissionalmente não é definitiva, vai sofrer várias influências como transformações tecnológicas, organizacionais e outras. Vai depender, também, do campo em que o indivíduo está inserido, pois implica projeções para o futuro em que algumas carreiras são incertas (DUBAR, 2005).

Dubar (2005, p. 155) salienta que

[...] para realizar a construção biográfica de uma identidade profissional e, portanto, social, os indivíduos devem entrar em relações de trabalho, participar de alguma forma das atividades coletivas em organizações, intervir de uma maneira ou de outra em representações.

Citando Sausaulieu, Dubar (2005) afirma que a identidade é um processo relacional de investimento de si, esse investimento viabiliza relações duradouras estabelecendo um reconhecimento entre os envolvidos.

O autor salienta a importância do reconhecimento recíproco das identidades construídas e dos investimentos relacionais, esses processos podem ser conflituosos. Poder negociar esses investimentos e pertencimento faz parte desse processo de construção identitária. Os parceiros dessa transação são diversos como mostra o autor, na passagem abaixo:

[...] o grupo dos pares no interior da seção, do escritório ou da equipe de trabalho, o superior hierárquico ou outros responsáveis pela empresa, o dirigente sindical ou o representante local, o formador, o mediador do universo e da formação, o cônjuge e o universo da família, etc (DUBAR, 2005, p. 155).

O reconhecimento identitário está atrelado às relações de poder presentes nos espaços de trabalho que o indivíduo ou seu grupo ocupam. Com isso,

A transação objetiva entre os indivíduos e as instituições é essencialmente a que se organiza em torno do reconhecimento ou do não-reconhecimento das competências, dos saberes e das imagens de si que constituem os núcleos das identidades reivindicadas (DUBAR, 2005, p. 155).

Todo esse processo vai depender das identificações relacionadas aos saberes, às competências e às imagens de si expressas nas ações dos indivíduos. A articulação entre a transação objetiva e a subjetiva vai influenciar nas posições sociais (alto/baixo, no/fora do emprego) bem como na temporalidade das trajetórias sociais (estabilidade/mobilidade; continuidade/ruptura) (DUBAR, 2005).

A identidade social não é herdada, portanto, cada geração a constrói com base nas posições herdadas, no entanto elaboram estratégias identitárias a partir das relações que vão mantendo ao longo da trajetória e pelas instituições que passam. Esta construção da identidade tem maior importância no âmbito do trabalho, pois é aí que adquire legitimidade da identidade social e para o status social.

Dubar (2005) conta que a renovação da sociologia das profissões se desenvolveu diante das crises de 1960 nos Estados Unidos e de 1970 na Europa Ocidental, por conta do desemprego estrutural que atingiu, principalmente, os jovens. Essa crise levou os especialistas a colocarem em primeiro plano o problema do emprego em suas análises. Essas pretendiam “[...] compreender e, se possível, explicar tanto as transformações do acesso ao emprego

como reestruturações dos planos de carreira que implicam exclusões duradouras da espera das atividades reconhecidas” (DUBAR, 2005, p. 221). A preocupação dos sociólogos centrava-se em análises sobre os mercados de trabalho.

A socialização profissional é uma seleção. Configura-se, virtualmente, uma exclusão. Dubar conta que na Europa, desde o final de 1970, foram diversos os tipos de formação voltados à inserção de jovens com baixa escolaridade ou a trabalhadores demitidos, ou a pessoas desempregadas por um longo período, com objetivo de inseri-los no mercado de trabalho. Essas pessoas, as quais esse tipo de formação é associada, estão em situações de exclusão profissional, escolar e social, já que suas formações anteriores, escola e trabalho não se apoiam na experiência direta do trabalho, a não ser em estágios, e nem em aprendizados cognitivos formalizados. Portanto, a socialização profissional desses indivíduos apresenta-se falha, problemática (DUBAR, 2005).

A partir de pesquisas empíricas realizadas na França, o autor faz algumas observações em que analisa as identidades profissionais dos pesquisados. Quando Dubar (2005) descreve a *identidade biográfica para si*, salienta que o trabalhador se desenvolveu como tal a partir da aprendizagem obtida no trabalho, ou seja, olhando e tocando, em tarefas praticadas. Até mesmo para aqueles que ocupam empregos bem classificados, reforçam essa característica e desvinculam seus conhecimentos do que aprenderam na escola. Seu pertencimento é atribuído pelo indivíduo remetendo ao grupo que faz a mesma tarefa e a aprenderam da mesma forma “[...] no interior do mesmo espaço restrito, os gestos e as relações de trabalho” (DUBAR, 2005, p. 257).

A estabilidade que é adquirida pela experiência é um valor para eles. Os trabalhadores identificados pela *identidade relacional para si* estão vinculados ao cargo, seção, mas não a empresa em si. Possuem uma relação de dependência com o chefe, pois é ele quem organiza e distribui as tarefas. Esses trabalhadores desenvolvem uma relação instrumental (economicista) porque veem o trabalho como um meio de ganhar a vida (DUBAR, 2005).

Em relação à identidade de classe ou fora do trabalho, a estabilidade está relacionada ao reconhecimento pela empresa intermediada pelo chefe direto, sendo a identidade reconhecida pelo acesso ao emprego, portanto, ir contra o emprego é violar essa integridade (DUBAR, 2005).

Daqueles jovens que entram no mercado de trabalho sem diploma ou precariamente diplomados, parte se desenvolveu nesse sentido, com o auxílio da socialização familiar e escolar ou em confrontação com o mercado externo e para se inserir no mercado de trabalho a formação inicial não dá o suporte necessário à construção de uma identidade profissional para

si. Segundo Dubar (2005, p. 301), “[...] esses jovens tem as mais variadas estratégias de emprego e de formação, combinando estágios múltiplos, empregos provisórios e formas pessoais de acesso a saberes profissionais. Utilizam intensamente as redes de relações”.

Os jovens veem a vida profissional como evolução constante, sem ponto final, elaborando, portanto, ao longo da jornada, uma identidade aberta diante de todas progressões possíveis. Para Dubar (2005, p. 302), “[...] além da qualificação ou da competência, é a construção das identidades profissionais e sociais que mobiliza simultaneamente as instituições escolares e produtivas, a produção e a reprodução das gerações de assalariados”. A empresa acaba sendo a referência para forjarem ou consolidarem essa identidade flutuante.

Os trabalhadores não pretendem construir ou consolidar uma identidade flutuante na empresa. Segundo Dubar (2005), algumas pesquisas apontam, em situações externas ao emprego, um sentido de autorealização. Com isso, veem o desemprego de forma positiva, em que podem utilizar o tempo livre para se ocuparem de si. Esse fato denominado por Schnapper de *desemprego invertido* (DUBAR, 2005).

Dubar (2005) reforça a ideia de que o indivíduo não vê importância em ser algo definitivo para poder ser nada e tudo ao mesmo tempo, adiar as escolhas implica em manter a identidade em suspenso. Os jovens tendem a recusar a identidade herdada, portanto, não procuram uma identidade definida (DUBAR, 2005).

A transação subjetiva pode influenciar tanto para uma ruptura quanto para uma continuidade entre a identidade herdada e a visada. Nesse contexto, ocorre uma discrepância entre o que se almeja para si e o que vem com a trajetória anterior. Para Dubar (2005, p. 324), “[...] as identidades construídas nos moldes da continuidade implicam um espaço potencialmente unificado de realização, um sistema de emprego no interior do qual os indivíduos mobilizam trajetórias contínuas”.

A transação objetiva articulada à subjetiva levará, ou não, ao reconhecimento social. No caso do reconhecimento, há uma instituição que legitima a identidade visada “[...] seja a empresa ou a organização profissional que estão na base de seu modelo identitário ou de competência, seja a instituição escolar ou o organismo de formação que estão na base do diploma possuído ou dos saberes adquiridos” (DUBAR, 2005, p. 324).

No caso do não-reconhecimento em que as pretensões não são alcançadas, “[...] futuro da instituição não coincide com o futuro do indivíduo, seja ele construído em continuidade ao seu passado, seja construído em ruptura com ele” (DUBAR, 2005, p. 325). Dubar (2005) explica, em termos interacionistas, o reconhecimento se dá por interações positivas “entre o indivíduo que visa sua identidade real e o outro significativo que lhe confere sua identidade

virtual” (DUBAR, 2005, p. 325). Portanto, o não-reconhecimento pressupõe interações conflituosas entre identidades virtuais e reais.

Dubar pondera que (2005, p. 326),

Quando a transação subjetiva repousa na continuidade, os dois resultados da transação objetiva são mais simples de descrever: ou a progressão visada é reconhecida, estimulada, confirmada, e aí se configura um processo de promoção que comporta uma identidade de empresa; ou a progressão visada é invalidada, recusada, informada, e aí se configura um processo de bloqueio que comporta uma identidade de ofício. Nos dois casos, a construção da identidade se realiza em um espaço único que estrutura a natureza das competências e os modos legítimos de reconhecimento: espaço organizacional da empresa ou espaço profissional do ofício. Trata-se das duas principais formas de mercado fechado de trabalho correspondentes a dois modos significativos de socialização profissional. Os dois tipos centrais correspondem a esses dois novos modos de articulação.

Os saberes que estão vinculados às experiências de trabalho, fora da abrangência de saberes teóricos, são fatores estruturantes da identidade que hoje está ameaçada de exclusão. Essa identidade está relacionada a uma lógica instrumental, baseada no salário, portanto, depara-se com o modelo da competência em voga nas empresas (DUBAR, 2005).

Essas identidades profissionais vinculadas a saberes específicos são o resultado de processos de socialização diversificados. A primeira socialização se dá na infância, e o indivíduo desenvolve capacidades e constrói regras, valores e signos, primeiramente, vinculados à família, à escola, aos grupos etários e, assim, desenvolve experiências de cooperação. A partir dessa socialização, permite também o início de construções de referências, aquisição de traços culturais e antecipar as socializações posteriores.

Segundo o autor,

As identidades, portanto, estão em movimento, e essa dinâmica de desestruturação/reestruturação às vezes assume a aparência de uma crise das identidades. Cada configuração identitária assume hoje a forma de um misto em cujo cerne as antigas identidades vão de encontro às novas exigências da produção e em que as antigas lógicas que perduram entram em combinação e às vezes em conflito com as novas tentativas de racionalização econômica e social (DUBAR, 2005, p. 330).

Desta forma, as identidades sociais e profissionais são

[...] construções sociais que implicam a interação entre trajetórias individuais e sistemas de emprego, de trabalho e de formação. Resultados sempre precários ainda que muito fecundos de processos de socialização, essas identidades constituem formas sociais de construção de individualidades, a cada geração, em cada sociedade (DUBAR, 2005, p. 330).

Deste modo, as identidades estão em permanentes construção e reconstrução, levando em conta por onde os sujeitos circulam e as instituições socializadoras. Ao se trazer essa perspectiva para pensar o conceito de identidade, Hall (2000) o discute de forma a questionar as ideias que são suscitadas como uma identidade integral, originária e unificada. No contexto das discussões da perspectiva pós-moderna, salienta-se um eu performativo. O conceito é bastante estudado e pensado em termos não essencialista. Há uma visão desconstrutivista que questiona conceitos-chave colocando-os sob rasura, ou seja, eles não serviram mais para pensar-se determinadas realidades.

Contudo, eles ainda não foram superados ou substituídos, portanto, faz-se necessário ainda sua utilização, mas de tal forma a destotalizá-los, diferenciando-os do paradigma em que foram cunhados. Segundo Hall (2000, p. 104), “[...] a identidade é um desses conceitos que operam sob rasura, no intervalo entre a inversão e a emergência: uma ideia que não pode ser pensada da forma antiga, mas sem a qual certas questões-chave não podem ser sequer pensadas”.

Para o autor, o conceito de identidade ainda é utilizado, também, por conta de sua centralidade para os conceitos de agência e política. É preciso pensar o sujeito articulando a relação entre ele e suas práticas discursivas, nessa articulação que a questão da identidade aponta. Hall (2000) salienta que o conceito de identificação é preferível caso queira-se descrever o processo de subjetivação ao invés das práticas discursivas, bem como a política de exclusão que a subjetivação implica. Segundo Hall (2000), o conceito de identificação é preferível ao de identidade, é preciso articular e compreender os dois processos, os psicanalíticos e os discursivos. Desta maneira,

[...] na linguagem do senso comum, a identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são compartilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal. É em cima dessa fundação que ocorre o natural fechamento que forma a base da solidariedade e da fidelidade do grupo em questão (HALL, 2000, p. 106).

A identificação é vista, pela abordagem discursiva, como um processo, não sendo um dado acabado. Ela, também, não é determinada, no sentido de que se pode ganhá-la ou perdê-la, ou seja, a identificação pode ser sempre sustentada ou abandonada. Significa que a identificação é condicional e, com isso, alojada na contingência. Como sugere Hall (2000), ela não anula a diferença, a fusão, entre o mesmo e o outro, que pode ser indicada por este conceito, não é efetivada.

A identificação é definida num processo de articulação, numa sutura. Apesar de ser apresentada como uma costura entre partes não significa uma totalidade. Compreendida nesse processo, a identificação constitui-se por meio da diferença, evidenciando um trabalho discursivo, o fechamento e a marcação de fronteiras simbólicas. Para consolidar o seu processo de construção, ela necessita daquilo que é deixado de fora, “[...] o exterior que a constitui” (HALL, 2000, p. 106). O autor também procura fugir de um conceito de identidade essencialista, pensando a identidade de forma estratégica e posicional. Assinala, com essa definição, a identidade sendo algo não estável, ou seja, em constante mudança. Estas identidades, na modernidade tardia, estão mais fragmentadas. As identidades são “[...] multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar e ser antagônicos. [...] estando constantemente em processo de mudança e transformação” (HALL, 2000, p. 108).

Para Hall (2000), é importante discutir a questão da identidade juntamente com o processo de globalização, que viria com a modernidade e os processos de migração global, advindo do mundo pós-colonial. Pois, as identidades parecem manter uma relação ou correspondência com um passado histórico. Entretanto, elas têm a ver com a utilização de recursos da história, da linguagem e da cultura que busca não somente produzir o que somos, mas do que viemos a nos tornar.

Segundo Hall (2000, p. 109), a construção das identidades não reflete só “[...] quem nós somos [,] de onde nós viemos [e, sim] quem nós podemos nos tornar [,] como nós temos sido representados [e] [...] como essa representação afeta a forma como nós podemos representar a nós próprios” (HALL, p. 109). O autor esclarece que as identidades surgem da narrativização do eu, e isso, portanto, dá o caráter ficcional a elas, porém, não diminui sua eficácia discursiva, relacional e política, apesar de ter essa dimensão da fantasia.

As identidades são constituídas a partir da diferença, precisando reconhecer-se na relação com o outro, por aquilo que não é denominado de exterior constitutivo, na qual se constroem as identidades. Elas têm em sua constituição algo a mais, algo que está em excesso, sendo construídas no jogo do poder, “[...] elas são o resultado não de uma totalidade natural, inevitável ou primordial, mas de um processo naturalizado, sobredeterminado, de fechamento” (HALL, 2000, p. 111).

Hall (2000) utiliza o termo identidade para relacionar os discursos e as práticas em que os indivíduos assumem lugares de sujeitos sociais de discursos particulares com os processos no qual produzem subjetividades. O autor mostra que as identidades são posições as quais os sujeitos assumem, mesmo tendo conhecimento de que elas são representações, formadas a

partir do lugar do outro e sem poderem ser ajustadas “[...] aos processos de sujeito que são nelas investidos” (HALL, 2000, p. 112).

O autor também acrescenta que é fundamental sabermos como esses sujeitos são constituídos. Neste sentido, Hall (2000, p. 126) apresenta alguns questionamentos:

Se precisamos de uma teoria que descreva quais são os mecanismos pelos quais os indivíduos considerados como sujeitos se identificam (ou não se identificam) com as posições para as quais são convocados; que descreva de que forma eles moldam, estilizam, produzem e exercem essas posições; que explique por que eles não o fazem completamente, de uma só vez e por todo o tempo, e por que alguns nunca o fazem, ou estão em um processo constante, agonístico, de luta com as regras normativas ou regulativas com as quais se confrontam e pelas quais regulam a si mesmos – fazendo-lhes resistência, negociando-as ou acomodando-as.

Ainda para esse autor, há a necessidade de se pensar as relações entre o sujeito e os discursos elaborados como uma articulação. Deste modo, é possível pensar a arte urbana inspirada no graffiti e materializada nas trajetórias de grafiteiros, desenvolvendo-se e invadindo outros espaços. Criando, portanto, identificações, inclusive profissionais. Os grafiteiros procuram explorar as características originárias do graffiti, mesclando com novas técnicas e materiais para desenvolverem seus trabalhos. Por meio da arte de rua, estes jovens levam a diversos espaços e suportes o seu traçado, alcançando profissionalismo através das questões sociais configuradas como ferramenta de inclusão e inserção profissional.

Os artistas não deixam de pintar nas ruas, mesmo fazendo trabalhos comerciais para ganhar dinheiro e conseguir sustentarem-se com ele. Para eles, o graffiti está nas ruas. Esta adrenalina é o que lhes incentiva a continuar pintando. Aprimoraram suas técnicas nas ruas da cidade até tornarem-se artistas reconhecidos e cobrarem por seu trabalho. A essência do graffiti permanece em suas atitudes, portanto, não a deixaram, tanto que fazem outros tipos de trabalho para manterem o “vício”. As atitudes desenvolvidas nas ruas trazem para seus currículos identidades particulares com as quais destacam-se na profissão. Eles deslocam-se; e suas identificações profissionais estão além do graffiti com o intuito de obter uma renda. Seus trabalhos adquirem um significado no mercado, levando parte de suas obras a serem adquiridas por um público seletivo de admiradores.

Trabalhar com arte de rua e suas ramificações não é um trabalho fixo, pois depende da vontade e disposição de pessoas para investir em arte, sendo esta específica. Não é um trabalho convencional com horário e salário fixos, criando uma certa identificação com a liberdade, trazendo um ponto positivo para a vida profissional dos artistas e gerando uma situação ambígua. Os artistas buscam explorar diferentes técnicas e estilos de graffiti a

alcançar um destaque e uma autenticidade neste campo e consolidarem uma profissão e um trabalho como os outros por conta da cobrança e energia que é gasta e precisa ser compensada por um salário.

Procuram superar as barreiras que existem nessa opção de trabalho e estilo de vida. Alguns superam a falta de estudo com disposição e empenho em desenhar, buscando um trabalho relacionado com suas aspirações e suas expectativas por meio de estratégias que podem levar a concretizar seus objetivos. Em todas as carreiras, há altos e baixos, conflitos, porém não incorporaram um padrão único de comportamento. Alguns deles têm maior ligação com projetos sociais, outros são mais estéticos. No entanto, a questão da linguagem estética ainda está muito ligada a uma mensagem de crítica social, a qual eles pretendem levar a um maior número de pessoas possíveis. Por desejarem autonomia, esses profissionais desbravaram caminhos nos quais pudessem expressar suas ideias para obter uma fonte de renda, uma profissão. Com essas referências, é possível pensar quais estratégias são utilizadas pelos grafiteiros para tornarem-se profissionais, e que imagens desejam associarem nessa trajetória.

A partir das produções culturais, é possível entender a realidade social. Importantes são os contextos em que acontecem as relações. Os indivíduos almejam o reconhecimento. Participam-se de diferentes grupos. Embora façam parte de um grupo, cada um possui particularidades apesar de sentirem-se inseridos nele. No universo do graffiti, o reconhecimento é ainda mais importante para o fortalecimento profissional. Eles investem na vida pública. Alguns desses jovens iniciam pichando a cidade para fazer parte de um grupo. Observa-se essa necessidade por reconhecimento, pois é mais fácil ser reconhecido em um pequeno grupo. Mas, ao mesmo tempo, esse grupo de pertença fica pequeno demais aos objetivos almejados no decorrer de suas trajetórias pessoais. O artista tem um tipo de trabalho que é realizado nas grandes cidades e por isso a visibilidade é maior.

O grupo é importante na construção da individualidade. É possível perceber a individualidade no momento em que interage nos grupos de pertença, desenvolvemos papéis. Num momento em que procura expandir os contatos, ser aceito em um maior número de grupos passa-se a ter atitudes mais moderadas – é o que acontece com os grafiteiros. Isto faz com que tenham seus trabalhos respeitados e reconhecidos como artistas/grafiteiros; trazendo algo aprendido em um grupo a outro, desenvolvendo novas significações para pertencer ao grupo, rompendo fronteiras do grupo da pichação e embarcando na viagem do graffiti.

A identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem em comum, ou características partilhadas com outros grupos ou pessoas ou, ainda, de um mesmo ideal.

Para os grafiteiros, trabalhar com o que gostam, viver de arte para eles é cultivar a realização pessoal e profissional. A abordagem discursiva vê as identificações como uma construção, como um processo nunca completado.

Ao longo da trajetória destes artistas, as suas identificações mudam, e, também, os elementos que eles usam ao expressá-los nesse processo. Aprenderam a utilizar diversos materiais, trabalhar com projetos e pessoas diferentes, buscando uma identidade em seus trabalhos para que possam se inserir em um mercado bastante competitivo.

A crítica de Hall (2000), construída referente à identidade deve-se a não essencialidade das coisas, a existência de que alguma coisa está contida na relação com outra. Têm-se identificações, sentem-se representados por algo, mas não se esgotam em um elemento só. São várias as representações as quais as pessoas se identificam. Hall (2000) dá atenção ao que é falado, nomeado, sendo que o indivíduo se constrói pelo discurso. O discurso constrói o mundo, ele é estruturador, e, através dele, representamos papéis. Para Hall (2000), as pessoas se constroem de forma relacional. Portanto, elas serão fragmentadas, dependendo das relações que estabelecem (HALL, 2000).

O sujeito não é central, mas, de onde está circunstancialmente, ele se torna importante. Isto não significa a redução de papéis, tem a ver com lugares nos quais o sujeito é constituído e nesse processo há uma relação de poder. Não há um nível de linguagem no qual todos sejam iguais, está relacionado com os lugares da fala, em que a fala refere-se a posições de sujeito. Essa posição pode ser temporária, circunstancial, arbitrária, às vezes, porque são posições que não se quer estar. Neste caso, é necessário construir estratégias de saída – a melhor possível. As posições de sujeito acontecem com a identificação que assumo ao longo do tempo, de acordo com a situação. O indivíduo pode ser nomeado de uma forma, mas o seu discurso constrói-se por outra identificação; nesse sentido, ele constrói-se de forma diferente da qual é nomeado e assim inicia uma relação de poder (HALL, 2000).

Nestas relações de poder, os grafiteiros constroem-se como sujeitos e como profissionais. Com a ampliação das suas relações, aprendem a lidar com diferentes pessoas nas negociações profissionais, criam representações sobre si mais diversas e aceleram o processo de visibilidade de seus trabalhos, também. Para ampliarem a visibilidade de seus trabalhos, os grafiteiros ampliam seus circuitos a conquistar maior aceitação em vários ambientes e importantes meios de comunicação. Entretanto, conforme explica Ventura (2012), essa notoriedade pública não extinguiu a desigualdade no acesso aos recursos referentes à arte ou ao direito. Essa abertura conquistada pelos grafiteiros que saem dos guetos e esfera da pichação ao conseguirem que seus trabalhos estejam espalhados pelo mundo, cria

uma identificação de graffiti mais positiva desvinculada de uma imagem criminalizada a conquistar o respeito da sociedade (VENTURA, 2012).

O graffiti é uma ferramenta de sociabilidade e, ao mesmo tempo, uma forma de expressão da individualidade dos artistas através das marcas as quais expressam em suas mensagens pessoais nas ruas. Eles criam redes no mundo todo e pintam nas cidades as quais nunca imaginaram chegar. Nesses locais, é possível identificar a marca de cada um, pois eles têm um traçado, um desenho, uma *tag* (assinatura, em tradução livre) que os identifica e diferencia dos demais, cada um buscando a sua identidade estética (VENTURA, 2012).

Hoje, os grafiteiros participam de instituições públicas e privadas, eventos, exposições, festivais, trabalham com publicidade, arquitetos, design, oficinas, artes plásticas, etc. Desta forma, constroem outros paradigmas, seus grupos de pertença e referência foram ampliando-se, já que o movimento do graffiti é dinâmico. Estes artistas levam seu estilo de vida aos lugares visitados e seus trabalhos representam isso.

Com a crescente visibilidade do graffiti e do reconhecimento dos grafiteiros como artistas – pessoa produtiva e bem-sucedida –, esses jovens adquiriram espaços no mercado da arte como artistas de rua, como artistas contemporâneos, apesar de conviverem com estigma do graffiti não ser arte.

Os grafiteiros também valorizam o espaço da rua e, com sua arte, interagem com o ambiente e com as pessoas. Muitos consideram trazer um colorido, uma alegria, uma vida e uma beleza, fazendo com que os transeuntes parem e reflitam sobre o que veem, conseqüentemente, o graffiti atinge várias camadas da sociedade.

Há uma certa diferenciação aparente na argumentação dos grafiteiros entre aqueles que ministram oficinas e aqueles que não o fazem. Os primeiros consideram-se mais aptos a falar sobre os pioneiros do graffiti, citam os mais conhecidos no Brasil, narram a história do graffiti. Essa bagagem é adquirida no convívio com os mais velhos e, também, de leituras na internet, em revistas e do conhecimento adquirido com filmes. Os “não-oficineiros” justificam-se e dizem não serem tão empenhados em ler a história do graffiti, nem saber sobre os grafiteiros. Eles afirmam ser importante entender sobre a história do graffiti e sobre os grafiteiros, porém admiram o visual e a música desse grupo, conforme expressão dos grafiteiros mais “engajados”. Parece haver uma busca por uma raiz como se existisse um grafiteiro puro, algo que se perdeu ao longo do tempo, quando expressavam que o graffiti está mais ameno, explicando que a pichação tomou esse lugar.

Esses jovens consideram-se como tributários de um passado recente, logo arcam com uma responsabilidade, trazendo a história e, ao mesmo tempo, apresentando sua marca, sua

originalidade. Outros já fogem dessa “responsabilidade”, por não ressaltarem essa carga em sua experiência. Nesse sentido, é preciso conhecer o passado e estar sempre atualizado no que está acontecendo no mundo do graffiti e manter contatos.

O apelido é visto de forma positiva. É utilizado como codinome na rua, sendo consumido como um valor, como um nome artístico. Esse nome associa-se a ideia de que o grafiteiro possui a intenção de permanecer pintando, de trazer um traço à identidade atribuída a si. Este nome também qualifica o artista como uma marca, sendo prestigiado. O nome é uma escolha do próprio sujeito.

Eles mesmos criam diferenciações e posições influenciadoras nas relações que estabelecem no mercado, não apenas ao grafitearem. Esses jovens trazem traços identitários aos modelos profissionais, porque carregam suas vivências da “rua” à “casa”, sendo um referencial a seus deslocamentos identitários de artistas ao qual agregam outras influências de tendência no âmbito do graffiti. A competência no manuseio do spray indica um status importante, marca o artista primeiramente entre os pares para posteriormente atravessar fronteiras. Assim, alcançam prestígio social e profissional. Ter essa vivência confere uma distinção social ressaltada por esses artistas.

Se o graffiti tem a intenção de transgredir, a profissionalização nesse ramo trouxe um conformismo, mas os profissionais carregam uma identificação em seus comportamentos. Eles possuem os ritos profissionais de negociação com os clientes; os trejeitos são específicos de bagagem a qual fazem questão de manter para a vida e para a profissão como uma atitude a ser presente no mundo, negando seu englobamento por valores ou tradições das quais não se identificam. Por intermédio das roupas, cortes de cabelos, anéis, correntes, tatuagens, piercings aprendem e experimentam códigos, estilos de vida e visões de mundos distintos o qual gera alguns pontos de divergências.

O grafiteiro em algum momento – não de forma retilínea e planejada – mistura-se ao artista que começa a utilizar trejeitos, facetas, suportes, técnicas diversas do graffiti a atuação profissional. O graffiti desenvolveu suas identificações em contraste ao mundo a seu redor – ideia de transgressão – a construção da identidade do grafiteiro está relacionada ao que está “fora”, à rua. No âmbito profissional do graffiti, a identidade traz traços, contornos deste universo, mas suas identificações têm como base o “interior”, o doméstico com o artista vivendo este dentro/fora. Sendo assim, está entre o público e o privado, entre o fora e o dentro, entre a rua e a casa. As suas identificações estão vinculadas a imagens transgressoras ou a imagens domesticadas. De forma articulada e não linear, esses espaços são transitados e ressignificados.

O trabalho com influência do graffiti é aquela pintura ou aquele trabalho localizado no âmbito intermediário entre o privado e o público, o qual é possível desenvolver uma gama ampla de trabalhos; fundado pelo graffiti o qual não é articulado com valores profissionais, mas associado à ideia de quebrar regras. Os grafiteiros agregaram adereços a suas identificações e passam a ter espaço para apresentar seus trabalhos, trazendo a seus comportamentos características que contribuíram para uma aproximação a diversas empresas, órgãos, identificando-os como profissionais.

Uma regra difundida entre os grafiteiros que, ao longo do tempo, está modificando-se, conforme eles relatam, é a questão do “atropelo”, ou seja, pintar por cima do graffiti do outro. É uma regra não pintar, porém relatam ter sido mais forte algum tempo atrás, sendo os grafiteiros mais antigos respeitados. Para Iberê Camargo, não há regras, já que a rua é um espaço de atritos, “várias tretas”, onde um pinta por cima do graffiti do outro. No entanto, em sua visão, o correto é cada um respeitar a liberdade do outro. Esse espaço projetado pelos artistas/grafiteiros é cruzado por outros olhares, carregados de pensamentos e ações diversas. Com isso, o resultado pode ser o conflito, ou a negociação, sendo o resultado parte da dinâmica da cidade.

Em suas identificações, estão presentes as diversas repressões por parte da polícia e guarda municipal, fazendo com que permaneçam autoidentificados e defendendo uma identidade. Quando se referem à repressão, eles argumentam sempre possuir experiência de repressão em algumas saídas para grafitar, mas a maioria não foi preso. No entanto, são monitorados pelo disque-pichação da guarda municipal. Arcangelo Ianelli e os demais grafiteiros entrevistados indignam-se com essas abordagens. Arcangelo Ianelli comenta que os guardas pensam que eles estão de “brincadeira”. E, muitas vezes, passam pelo que denominam de “atracque” (a abordagem que os obriga a colocar as mãos na cabeça). Em algumas dessas ocasiões, os artistas possuíam autorização para fazerem o trabalho, inclusive, eram projetos vinculados a órgãos públicos. Todavia, reclamam que os guardas são pessoas desentendidas de seu trabalho, “ignorantes”, nessas circunstâncias, precisam conversar com pessoas que não entendem de arte.

Candido Portinari apresenta uma visão mais extrema, ele discute o fato de pegar o spray e já ser julgado, reprimido. Iberê Camargo carrega com ele um currículo de vinte e dois boletins de ocorrência – relata que fez um pássaro na esquina democrática no centro da cidade de Porto Alegre na cabine móvel da Brigada Militar e foi pego pela polícia uma quadra depois, sendo esse seu último boletim de ocorrência. Isso rendeu-lhe inclusive aparecer no programa da rede Record, Balanço Geral. Sua imagem ficou vinculada como pichador e ficou

detido na polícia por quatro horas e respondeu sobre o ocorrido em audiência. A polícia ofendeu-o e intimidou-o durante o período em que permaneceu no prédio. Na audiência, ele pediu a juíza para que ela acessasse sua página no Facebook no intuito de o identificar como artista; a juíza, portanto, entendeu que ele fazia arte. Com isso, Iberê Camargo argumentou a ela gostar disso explicando que cada um tem um ponto de vista e que, no dia do ocorrido, estava revoltado, pintando o pássaro na cabine móvel da Brigada. Iberê Camargo comentou, que ao final de sua fala, a juíza o aplaudiu.

Abigail de Andrade considera que a repressão para a mulher é diferente, ela nunca sofreu com a polícia. Apenas algumas pessoas perguntam se possui autorização para pintar. Arcangelo Ianelli pensa ser importante cursar uma faculdade, saber de arte. Em momentos como esses, saber dialogar numa conversa mais “intelectualizada” é importante, para que a polícia perceba que não está falando com qualquer um.

Comentam sobre a reação das pessoas nas ruas, talvez pela diversidade de manifestações. Apesar de algumas apenas observarem, há aqueles que passam de carro ofendendo-os, os chamam de vagabundos, pichadores, mandando-os trabalhar. Para Candido Portinari, a maioria das pessoas está disposta a falar mal. Iberê Camargo relatou que muitos elogiam e alguns pedem telefone para possuírem um desenho igual em suas casas. Muitos não acompanham o processo. Por isso, Iberê Camargo considera plausível as pessoas admirarem quando veem o grafiteiro em ação. Eles procuram pintar em dias, horários e locais sem muito movimento. Antônio Parreiras é enfático dizendo que as pessoas veem alguém com um spray e já pensam logo em pichação, após há a denúncia e, em seguida, a explicação à Brigada. Porém, por conta da popularidade do graffiti, “depois que apareceu na novela ficou mais simples”, eles têm mais argumentos com a polícia, na opinião de Antônio Parreiras. Ele explica que alguns grafiteiros iniciam o trabalho com pincel para não confundirem com pichação.

Tarsila do Amaral vê positivamente a reação das pessoas, inclusive aquelas agradecidas, pois a cidade torna-se mais colorida com sua arte pelas ruas das cidades por onde circula. Contudo, há uma queixa comum entre os grafiteiros, em que as pessoas oferecem as paredes de suas casas para não pagarem por seus trabalhos “[...] *como se nós artistas trabalhássemos de graça*”. Entretanto, alguns mais esclarecidos, pedem orçamentos, encomendas, cartões, contatos. Tarsila do Amaral entusiasma-se, “[...] *assim a arte vai tomando conta como profissão*”.

Abigail de Andrade comenta algumas perguntas que são comuns: Tem autorização? O que significa isso? Estão te pagando? Anita Malfatti comenta outros questionamentos: “É

graffiti ou pichação? Ah! Escreve meu nome; Ah! Eu tenho um sobrinho que pinta; Ah! Tu não faz paisagem?”. Ela define como comentários clichês os quais todos os grafiteiros ouvem quando estão nas ruas, e muitos oferecem suas garagens, paredes para eles pintarem, justificando que isso pode trazer visibilidade aos artistas.

Os artistas estão expostos a críticas nas ruas e nas redes sociais. Tarsila do Amaral diz que um “cidadão” a criticou em sua página, argumentando sobre seu trabalho visto por ele como “um show de horrores”. Este lado está presente na biografia dos artistas, já que muitos não entendem, ou não gostam dos trabalhos, sendo uma questão de gosto; a arte, depois de finalizada, volta-se ao mundo e parece estar à mercê do julgamento alheio. Pedro Américo, de forma incisiva, diz que a sociedade vê o graffiti como vandalismo e que os pobres possuem uma reação melhor ao conviverem com graffiti. Muitos falam da discriminação, inclusive, pelo jeito de vestir, pelo jeito de ser. Anita Malfatti conta que foi discriminada em um trabalho pelo qual passou num prédio de classe média pela porta dos fundos, pois carregava material de construção – foi como definiu o material que utiliza para pintar. Por isso, foi “funcionária invisível”, percebia um semblante de desconfiança dos moradores. Para ela, isto não é comum, acredita que as mulheres sofrem menos essas situações.

Quando questionados sobre sua profissão, mesmo aqueles que possuem formação acadêmica, autodenominam-se por intermédio de suas experiências com a arte urbana e com suas práticas profissionais. Definiram-se como artista visual, arte educador, ilustradora e arquiteto. Arcangelo Ianelli acrescenta que “nunca quis ser normal” como um engenheiro, por exemplo. Por isso, busca para si um trabalho que possa usar sua criatividade, pois sua experiência com um trabalho em que tinha de estar no escritório oito horas por dia e muitas vezes fazer desenhos copiados frustrou-o muito. Pretende, conseqüentemente, trabalhar como professor e com sua arte. Iberê Camargo não quis se definir, dizendo ser um aluno da vida e não gostar de rótulos.

Di Cavalcanti relata ser um dos pioneiros a trabalhar com o graffiti no programa mais educação – programa do MEC que amplia o horário dos alunos na escola com diversas atividades. Essas iniciativas trouxeram a ele e ao grupo do qual faz parte um elemento politizador, já que aprenderam como captar recursos e projetos dos quais poderiam aproximar-se. Segundo Di Cavalcanti, eles sabiam a prática, mas não a teoria. Em algum momento, isso levou ao sofrimento por envolverem-se com pessoas que não tinham conhecimento sobre graffiti e a cultura hip hop. Esse processo trouxe aprendizado e autonomia no desenvolvimento de projetos e fortaleceu também essa identificação profissional.

Em relação ao futuro profissional e ao futuro mais geral, os grafiteiros têm preocupações ligadas à sua estabilidade financeira em conseguir manter sua vida prática. Iberê Camargo manifesta preocupação associadas ao meio ambiente, acredita que todo mundo deveria parar de consumir carne. E outra obrigação do ser humano seria plantar no mínimo uma árvore. A preocupação, o respeito entre o meio ambiente e o ser humano faz com que se considere um ativista.

A vida profissional é uma questão importante para o indivíduo. Aqueles que possuem um trabalho estável depositam aí uma tranquilidade. No caso dos entrevistados Abigail de Andrade e Antônio Parreiras, aparentam tranquilidade em relação ao assunto. Abigail de Andrade não quer estagnar, quer sempre conseguir trabalhos que estimulem sua criatividade. Antônio Parreiras também quer continuar desenvolvendo o trabalho com arte em paralelo a seu trabalho de arquiteto, considerando-se profissionalmente realizado. Já Tarsila do Amaral quer morar fora do país, adquirir seu atelier e continuar pintando pelo resto da vida. E Abigail de Andrade considera-se privilegiada por fazer o que gosta, considerando-se realizada. Ela é exigente, afirma que poderia desenhar mais.

Os grafiteiros entrevistados consideram estar no caminho certo profissionalmente, o projeto está crescendo e sua plena realização é a prática, pois fortalecem seus trabalhos, arte é viva, uma eterna aprendizagem. A imagem do grafiteiro parece atingir patamares mais altos, no sentido de uma valorização do artista. Quando assumiu certo destaque, participando de diversos processos criativos e projetos diversificados, passaram a ocupar espaços dos quais antes não eram por eles frequentados. Com isso, foram transformados em um componente no mercado de arte urbana. Contudo, essa inserção no mercado é diversificada e o retorno financeiro também. O tempo de trabalho e o tempo sem trabalho não são regulares como acontece com os profissionais ligados ao universo artístico, aos trabalhos autônomos. Não se sabe bem qual é esse mercado, se existe um mercado para essa arte. O que se pode ver é o improvisado, é uma constante terem de se reinventar para criar oportunidades de ganhar dinheiro. Acontece que a imprevisibilidade é previsível e aprendem a conviver com ela.

As respostas dos envolvidos com a pesquisa, ao serem questionados sobre os planos anteriores e seu futuro na vida profissional mostraram um desejo em fazer algo “diferente”, algo que mexesse com a criatividade e, a longo prazo, permanece-se no campo artístico, mesmo que alguns tivessem de conciliar com seus trabalhos fixos. Evoluir no trabalho sem fazer uma coisa só, não ser especialista, mas poder diversificar nos suportes e tipos de trabalhos, colagens, telas, ilustrações, ou seja, estar sempre inovando. Para Tarsila do Amaral, a realização do artista é difícil e não seria almejada, porque ele precisa estar sempre

procurando rupturas para não estagnar. Anita Malfatti considera uma evolução, neste modelo de trabalho, fazer mais produções de conteúdo autoral e sempre diversificar seus trabalhos, não se especializando em uma coisa só.

A forma como os grafiteiros foram apropriando-se do graffiti possibilitou compreender a constituição das identificações profissionais a qual os sujeitos da pesquisa foram elaborando. Considera-se que o graffiti parte de um contexto juvenil, sendo um espaço privilegiado o qual eles podem ter inclusive espaço para assumirem projetos individuais e coletivos. Estes jovens percebem o interesse de seus amigos por seus trabalhos, começando, então, a identificarem-se como artistas, fazendo com que outros grupos criem interesse por seus trabalhos. A partir dessas relações, outras são construídas como, por exemplo, as interações com órgãos públicos, clientes de diferentes origens, desenvolvendo com isso habilidades para negociar e colocar valor financeiro em seus trabalhos. Passam a exercitar o lado profissional e rompem com as limitações das imagens vinculadas ao vandalismo. Apesar das dificuldades enfrentadas, a profissionalização em torno do graffiti parece ser uma alternativa para a inserção dos jovens no mercado de trabalho, elaboram um modo de vida diferente com essa perspectiva, em um trabalho vinculado ao âmbito da cultura.

O mundo da cultura aparenta ser aberto à busca por uma realização pessoal. Nem todos entrevistados querem apresentar-se como grafiteiros, mas dizem que fazem graffiti. Inclusive, os grafiteiros entrevistados nesta pesquisa, conhecem-se, são “amigos” de Facebook, comentam e curtem os posts um do outro. A experiência como grafiteiro e as vivências nas ruas desenvolveram suas potencialidades e aptidões. Puderam descobrir-se como pessoas criativas e logo em seguida como artistas. Todo este movimento trouxe uma autoafirmação na construção de suas identificações profissionais com a ampliação das suas relações e redes de relacionamentos criando oportunidades.

O graffiti está ligado à identificação mais jovem, algo mais solto, mais livre, sem muitas regras; no momento da ampliação das relações, vislumbram um caminho profissional, sem romper totalmente com essas identificações, pois veem na profissionalização do graffiti esta alternativa, não de forma linear, mas por uma articulação que atravessa suas vidas. Os trabalhos que realizam, contudo, trazem identificações mais limitadoras, começando pela relação que o artista estabelece com o cliente que por si só já limita um pouco a liberdade criativa do artista. Assim, deparam-se com o “mundo adulto”. Não obstante, pode-se perceber aí um caminho para prolongar o período de juventude e, mesmo assim, assumir responsabilidades, valores e habilidades para manterem-se no mercado. Nessa articulação,

uma vivência mais solta com o ambiente de trabalho pode ser gerada para sustentarem viva a atividade com o graffiti, pois ela simboliza seus ideais.

Alguns veem como projeto de futuro trabalhar somente com arte, articulados também com órgãos públicos, pois consideram ser possível esse trabalho como algo permanente. Aqueles completam a renda com a arte, a veem como um ganho extra e não pretendem deixar seus trabalhos com vínculo empregatício. A profissionalização em torno do graffiti acaba sendo um escape da jornada de trabalho diária. O que se apresenta em algumas situações concretas é a mescla entre esses elementos com valores e interesses, os artistas estão nesse plano por razões próprias que talvez se assemelhem de alguma forma. Criam um espaço no qual podem desenvolver seu trabalho, nessa inserção particular nascem expectativas distintas quanto ao futuro do trabalho, suas projeções como profissionais e as imagens que reivindicam a si mesmos.

O fato de identificarem o estilo e a estética que desenvolvem na rua como uma marca para suas identificações, serve também como alavanca para a sua profissionalização e seu reconhecimento. Essas referências são parte de sua identificação, mas estabelecem uma relação afetiva também com a rua e os caminhos que nela percorrem trazendo importância as suas elaborações identitárias e como sujeitos jovens que querem se expressar. As identidades desses grafiteiros são fluidas e, ao mesmo tempo, convivem com certas tensões, pois articulam elementos de fora e de dentro do graffiti, trazendo elementos simbólicos regionais e internacionais. Assim como fazem em suas vidas profissionais, quando mesclam o prazer e o trabalho de forma não linear, por vezes esbarram em algumas barreiras em relação às liberdades criativas.

Assim como o lado profissional abarca cerceamentos, quando precisam discutir com clientes, negociar valores, a fluidez e as tensões que percorrem entre o graffiti e as identificações profissionais esbarram nesses papéis múltiplos que precisam desempenhar. As identidades são permanentes construções. O graffiti demarca fronteiras com o mundo adulto, mas foi o ponto de partida e o ponto de distinção entre os profissionais, um elemento importante em seus currículos. Primeiramente, como um espaço de sociabilidade que foi se ampliando, demarcando e ao mesmo tempo impulsionando. Foram criando espaços de sociabilidade em que puderam alavancar, primeiramente, junto aos pares aquilo que os acompanha na vida profissional, sendo ela o sentido de pertencimento para fazer contraponto a fragmentação que há nas instâncias sociais, em especial, em trabalhos nos quais não se sentem reconhecidos. Com isto, constroem espaços de aprendizagem nos quais lidam com

conflitos e relações harmoniosas, críticas e elogios, construindo no espaço público identificações positivas como profissionais.

4 PÓS-GRAFFITI

Para realização deste capítulo, foram observadas entrevistas em programas de canais por assinatura, bem como em páginas e perfis do Facebook dos grafiteiros participantes da pesquisa. Participou-se de oficinas e aulas, também, aconteceram conversas com o grafiteiro Candido Portinari. Esses dados empíricos foram analisados em diálogo com autores que desenvolvem estudos sobre a temática da estetização, da midiaticização e do pós-graffiti.

Contribuindo para o direcionamento desta pesquisa, alguns programas de televisão foram assistidos como documentários e programas de entrevistas: programas do canal Arte 1, programa *Papo Reto* do canal Woohoo, programa *Camarote 21* no canal Cultura, sendo todos programas de canais de TV por assinatura. Com esses programas, pode-se pensar o fazer criativo pelo olhar dos próprios artistas, de como eles criam suas imagens, como falam sobre seus trabalhos, de como percebem os outros olhares, das dificuldades pelas quais passam para o seu desenvolvimento como grafiteiros e artistas.

Com essas matérias é possível vislumbrar os sonhos, as fantasias e os empecilhos para a atuação desses artistas na cidade que, de alguma forma, são recorrentes também aos grafiteiros entrevistados para esta pesquisa. Abordam exposições de graffiti em vários países do mundo contando suas histórias e as novas propostas dos artistas atuais. Como uma exposição em Berlim em que vários grafiteiros participaram, as instalações foram em cinco andares de um prédio que ao término da exposição seria demolido. A reportagem do canal Cultura quando se referiu à essa exposição, argumentou que esta estava de acordo com a legalidade e contava com patrocínios.

Além dos citados acima, foram assistidos o documentário *Pixo*, que aborda o picho e os pichadores na cidade de São Paulo; o filme *Style Wars* que aborda o graffiti em Nova Iorque nos anos 1980; o filme *Olhar instigado* mostra um pouco de São Paulo pelo olhar de três artistas. O primeiro mostra a relação dos pichadores com a cidade, como querem ser vistos e como se posicionam diante do contexto em que vivem. Um pouco desses elementos está presente em todos os programas e filmes assistidos sobre o tema, pois são bastante exploradas essas relações. É possível compreender que os grafiteiros aprendem uns com os outros e que não há uma forma de se fazer, mas formas de se fazer arte, graffiti e picho; o correto não existe. O universo criativo sempre esbarra na transgressão porque ele não está de acordo com a regra.

Também é frequente, nos canais por assinatura, programas, reportagens e entrevistas ligadas ao empreendedorismo jovem, como, por exemplo, o programa *Fora da Caixa* do canal

Mais Globosat. É um programa que tem como protagonista o jovem empreendedor que busca fazer o que gosta e ganhar dinheiro com isso. É mostrado, dentro desse contexto, relações e estratégias de trabalho que foge do tradicional – pois são formas mais criativas de trabalho –, mostrando o lugar do jovem criativo, assim como novas formas e nichos de trabalho em que é possível manter um estilo de vida particular. Estes jovens querem atenção a si, mas principalmente pela arte e ao trabalho que desenvolvem, pois querem mostrar que são produtivos, criativos.

Em uma das entrevistas realizadas para essa, pesquisa percebeu-se o interesse do grafiteiro por debater, aprender e transmitir os conhecimentos que aprende no decorrer de sua caminhada. O grafiteiro Candido Portinari proporcionou o aprimoramento de algumas discussões em torno da temática do graffiti e do pós-graffiti. Por conta disso, nesse capítulo, serão expostas oficinas ministradas por ele a qual a pesquisadora participou, bem como excerto de conversas entre a pesquisadora e o grafiteiro, essas realizadas presencialmente ou pelo Facebook.

Foram consultadas, também, as páginas dos grafiteiros participantes da pesquisa, ou seus perfis no Facebook. Os artistas também expõem seus trabalhos, pensamentos e opiniões no Instagram, que também foi visitado. Todavia, para o item sobre *midiatização* serão expostos apenas conteúdos vinculados no Facebook. Com as visitas ao Facebook, procurou-se explorar o que era mais comum nesta rede social entre esses artistas e serão descritos alguns conteúdos mais recorrentes em seus perfis. Diferentes modos de ser artista são compartilhados, portanto a Internet é um meio de aprendizados dessas construções profissionais e de saberes aprendidos uns com os outros, bem como por ela é possível romper limitações de espaço e de tempo.

As conversas com os grafiteiros, os programas e as entrevistas assistidas fizeram perceber que a pesquisa percorreu um caminho diferente do que pensado inicialmente. Interessava o que eles tinham a expressar, mas não no sentido de suas histórias com a família, ou o percurso escolar e suas trajetórias, mas o presente e o futuro como profissionais e outros aspectos que pudessem relacionar a suas escolhas profissionais. Buscou-se entender como a estética do imprevisto que apresentam na rua convive com uma estética mais elaborada em seus trabalhos profissionais, de forma articulada.

Aqui não se define pós-graffiti como superação do graffiti. Primeiramente, os grafiteiros relacionam seu desenvolvimento profissional e seu reconhecimento como artistas às suas presenças nas ruas e aos trabalhos que desenvolvem ali. O pós-graffiti, por outro lado, está atrelado ao contorno social atual, sinalizado pela midiatização, pela estetização e às novas

estéticas que abarcam o mundo contemporâneo. O termo pós-graffiti não necessariamente supõe a superação – no sentido do pós – do graffiti, pois trata-se de uma dimensão do graffiti associada ao mundo do trabalho contemporâneo, às novas mídias, aos novos arranjos tecnológicos e as novas exigências estéticas.

O pós-graffiti é, senão, uma convivência com o anterior. Quando se remete ao grafiteiro, menciona-se uma figura híbrida que caracterizaria, então, essa nova dimensão do pós-graffiti. Ele não deixa de ser grafiteiro, faz pintura na rua e busca expressar-se deixando sua marca, ressignificando espaços urbanos. No entanto, já não é mais o mesmo do início de sua prática, pois ao longo do caminho camadas foram se sobrepondo. Algo entre a permanência e a superação, pois superam-se algumas coisas, mas permanecem outras.

O termo pós-graffiti consolida-se porque existe o graffiti realizando-se nessa relação, e não uma superação como se fosse uma nova etapa. Algumas dimensões do graffiti aparecem no pós-graffiti como a forma estética, a forma da organização coletiva e a dimensão da militância na questão social. Em algumas atitudes, reforça-se o aspecto contracultural de expressão e de apropriação do espaço, no sentido da autoria que procuram reforçar, também, no pós-graffiti.

Neste capítulo, passa-se a definir os principais elementos que configuram o pós-graffiti como categoria explicativa do que são, no mundo contemporâneo, as transformações estéticas e identitárias dos grafiteiros a “pós-grafiteiros”. Podem-se entender essas transformações pela estetização, bem como pela midiaticização e pela profissionalização. Estas três dimensões dão contorno ao que se define aqui como pós-graffiti. Estes conceitos também são importantes para compreender a nova dimensão em que se encontra a prática do graffiti.

4.1 ESTETIZAÇÃO DA VIDA

Featherstone (1995) argumenta sobre a relação da cultura, entre alta cultura e cultura de massa, de como a distinção entre elas foram apagando-se. O sujeito que vive nessa cultura tem capacidade de viver as emoções de forma não ordenada, em forma de descontrole, vivenciando experiências imediatas e afetivas que antes não eram admitidas vivenciar. Featherstone (1995), como Maffesoli (2005), em referência a cidade pós-moderna, a relacionam a um movimento para além do individualismo, gerando um sentimento comunal, “um novo paradigma estético”, no qual as pessoas vão agregando-se a comunidades, essas por vezes emocionais e temporárias. Essas relações emocionais vão ultrapassar as relações humanas, como Lipovetsky e Serroy (2015) destacam em relação às mercadorias e aos

produtos, os indivíduos vivem uma relação emocional com os mesmos. O mercado apresenta como felicidade a aquisição de novos produtos. Neste contexto, a arte tem uma relação estreita com o mercado e os artistas mais populares tornam-se empreendedores administrando seu negócio.

O modernismo queria um mundo melhor, mas, para o pós-modernismo, o mundo é aceito como é. O primeiro vem com a ideia de progresso não via com bons olhos a cultura de massa, ao contrário do que preconiza o pós-modernismo, que valoriza a cultura dominante. As distinções entre as hierarquias nas culturas que eram mais destacadas no modernismo perdem força e por isso as fronteiras se dissipam. Poynor (2010) observa que, no design, isso criou condições mais flexíveis, sem tantas regras intransponíveis.

Para Featherstone (1995), o termo está na moda e é difícil de defini-lo. Outros críticos percebem o pós-modernismo não só como mudanças nos campos intelectuais e acadêmicos, mas o percebem como algo que atinge a cultura contemporânea. Portanto, o pós-modernismo não é um termo puramente acadêmico, porque em torno de si atrai interesses dos movimentos artísticos e outros públicos, por transmitir algo sobre as mudanças culturais pelas quais se atravessa. Os modos de consumo possuem um duplo simbolismo das mercadorias, o simbolismo do design e do imaginário presente nos processos de produção e marketing, bem como as associações simbólicas em torno das mercadorias que podem servir para enfatizar diferenças de estilo de vida, distinguindo relações sociais.

O que está relacionado a tendências da estetização da vida cotidiana é a distinção entre a alta-cultura e cultura de massa. Essa diferença começou a aparecer no fim de algumas fronteiras que pairavam entre arte e vida cotidiana e na derrubada da película que protegia a arte como mercadoria diferenciada. Houve uma migração da arte para o design industrial, a publicidade e as indústrias associadas à produção de símbolos e imagens.

No âmbito das artes, especificamente na década de 1920, com os movimentos dadaísta e surrealista, e a partir de 1960, com o pós-modernismo, começou-se a trazer a questão de que um objeto do cotidiano poderia ser estetizado. Na década de 1960, a *pop art* e o pós-modernismo apresentaram mercadorias como arte, como uma forma de ironizar a cultura do consumo também. Demonstraram atitude antiacadêmica e antimuseu com a performance e a arte do corpo. Com isso, mudanças começaram a acontecer:

A expansão do mercado da arte e o aumento do número de artistas e das ocupações acessórias à arte, especialmente nos centros metropolitanos, somados ao uso da arte como veículo das relações públicas pelas grandes empresas privadas e pelo estado, resultaram em transformações significativas no papel do artista (FEATHERSTONE, 1995, p. 46).

Muitos artistas ligaram-se à cultura do consumo desvinculando-se à alta cultura, com vontade de se relacionar com outros intermediários. Todos esses processos foram desgastando as distinções entre alta cultura e cultura de massa.

Vive-se no mundo estetizado das mercadorias, lojas de departamentos, galerias, bondes, trens e ruas. A trama de edifícios, mercadorias em exposição e a paisagem estão em constante mudança e isto alimenta as memórias e curiosidades das pessoas. Os objetos apresentam-se desvinculados de seus contextos e estão ligados à associação misteriosa, vista da superfície, levando em conta que cada um dá o significado que sua imaginação permite apreciar. O cotidiano das cidades torna-se estetizado.

As mudanças nos processos industriais fizeram com que a arte pudesse chegar à indústria, o que expandiu algumas ocupações como a publicidade, marketing, design industrial, mostruário comercial e, com isso, produziu-se uma imagem urbana estetizada. Este movimento deu espaço para o desenvolvimento do graffiti na paisagem das cidades. O cotidiano estetizado, sem preocupação com a norma e com prescrições de qualquer tipo, foi impulsionador para as mensagens do graffiti, principalmente, posto que o momento atual da arte urbana perpassa variados espaços.

O aumento do interesse em relação à estética, ao estilo, ao estilo de vida, à estilização da vida e à exploração emocional desenvolveu, no mesmo caminho, um aumento do número de pessoas que trabalham como artistas e em trabalhos relacionados à arte. Com isso muitos jovens puderam vislumbrar o trabalho no âmbito da esfera cultural, visto por eles como atrativa por não estar relacionada a trabalhos mais rotineiros e monótonos, como ficar muito tempo sentado em um escritório. Essa escolha não é percebida sem suas dificuldades, como todas as escolhas geram certa ansiedade em relação à perspectiva de futuro e de manutenção na atividade escolhida.

Pode-se perceber, com as transformações ocorridas, implicações aos grupos juvenis. Em meados da década de 1970, a música-visual-vida foi ficando cada vez mais presente, devido à expansão e à diversidade de estilos, influenciando nas identidades juvenis (DAYRELL, 2003). Esse processo está ligado ao que Featherstone (1995) traz com a estetização da vida, que possui três sentidos descritos a seguir.

Primeiro, as subculturas artísticas que deram origem ao dadaísmo, surrealismo e à vanguarda histórica – na época da primeira guerra mundial, da década de 1920 e nos trabalhos decorrentes – buscaram apagar as fronteiras entre arte e vida cotidiana. Na década de 1960, a arte pós-moderna reagiu ao que se configurou como “[...] a institucionalização do modernismo no museu e na academia” (FEATHERSTONE, 1995, p. 99). Houve uma vontade

de desfazer a aura da obra de arte e sua respeitabilidade no museu e na academia. Difundia-se, também, a ideia de que a arte podia estar em qualquer lugar e em qualquer coisa. Muitos objetos podem virar arte, mercadorias de consumo. Nesse primeiro sentido, exemplifica-se com o que os punks trazem como lema ao seu movimento do fazer por si mesmo (DAYRELL, 2003).

O segundo sentido, “[...] a estetização da vida cotidiana pode designar o projeto de transformar a vida numa obra de arte” (FEATHERSTONE, 1995, p. 99). No final do século XX, “[...] os bens supremos da vida consistiam nas afetações pessoais e no gozo estético” (FEATHERSTONE, 1995, p. 99). Esta tendência trouxe uma valorização da originalidade no vestuário, nos hábitos, no mobiliário, afirmando, assim, um estilo de vida em que está presente com mais força com a cultura do consumo. O graffiti pôde se expandir e estar presente com esse processo também.

O terceiro sentido sobre a estetização da vida, “[...] designa o fluxo veloz de signos e imagens que saturam a trama da vida cotidiana na sociedade contemporânea” (FEATHERSTONE, 1995, p. 100). Nesse processo, os autores se basearam na teoria do fetichismo da mercadoria de Marx. Por exemplo, para Adorno, o valor de troca está suprimido no valor de uso das coisas, a mercadoria passou a adquirir um valor de uso secundário. A forma central como as imagens são manipuladas comercialmente por meio da publicidade e outros contamina os desejos incentivados por imagens. A imagem toma posição central na vida cotidiana, explorada pelo comercial, pelas performances, pela mídia e pelas exposições; a vida torna-se um espetáculo (DAYRELL, 2003).

A sociedade de consumo, além do materialismo dominante, elabora imagens idealizadas, fazendo brotar desejos nos indivíduos e trazendo valor estético à realidade. Estas imagens fazem parte da vida urbana, observadas na arquitetura, nos outdoors, nas vitrines, na publicidade e outros, na forma de se vestir e de usar os penteados. O consumo exacerbado proporcionou esses desdobramentos em que as pessoas correm atrás das tendências.

Alguns profissionais, como decoradores de vitrines, publicitários, profissionais de áreas como marketing, design, moda, arte comercial, arquitetura e jornalismo modelam, criam um mundo dos sonhos. As disposições desses profissionais assemelham-se aos artistas e aos intelectuais sempre atualizados. Com estas características, transmitem sensibilidades estéticas, a importância da estetização da vida aos diversos públicos sendo responsáveis, em certos aspectos, por sensibilizar o público para novos gostos e estilos.

A estetização da vida cotidiana não é vista somente como singularidade do pós-modernismo esteve presente, também, em grandes cidades do século XIX. Experiências

semelhantes estavam presentes no carnaval e feiras, “[...] nas quais as classes médias simbólicas e o corpo grotesco das camadas subalternas, as quais se tornaram uma forma onipresente de alteridade, paralelamente ao processo civilizador” (FEATHERSTONE, 1995, p. 117). Nessa época, eram eventos mais isolados. Já na contemporaneidade, a estetização da vida faz parte do cotidiano.

Lipovetsky e Serroy (2015), em conformidade com a análise de Featherstone (1995), afirmam que a dimensão estética paira pela vida cotidiana. Não se está mais no tempo em que produção e indústria cultural não conviviam. Agora, os sistemas de produção, distribuição etc., são moldados pelas operações estéticas. Por intermédio das marcas e seus designs, publicidade e decoração, são vinculadas seduções, marcando afetos e sensibilidades. Com a estetização da economia, o que se vê é o mundo cheio de estilos, design, de paisagismo, de espetáculos, de música etc.

Para Lipovetsky e Serroy (2015), vive-se no capitalismo artista, no qual a arte está em várias dimensões da sociedade, nas indústrias, no comércio e no cotidiano dos indivíduos. Estes deixando de ser um consumidor geral para tornar-se um consumidor personalizado em busca do prazer e da emoção a partir do consumo. Neste estágio da estetização, as cidades, com suas arquiteturas e paisagens urbanas, tornam-se passíveis de ser consumidas, bem como polos de consumo. Nessas aspirações, abre-se espaço para o graffiti. E alguns grafiteiros perceberam esse momento fortuito para suas artes e abriram frentes, para desenvolverem seus trabalhos e produtos atrelados a essa personalização que os indivíduos buscam.

Quando a arte se torna mais autônoma, a partir dos séculos XVIII e XIX, esta se torna mais complexa emancipando-se das esferas que antes as sufocavam como a igreja, a aristocracia, e depois da encomenda burguesa. Apesar disso, essa autonomia dos artistas é relativa, porque o cerceamento é de novo tipo, agora são as leis de mercado que os cerceiam. Eles sacrificam a vida material, a política e a vida familiar? Não é sem tensão essa escolha. Os artistas modernos procuram romper com as convenções apropriando-se de elementos do real para realizar sua estetização.

Contudo, o modernismo fortalece a cultura dominante, positivista, excêntrica e racionalista, de uma elite, que acaba fortalecendo o que inicialmente queriam combater. No modernismo, as imagens estavam vinculadas às indústrias, às máquinas. Já no pós-modernismo as imagens são mais abstratas como imagens que são da televisão, do computador, da internet e dos shoppings centers. A razão era a mola guia da modernidade, com suas grandes narrativas de transformação social, tinha-se uma pretensão de aplicar teorias abstratas à realidade.

O capitalismo influenciou essas mudanças com suas particularidades mais simbólicas e efêmeras. As características que o capitalismo assume, com algumas aberturas como a diversidade estética, a alteridade pluralista e a revitalização urbana local mais intensa, influencia no comportamento dos indivíduos. Este momento do pós-modernismo coincide com grandes movimentos populares, especialmente de jovens, e o graffiti e a pichação aparecem como a parte visual destes protestos e insatisfações em relação às elites culturais (RINCK, 2013).

Aos poucos, a arte foi se aproximando do mundo econômico. Na idade média, por exemplo, a arte estava atrelada à igreja, nas catedrais. No renascimento, a arte dependia do príncipe e da corte. Depois dos séculos XVIII e XIX, expressa a autonomia da arte que se afasta dos limites da igreja e dos que pagavam por ela. Na modernidade, os mundos da arte e da economia se entrelaçam e a arte é governada por objetivo econômico. Este processo vem se amplificando e os artistas passam a trabalhar com marcas de grande porte. Os mais bem-sucedidos artistas são chamados como homens de negócio. Neste sentido, é uma grande mudança, porque os próprios artistas reivindicam esse status (LIPOVETSKY, SERROY, 2015).

Está acontecendo um deslocamento do foco da produção ao consumo. A cultura do consumo vem adquirindo espaço, antes não ocupado, nos discursos das ciências sociais, pois a centralidade de seus estudos estava em torno da produção e da economia. Passa-se por novas etapas em relação ao capitalismo (de consumo), à industrialização (sociedade da informação ou pós-industrial) e à modernidade (alta modernidade ou pós-modernidade). Estas mudanças justificam novos conceitos que orientaram a atenção levando em conta a realidade e a percepção sobre ela.

Há um novo sentido do estar na pós-modernidade, que faz prevalecer o que está no nível do supérfluo, do inútil, a busca do qualitativo são prioridades. Pode-se ressaltar que a estética não está limitada à arte, pois ela permeia as vivências, os compartilhamentos, os sentimentos e as emoções em comum. Estes elementos são parte da estética dessa socialidade contemporânea. A imagem é apropriada pelos sujeitos coletivamente, ela agrega e tem algo de misterioso, porque une aqueles que são iniciados. Levando essas questões em conta, pode-se dizer que o paradigma estético não se configura como individualista, pois o que prevalece é o grupo em detrimento do indivíduo (MAFFESOLI, 1995).

Maffesoli (1995) salienta a ligação sutil entre a preocupação do presente, a vida cotidiana e o imaginário, denominada de estética – que compreende a empatia, o desejo comunitário, a emoção e a vibração comum. Dentro disso tudo, pode ou não conter um

ativismo político, contudo, há um “quietismo sensível”, presente na relação entre as pessoas que traz consigo, de certa forma, uma ética na estética. Os interesses e os valores que na modernidade estão delineados, nesse novo momento, alguns deles estão sendo recriados, portanto delineando-se. Uma das consequências é o ideal democrático sendo questionado, e outros ideais mais fragmentados são possibilidades mais palpáveis para os indivíduos.

Este ideal está presente em variadas formas de solidariedade, que podem ser aparentes e até aparecer nos meios de comunicação ou simplesmente estar na vida cotidiana. As obras humanitárias, as organizações não governamentais, atividades com esse tipo de características e idealismos estão relacionadas não a grandes teorias e sim ao afeto das pessoas envolvidas. O que salta aos olhos é a vontade de estar junto e desfrutar a vida de forma mais prazerosa possível.

Há contrapontos que se pronunciam no momento atual, como a existência de um ego coletivo que está distante dos ideais racionais e universais existentes na modernidade. Os ideais desse ego estariam mais no cotidiano vivido. Trata-se do paralelo existente entre a saturação do político e a reatualização do doméstico, do componente ecológico que se espalha entre as pessoas. Esse processo se dá de formas não uniformes, identificado como “[...] tribalização, cultura do sentimento, estetização da vida, predominância do cotidiano” (MAFFESOLI, 1995, p. 25).

As bases da modernidade enfraquecida abrem brechas, com a mundialização, de novas percepções e modos de ser, como as culturas minoritárias e pluralidade. Os estilos juvenis são sempre mutáveis, vão reelaborando a partir de “[...] linguagem, vestuário, músicas, danças, discursos, trajetos urbanos um universo cultural” (HERCHMANN, 2005, p. 66). Assim, é o graffiti como cultura que vai sendo transmitida da velha escola a gerações mais novas, que tratam de reelaborar elementos trazendo referências e influências de vários meios e lugares os quais incorporam e atribuem sentido as suas vidas e as suas formações profissionais. Priorizam os momentos em comum quando uns aprendem com os outros os melhores materiais, as técnicas diferenciadas, os momentos lúdicos, e tudo que o estar junto pode proporcionar dividindo experiências e sentimentos.

Estilo tem uma concepção mais ampla do que o reduzir ao estilo de alguém ou de um grupo para identificar a época em que viviam. Com isso, o estilo revela a complexidade da esfera social, podendo aplicá-lo “[...] à arte, aos sentimentos, às relações sociais, à produção social ou à vida da empresa” (MAFFESOLI, 1995, p. 30). Portanto, é entendido como “princípio de unidade”, o estilo possui um papel de ligação, de vínculo que perpassa elementos diferentes da realidade social. Nesse sentido, para Featherstone (1995, p. 119) a

expressão estilo de vida refere-se “[...] estilo de vida distintivo de grupos de status específicos, no âmbito da cultura de consumo contemporânea ela consta individualidade, auto-expressão e uma consciência de si estilizada”. O que as pessoas fazem, usam, comem, onde passeiam, dizem da sua individualidade de gosto e de estilo.

O grupo liga-se pelo estilo e pelas emoções partilhadas. É uma língua comum, na qual os iniciados se agrupam e se reconhecem, inclusive para além de limitações geográficas. O graffiti é um exemplo de linguagem comum e que ultrapassa fronteiras, tem uma linguagem visual que é partilhada e reconhecida mundialmente, e seus grupos tem algo de misterioso quando elaboram assinaturas, animações que por vezes é entendida pelos grupos que possuem “a senha” de acesso. São essas microcomunidades que dão sentido aos estilos, que são vivenciados tanto pelos aspectos físicos e visuais como pelas emoções partilhadas.

A transmutação ocorrida é entre a estética e a mística, ou seja, a experimentação de emoções coletivas, a criação não pela ação, mas a ação comum identificada como estética aproxima do sentimento comunitário, e a mística é o que une os iniciados, um mistério compartilhado. Essa experiência mística seria característica da socialidade contemporânea, o não fazer criador, as pessoas em comunhão por simplesmente estarem, sem terem um objetivo específico, por algum motivo que tenham de justificar. A socialidade desprovida de finalidade une a contemplação estética a contemplação mística. O ideal democrático que reforçava que a história precisa ser construída, não tem mais sentido. A sociedade está dada, é, portanto, preciso acomodar-se e se sentir pleno com os benefícios trazidos por ela.

A estetização da vida passa pela importância que se dá à aparência, dessa forma há também novas formas de se relacionar, novos comportamentos buscando o prazer de diversas formas, os valores vão se recriando. Como salienta Maffesoli (1995, p. 51) “[...] o fato de os valores morrerem não significa que estejam mortos todos os valores”. Há profundidade nessa superfície, pois novos arranjos vão alicerçando os relacionamentos.

A importância que se dá ao corpo, imagens e objetos, por mais concreto que possam ser, transmuta-se em misticismo no sentido de ser partilhado, no sentido de comunhão. A junção entre o material e o imaterial propicia o estar junto, usufruir o momento compartilhando as emoções e os sentimentos comuns. Os grupos jovens são exemplos desse tribalismo. Todavia, nos próprios grupos jovens alguns são apontados como “diferentes”, mesmo que compartilhem alguns elementos identificadores. Trata-se do caso dos grafiteiros que utilizam técnicas do graffiti profissionalmente, que são apontados pelos grafiteiros “descomprometidos profissionalmente” como desvirtuantes, em relação às atitudes que consideram pertencer a uma identidade do fazer graffiti, gerando certa hostilidade entre os

grupos. Nestas relações conflituosas, o sujeito consegue ir situando-se e percebendo suas identificações.

Maffesoli (1995) mostra o apagamento do sujeito autônomo, porque a identidade se divide, eis que surgem várias identificações, um ser heterônimo, que para existir depende do outro. Na busca pelo espaço comunitário, o indivíduo passa a ter valor a partir do grupo e isso caracteriza o tribalismo, que já existia em sociedades tradicionais. O que se vê é menos uma atitude normativa e mais um sentimento coletivo. A ação dá lugar à imagem, reúnem-se em torno de emblemas comuns, constituindo comunidades. O *ethos* que vigora, não mais do político, e sim o da contemplação. Ocorre uma mudança de paradigma, ao invés da vontade de mudar o mundo escolhe envolver-se pela contemplação.

Alguns grafiteiros entrevistados, por terem um viés mais profissional em suas práticas, percebem o ato e o cunho político do graffiti apagando-se, como se estivesse permanecido no passado quando do seu surgimento. Para alguns grafiteiros, o viés social do graffiti torna-se mais aparente. Nessa perspectiva, a rebeldia pertencia mais à intenção inicial, derivado do contexto no qual surgiu o graffiti. Assim, o sentido de contemplação, do estar junto com seus pares, torna-se predominante. Porém, juntos aprendem formas de compartilhar, aprendem juntos esse saber que é passado de forma mais espontânea.

Conforme Maffesoli (2005, p. 108), “[...] a prevalência da estética, a perspectiva ecológica, a não-atividade política e as diferentes formas do cuidado de si, os diversos cultos do corpo são, de fato, apesar das aparências são modulações dessa contemplação”. O autor cita exemplos de contemplação religiosa, mesmo solitários os seus praticantes não são isolados, de alguma forma relacionam-se com a igreja ou com o mundo na sua totalidade.

O que antes ligavam os sujeitos eram as aspirações políticas que faziam com que enfrentassem o seu cotidiano, hoje o que permeia a vida cotidiana dos indivíduos é o que se define como estética. Esta ética está baseada na personalização, na busca pelo prazer, nas emoções, na busca pelo novo, a dimensão emocional é o que liga os indivíduos (MAFFESOLI (1995); LIPOVETSKY; SERROY (2015)).

A estetização do mundo e o paradoxo do capitalismo artístico apresentam-se nos mais variados objetos, como paredes, garrafas. Os homens sempre tiveram a capacidade de pintar, de dançar, de maquiar. O que agora se chama de arte ou estética não era considerado há anos atrás, sendo que a religião governou a vida das formas e as obras não se separavam do mundo religioso. No renascimento, houve uma estetização da sacralização destacando a aristocracia. A estetização moderna iniciou-se por volta do século XVIII e XIX distanciando a arte da religião.

A religião não governa a arte e nem há uma arte da religião, conseguindo sua autonomia. A arte passa, então, a dar sentido às coisas, e os artistas passam a ter um atributo de modificar as coisas, de revolucionar. Esses modelos vão desaparecendo quando o mercado entra em cena e a arte entendida de forma mais ampla – exemplificada pela arte da maquiagem de uma mulher, design, cinema ou música, podendo ser entendidos como arte comercial – mesclam-se e formam a estetização, pois tudo que se consome são obras de artistas ou decoradores (LIPOVETSKY; SERROY, 2015).

Anteriormente à estetização, fazia-se parte de um grupo específico, seja a aristocracia, ou as camadas mais privilegiadas. Hoje, muitas pessoas podem ouvir música em seus smathphone, configurando-se uma democratização. O que antes fazia parte de castelos e igrejas, hoje faz parte da vida comum. Na sociedade do hiperconsumo e hiperinformação, fica-se um pouco desorientado e é preciso de coerência para não se perder. As grandes referências políticas, religiosas e filosóficas não sustentam mais as ideias e as atitudes da sociedade como um todo. Imputar vínculo às coisas, dar sentido a elas está mais complexo, pois está muito fragmentado. Entretanto, a arte está nas superfícies e as superfícies são profundas. O capitalismo artista despertou uma ética estética.

Com a estetização da ética, ou seja, com a diversificação do prazer e das sensações, o problema aparece quando se tem de enfrentar coisas que não são estéticas, por exemplo, o trabalho, sendo essa dimensão de resultados. Estes são aspectos caracterizados como conflitivos presentes na sociedade contemporânea. Outro exemplo de conflito é o que passa na televisão como perfil corporal, apresentando corpos esculturais enquanto um grande número da população tem sobrepeso, gerando um conflito entre o ideal estético e a realidade. Portanto, a vida do prazer convive e é contrariada por outras normas.

O mercado apresenta como felicidade a aquisição de produtos novos. Exemplifica-se com os telefones que antes eram pretos e cuidados pela família, sendo o único usado. Contudo, o mercado cresce e lança vários telefones diferentes com cores e modelos variados, estimulando a vontade da novidade despertando o anseio por comprar sempre um modelo novo. Com isso, predomina a novidade. Sempre associada à inovação tecnológica, em conjunto com a estética do produto atraente e sempre nova, inovando nas cores, nas formas e nos desenhos.

Os artistas podem fazer trabalhos bons ou ruins, pois não se tem um referencial universal que legitime o trabalho, a obra. A presença do lúdico, da frivolidade são acentuados na arte contemporânea. Antes, entrava-se em catedrais e se falava de arte. Hoje, quando se entra em uma galeria de arte, não se sabe definir o trabalho tecnológico e uma obra de arte.

Lipovetsky e Serroy (2015) mencionam a inconsistência, pois o fundamento, em alguns casos, estaria apoiado no entretenimento.

Hoje, há a intenção de estilizar todos os objetos, até mesmo o trivial, as máquinas e até o espaço urbano, pois “[...] a era da igualdade democrática tornou possível a afirmação da igual dignidade estética de todos os assuntos, a liberdade soberana dos artistas de qualificar de arte tudo o que criam e expõem” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 23). Em suas análises, Lipovetsky e Serroy (2015) constataam a quarta fase de estetização do mundo em que estão baseados a individualização e mercantilização extremas.

Para Lipovetsky e Serroy (2015, p. 28), “[...] eis-nos no estágio estratégico e mercantil da estetização do mundo. Depois da arte-para-os-deuses, da arte-para-os-príncipes e da arte-pela-arte, triunfa agora a arte-para-o-mercado”. Com a estetização, as denominações das atividades econômicas passam por uma estética como, por exemplo, o jardineiro torna-se paisagista. Entram nessa trilha os grafiteiros, aqueles que ministram oficinas de graffiti são reconhecidos como arte educadores. Aqueles que trabalham com influências do graffiti em atividades diversas são reconhecidos como artistas/grafiteiros ou artistas.

Segundo Lipovetsky e Serroy (2015, p. 50-51),

[...] no tempo do capitalismo transestético, não se vende apenas um produto, mas estilo, elegância, beleza, cool, emoções, imaginário, personalidade. O mundo mercantil se tornou ao mesmo tempo valor de uso, valor de troca e valor estético: o capitalismo artista é esse sistema no qual indústria e arte, mercado e criação, utilidade e moda, marca e estilo não são mais disjuntos.

A arte de consumo de massa não tem o mesmo objetivo da arte pela arte, ela busca envolver o indivíduo com a intenção de vender ao maior público possível. A arte de consumo de massa não prioriza a autonomia, prioriza sim o interesse, a opinião do público. Esta arte está ligada aos interesses e aos desejos passageiros, emoções imediatas que logo em seguida deve ser atendida com um novo produto. Assim, prioriza os desejos fáceis, aqueles que não precisam de um aprendizado para seu consumo. Diferentemente dos grafiteiros, que ainda buscam autonomia e autoria em seus trabalhos divulgando e produzindo trabalhos autorais para ter mais destaque no mercado. Todavia, muitos deles, concomitantemente, trabalham com produtos por encomenda, principalmente telas e trabalhos de decoração residencial, como forma de adquirir renda para sobrevivência no âmbito do pós-graffiti. Os grafiteiros, para manterem-se financeiramente, optam por realizar trabalhos como esses ao invés de se submeterem a outros tipos de trabalho mais precarizados.

Segundo Lipovetsky e Serroy (2015, p. 109-110),

O capitalismo transtético ou criativo também é esse sistema que assiste ao crescimento considerável das profissões ligadas à arte e às indústrias culturais. O boom da economia criativa e hiperconsumidora faz com que o número de profissionais que exercem os ofícios ligados à arte alcance cifras que não tem mais comparação com o que eram não apenas nos séculos precedentes, mas inclusive nas décadas recentes.

A sociedade estética hipermoderna funda um ideal de vida, uma ética específica. Está alicerçada nas funções do agora, das sensibilidades e emoções, na renovação constante, constante prazer e divertimento, configurando-se como uma ética estilizada. Assim como foi desenvolvida a arte de massa pelo capitalismo artista, está ligado a ele, também, o desenvolvimento desta maneira de viver estilizada, essa vida estetizada de massa. As imagens e os sentimentos dão prazer e trazem sentidos ao cotidiano, pois são advindas dos “[...] deleites da música e da natureza, as sensações do corpo, os jogos das aparências, a frivolidade da moda, as viagens e os jogos, a multiplicação das experiências sensitivas” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 388).

Maffesoli (1995; 2005) traz a questão de um tipo de comunidade que se desenvolve na contemporaneidade que Lipovetsky e Serroy (2015) também, mencionam, mas usando outra forma. Não obstante, o que dá alicerce é seu conteúdo estético. Está se buscando a personalização das coisas e ao mesmo tempo essas coisas precisam ser compartilhadas para fazerem sentido. O individualismo é um individualismo compartilhado, para ter sentido de pertencimento precisa estar na relação com o outro.

Na modernidade, o indivíduo era autossuficiente, pois ele se projetava de dentro para fora. Hoje, o indivíduo está para o mundo projetando-se em diferentes contextos surgindo, assim, as fragmentações. Como acontece com o mundo do trabalho, afetando principalmente aos jovens, que não conseguem ver a realidade na sua totalidade por conta da relação que hoje se produz com os trabalhos por projetos.

Maffesoli (1995; 2005) e Lipovetsky e Serroy (2015) entendem que, no individualismo moderno, o motor da sociedade passava pelo aspecto político. Um cidadão que escolhe e vota, pensa a sociedade, e, atualmente, a estética entra em cena. Maffesoli (1995; 2005), a partir das comunidades estéticas e Lipovetsky a partir da personalização alertam para uma ética estética que atravessa a sociedade, salientam que o individualismo egoísta moderno se apagou.

É possível entender o caminho que os grafiteiros vêm percorrendo atualmente. Eles não veem o graffiti como um ato de protesto, acreditam que se tratava de algo mais político logo no seu surgimento. Já hoje, reivindicam o caráter social do graffiti. A estetização da vida

trouxe essa leveza ao pós-graffiti, que pôde se transformar em um projeto profissional, em que os grafiteiros podem se reconhecerem como artistas e romper com algumas imagens que se atrelavam ao graffiti. O tribalismo, conforme Maffesoli (1995; 2005), está presente no contexto dos coletivos de grafiteiros e também no pós-graffiti o sentido de estar junto, de aprender juntos, de haver um elo comum que os liga diante da vontade de expressarem-se, de dividirem suas emoções.

Os graffitis têm potencial político, pois se afirmam diante do Estado, das propagandas, e outros, reivindicando espaço nas cidades. Os graffitis são elaborados por seus criadores e ressignificados por seus admiradores e público em geral. Com isso não estão dados a priori e dispostos a tendências dominantes, entretanto, as vozes com as quais interagem e apresentam são plurais. O graffiti encontra brechas na sociedade para democraticamente fazer parte da cidade, porque aqueles que dividem estes espaços como observadores também fazem parte dele como imagens compartilhadas. O graffiti vai de encontro à arte convencional, ele está inspirado no desejo e na imaginação dos grafiteiros que deixam seus traços marcados na cidade, que vai se transformando continuamente. Com isso, os lugares transitáveis tornam-se lugares sociais.

O ato de pintar, de tentar ressignificar um espaço, traz consigo um significado, um desejo, uma busca sensível por produzir uma resistência, um novo status. Graffiti pode ser um ato solitário, mas normalmente não o é. Grafitar pode ser uma forma de compartilhar um momento, emoções, histórias passadas, curiosidades, técnicas enquanto dividem o tempo entre um traço e outro. Grafitar é deixar um pensamento, uma mensagem por meio de palavras ou imagens aqueles que transitam pela cidade. Grafitar traz traços à identidade que valoriza o movimento, o estar junto, um inconformismo juvenil que os acompanham até a maturidade para os que continuam na prática.

Os grafiteiros convivem com esses dois mundos: o mundo da liberdade e do ato de rebeldia e com o mundo do trabalho, da economia criativa em diálogo com as lógicas mercantis. Estas, de certa forma, trazem um contorno mais profissional, com regras e estratégias aplicáveis ao estímulo do consumo. Este trânsito acontece de forma intencional, pois vão criando estratégias para andar por esses caminhos, são escolhas feitas no decorrer do percurso aprendendo a dialogar com os interlocutores.

O pós-graffiti alcançou mais visibilidade por conta do processo de estetização e dramatização pelos quais se vive. Visibilidade pelo espaço da rua e visibilidade pelo espaço virtual. Não de forma linear, mas de forma articulada, elaborando suas identificações em que os elementos se mesclam e se transformam para que a inserção no mercado de trabalho

aconteça. Aprendem a vislumbrar, a partir da abertura encontrada, caminhos que possam atravessar esses dois mundos, trazendo a fruição ao trabalho e o trabalho a fruição.

Estes artistas não pretendem mudar o mundo, mas querem viver o mundo a seu modo, sem ter de separar prazer e ofício. Procuram explorar o mundo por meio da sua criatividade, estarem abertos para novas paisagens e a novos aprendizados em que possam levar a sensação de estar livre para expressarem-se. O que é relevante hoje é viver a emoção, sentir, priorizar o prazer. Na contemporaneidade, dois universos que pareciam antagônicos estão mesclados: o mundo dos negócios com o mundo livre da criação. Com isso, prioriza-se a liberdade de criar para que diferentes emoções perpassem, também, o mundo do trabalho.

Afirmar uma ligação entre o mundo dos negócios e arte não os aproxima de um modo de produção idealizado pela criatividade em que não existam conflitos e limites. São dois polos que se ligam, mas com isso não estão livres de conflitos, de interesses e de objetivos. Por um lado, a racionalização a procura de inovação que alavanque um mercado promissor viável a um grande número de pessoas. Lançando, assim, produtos que limitam a criatividade, esta almejada pelos artistas que gostam de serem livres em suas criações e personalizá-las. Dessa maneira, o mercado e sua lógica oprimem e ao mesmo tempo precisam dar liberdade à criatividade.

A ideia de que o trabalho era compensado pelo próprio trabalho também está se reconfigurando, pois privilegia-se a influência do afeto e da relação prazerosa com o trabalho. Esse tipo de relação vai perpassar áreas, que antes se delineava com elementos racionais e econômicos, e hoje são muito influenciados pelo elemento estético. E no caso do pós-graffiti, elementos do mundo dos negócios o atravessam. O que antes fazia parte dos protestos juvenis e da paisagem urbana, hoje se transforma em decoração, em produtos comercializáveis apresentados ao alcance de todos.

A relação que vão estabelecendo com o graffiti demonstra os desdobramentos que são atribuídos a ele. As suas produções são direcionadas às imagens que querem passar agora como artistas profissionais, são entonações diferentes para dizer o que sentem e o que trouxeram das vivências das ruas. Pela arte, manifesta-se a realidade e assim a relação que estabelecem com ela traz ajustamentos, reformulações a seus discursos, diz de si e da realidade ao seu redor. Seus discursos hoje são mais ligados à arte pela via profissional, direcionando suas emoções e sociabilidades a esse caminho.

Portanto, o pós-graffiti é enriquecido e desenvolvido por conta de todo o movimento, trabalho, sentimentos e compartilhamentos daqueles que os dão contornos. Eles veem os seus trabalhos e suas produções como necessidade. Porque estão relacionadas com a necessidade

de expressão. Isto faz com que as vidas desses artistas tenham sentido delineando as trajetórias que buscam para o percurso de suas vidas. As trocas presentes em seus trabalhos são importantes para a qualidade e a finalidade de suas obras, pois esta comunhão envolve o trajeto e o produto final. Os trabalhos são efêmeros, porque tudo muda constantemente. Assim, os artistas necessitam criar nesse mesmo ritmo, alimentar seu trabalho e movimentar a vida. Isto gera alguma ansiedade, levando esses artistas a um medo em torno da estagnação do ímpeto criativo.

Os grafiteiros beneficiaram-se, também, com o aparato midiático. Dessa forma, conseguiram adentrar em diferentes camadas e influenciar esteticamente outros profissionais com os quais construíram vínculos para expandir seus trabalhos. Muitas vezes a imagem e o visual adquirem importância maior que o conteúdo, pois a estética apropria-se da ética e a sociedade racionalizada dá lugar a sociedade emocionalizada.

4.2 MUDIATIZAÇÃO

Os grafiteiros consideram importante esse espaço democrático através das redes sociais revelando como a midiaticização é tão importante em seus trabalhos. Exemplifica-se este fato com um trecho da conversa com a Abigail de Andrade: *“E o portfólio que eu tinha de ilustração, a rua também começou a virar um portfólio. Tinha fotolog, era a rede social da galera que tava pintando. Não me lembro do Orkut. No estágio que eu fazia eu usava a máquina do fotojornalista, a máquina da agência, essa da faculdade era uma maquininha de disquete, já era ultrapassado na época, mas era o que eu usava. Era bem diferente. Lembro que só podia postar só uma foto por dia. Imagina hoje, né. Instagram e tudo mais é outra, é outra dinâmica, né. Outra dinâmica, tipo [...] porque tu cria uma rede ali, tu não precisa estar num museu, tu pode ter uma página né, onde tu te divulga e enfim. É uma dinâmica bem interessante, porque ficar acessível, porque tem muito artista, tem muita gente, fazendo muita coisa boa e não tem espaço físico pra todo mundo ou até tem, mas as vezes, tipo, tu não tem os canais, tipo, tem talento, mas um monte de gente jovem que pinta pra caralho, mas não tem as oportunidades, mas no virtual ali tu consegue atingir todo mundo, né”*.

Com a expansão da midiaticização, os processos de interação são diversificados, então são mais variados os modos pelos quais as pessoas interagem entre si. A mídia já não paira sobre a sociedade, mas está cada vez mais nos processos de interação, convivendo com os processos mais antigos, como as conversas presenciais e a escrita. Quando o assunto é

mediatização, os meios não são apenas a referência, mas incluem quem participa das interações de forma ampla e complexa.

As mídias têm papel importante, pois fazem eco e levam as imagens elaboradas por si a muitas pessoas e a muitos lugares. O importante, portanto, e nada de mal há nisso, é o estar junto pelo simples fato de estar junto, reconhecem-se nas mídias que dão vazão a essa experiência da emoção vivida em conjunto. “Pode-se dizer que o estilo estético serve-se dos diversos meios de comunicação de massa para confrontar um estar junto, que não se quer mais conceitual, mas essencialmente afetivo” (MAFFESOLI, 1995, p. 83).

A função que a imagem possui conduz ao sagrado, mesmo sem dogma ou organização, a fé de alguma forma está nela contida e essa forma de religiosidade perpassa toda a vida social. Essa religiosidade não é no seu sentido estrito, mas muitas religiões que se apresentam no esporte, nos musicais, reuniões patrióticas ou ocasiões de consumo. O que liga são as imagens compartilhadas com os outros. O que agrega as pessoas não são mais contratos racionais, elas estão envolvidas pela empatia, em torno de ideias coletivas, emoções e imagens que possam compartilhar.

Para Braga (2012), o termo mediatização não reduz sua relação à indústria cultural e às inovações tecnológicas, pois há presença desses elementos na sociedade. No entanto, a sociedade estabelece uma relação em que críticas, reflexões e regulamentações fazem parte desse processo e com este aparato os indivíduos agem pelas e nas mídias. É importante ressaltar que as inovações tecnológicas são importantes, todavia há um elemento social, no qual a sociedade toma a decisão de acioná-las e assim elas se desenvolvem.

A pesquisa sobre mediatização torna-se tarefa complexa, pois essa ideia está relacionada a certa especificidade em torno da influência da mídia sobre a cultura e a sociedade. Portanto, o termo mediatização de alguma forma liga-se a um processo de mudança. Em torno do termo estão vinculados vários meios, o foco da pesquisa pode percorrer vários deles como a televisão, o celular, a web (HEPP, 2014). Para Hepp (2014, p. 47), “[...] mediação é o conceito para teorizar o processo de comunicação como um todo; mediatização, diferentemente, é um termo mais específico para teorizar a mudança relacionada à mídia”. É importante perceber como as mudanças decorrentes desse processo constrói a comunicação cotidiana, os usos que se faz das mídias e as mudanças socioculturais. Portanto, o processo de mediatização possibilita o entendimento e a análise da sociedade atualmente.

Aqui as mídias estarão expressas, principalmente, em relação às redes sociais pelas quais os jovens utilizam para expandir seus contatos e relacionamentos. No caso desta pesquisa, o interesse nesses meios de comunicação se dá na busca de conhecer e analisar os

trabalhos dos grafiteiros que são divulgados por meio das redes sociais. Entender os usos dos indivíduos com a intenção de compartilhar trabalhos com maior número de pessoas, mas a partir desse objetivo vai se verificar também valores e sentidos compartilhados. Os artistas constroem uma coletividade utilizando a internet, pela qual se conectam com vários grupos e indivíduos dos vários lugares do país e do mundo. Com isso o espaço físico não é mais barreira para as conexões que desejam fazer. Todos esses elementos do universo on-line influenciam nas estratégias e na organização dos trabalhos dos grafiteiros.

A lógica do mercado influencia na prática do graffiti. No entanto, perpassa outros elementos, não sendo a única a influenciar. Em muitos momentos, o grafiteiro, quando finaliza sua arte, só o considera assim após fotografada e postada em alguma rede social. Para Silveira (2012), significa que o trabalho não estaria acabado se não estiver codificado e instituído pela mídia. As mídias não têm um custo para a realização das postagens e isto as faz levar a um número grande de usuários. Para os grafiteiros, torna-se uma ferramenta de divulgação, e uma forma de apresentação e realização de seu graffiti. Segundo Silveira (2012) o graffiti estaria sujeitando-se por processos de midiaticização e remediação diante das mídias mais instituídas. Com isso, “[...] o grafite se encontraria assim expandido – técnica e midiaticamente expandido” (SILVEIRA, 2012, p. 35).

Para o autor mencionado no parágrafo acima, o graffiti aparece redefinindo-se pelo foco que está se dando a visibilidade, também, pela “expressividade-linguageira” e pelo atual uso que está se fazendo dos aparatos midiáticos. Com a fotografia, o graffiti questiona-se, pois incorpora essa técnica para registrar o momento, vive e depois faz multiplicar esse momento. Para Silveira (2012, p. 47), a fotografia aglutina duas realidades: “a realidade urbana objetiva e a representação icônica de aspectos do mundo fenomênico”. Não quer dizer que a fotografia vai atribuir ao graffiti algo de fora, mas o que é salientado são traços e características que o autor chama de “naturais”, não quer dizer que ele se transforme em algo estranho, ele só é transposto a outro ambiente, como as páginas e sites dos seus autores.

Silveira (2012) cita Armando Silva, para frisar que este autor define graffiti pela marginalidade e o anonimato. Sendo assim, há uma recusa aos circuitos e às instâncias oficiais para alguns grafiteiros. O graffiti, mesmo fazendo uso dos aparatos midiáticos com objetivo de difundir seus trabalhos, compartilhar com um número maior de pessoas, interagir com os pares, não perde a linguagem e demais elementos que compõem sua estética. O graffiti e o uso que se está explorando da tecnologia constrói um espaço de encontro dessas duas realidades. Para Silveira (2012) o graffiti consegue incorporar essa dimensão tecno-midiática sendo permeável por essas inovações tecnológicas.

Os jovens criativos usam a tecnologia para conectarem-se com outros jovens no mundo todo, não apenas no lugar onde vivem. Conectam-se e estabelecem relações de trabalho mesmo à distância. Assim, difundem seus trabalhos, suas práticas e suas atividades artísticas. Esse conectar-se é visto no mundo todo e pode ser uma alternativa ao que a indústria cultural apresenta. Os pequenos grupos e os artistas individuais entram, assim, nas brechas das indústrias e das grandes empresas. Como os artistas/grafiteiros procuram visibilidade aos seus trabalhos este meio de mostrar sua arte favorece a circulação e negociação em relação à profissionalização.

Em relação à economia criativa, Canclini (2012) percebe que, na economia a qual se vive, tem-se pontos favoráveis e negativos. É favorável a existência de uma circulação econômica mais globalizada dos bens, pois as tecnologias digitais permitem a conexão de países e pessoas, podendo compartilhar bens, acessar formas criativas em todo o mundo. O autor salienta, com isso, que a economia se configura multicultural e aberta.

Sites, blogs podem ser compostos pessoalmente com fotos, filmes, palavras, pode ser uma forma de marcar uma identificação, uma apresentação para o mundo. Um vai conhecendo o site do outro e cria-se uma rede compartilhamentos. A internet possibilita, também, o intercâmbio entre os grafiteiros, trocam e divulgam trabalhos e uns convidam os outros para participarem de eventos e pintarem em seus respectivos países e as hospedagens ficam por conta daqueles que convidam. O espaço virtual ganha importância para o grafiteiro. Os encontros virtuais possibilitam desenvolver temas e leiautes para posteriores graffiti's, que após será fotografado e postado no ciberespaço, aparecendo a circularidade das ações dos artistas.

A seguir, serão expostas algumas postagens que os grafiteiros participantes da pesquisa publicaram no Facebook. Os grafiteiros gostam de expor fotos de seus trabalhos e o seu contexto. Como exemplo, cita-se a cena de um grafiteiro, pintando o muro com adolescentes lhe observando, em seguida aparece a foto destes adolescentes, pintando o muro com spray. A legenda selecionada, para este momento, foi a seguinte: “trocando ideia”. Acrescentou a *hashtag*² “#crianças” para apresentar uma foto das crianças no local onde estavam ouvindo os ensinamentos sobre arte. Muitos postam fotos dos graffiti's que realizam pelos bairros: “rolé... muita arte na beira de Ipanema... zona sul mais uma vez”;

² “Hashtags são compostas pela palavra-chave do assunto antecedida pelo símbolo cerquilha (#). As hashtags viram hiperlinks dentro da rede, indexáveis pelos mecanismos de busca. Sendo assim, outros usuários podem clicar nas hashtags (ou buscá-las em mecanismos como o Google) para ter acesso a todos que participaram da discussão. As hashtags mais usadas no Twitter ficam agrupadas no menu Trending Topics, encontrado na barra lateral do microblog” (WIKIPEDIA, 2017).

Muitos apresentam fotos dos graffitis que realizam pelos bairros. Os artistas postam muitas fotos dos graffitis que fazem individualmente ou em coletivos e alguns postam o andamento e o processo percorrido até a finalização do desenho: “A arte move montanhas e abre novos caminhos. Mais um elo na corrente”. Essa legenda faz parte desta foto, feita por um grafiteiro em conjunto com o parceiro de coletivo:

Figura 9 – Trabalho 1

Em andamento....

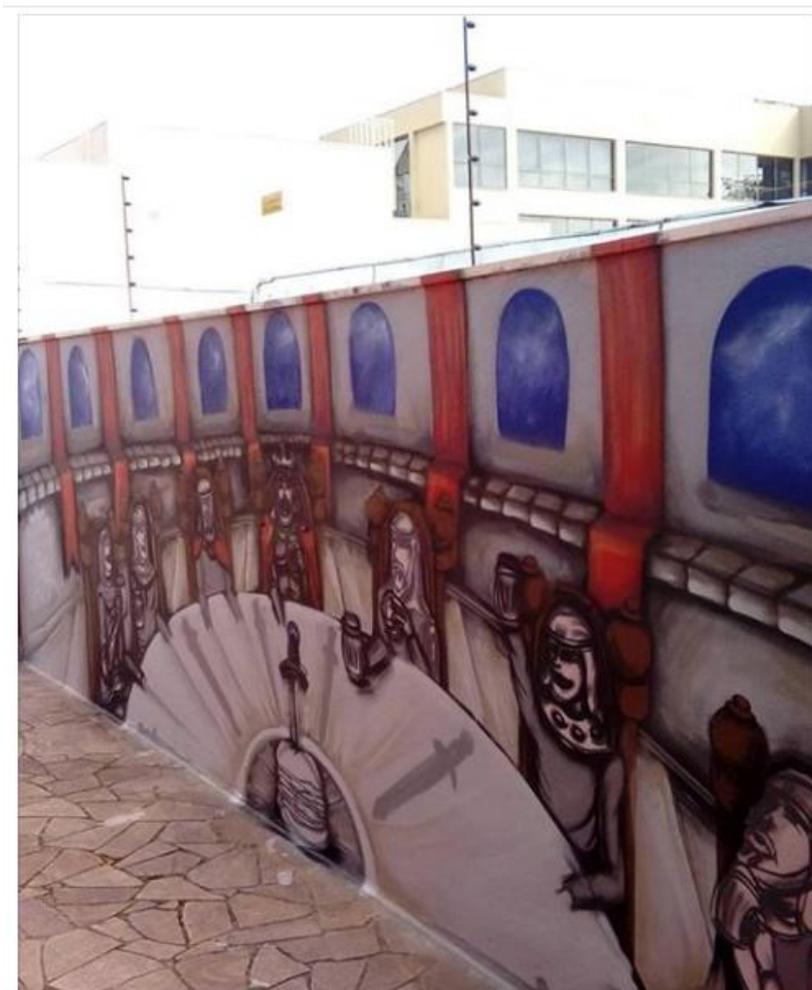


[Curtir](#) · [Comentar](#) · [Compartilhar](#)

Fonte: (FACEBOOK, 2017d)

O trabalho abaixo é um mural para uma hamburgueria de Porto Alegre, trabalho realizado por um coletivo. Quando o trabalho é realizado por mais de uma pessoa o artista quando comenta marca no *post* o companheiro (ou os companheiros) que realizaram o trabalho conjuntamente.

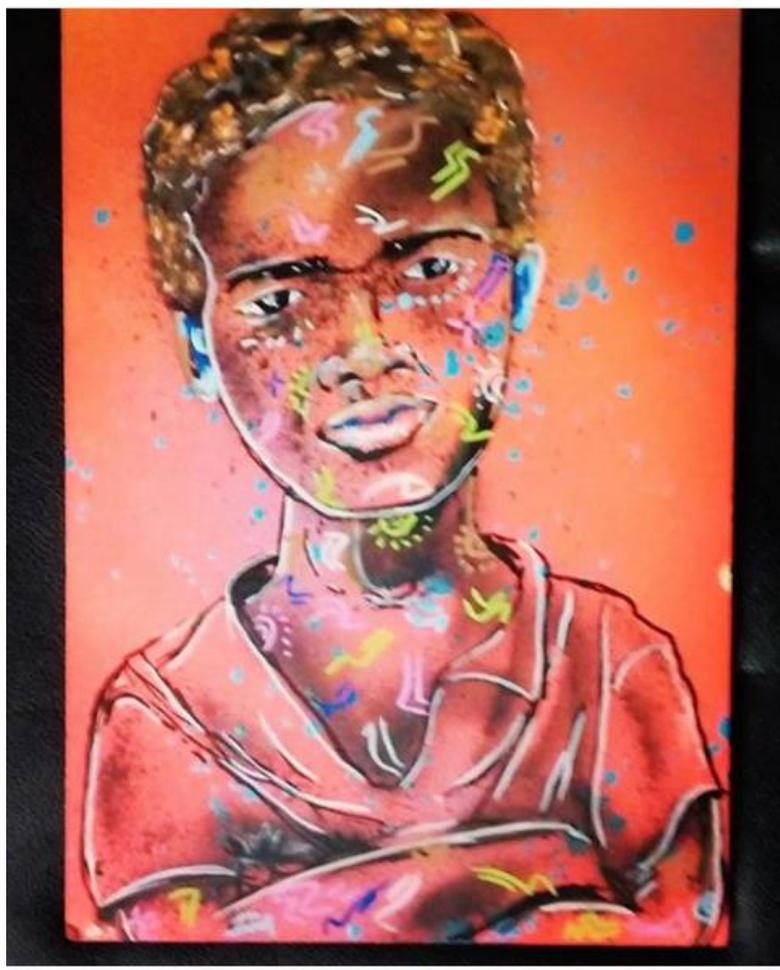
Figura 10 – Trabalho 2



Fonte: (FACEBOOK, 2017d)

Quando um dos grafiteiros estava expondo uma de suas telas no Facebook, utilizou as seguintes hashtags: Zumbi guri!!!! #madeira #telas #arts #cores #favela #zumbidospalmars.

Figura 11 – Trabalho 3



Fonte: (FACEBOOK, 2017d)

Abaixo, segue exemplo de convite chamando as pessoas para comparecer a evento em que trabalhos, de um dos grafiteiros entrevistado, estavam sendo vendidos:

Figura 12 – Trabalho 4



Fonte: (FACEBOOK, 2015e)

Antes de ir a uma viagem, um dos entrevistados colocou as cidades pelas quais iria passar e agradeceu aos apoiadores por meio do Facebook os marcando. Sua frase inicial é a seguinte: “Grato pela vida e seus caminhos desconhecidos”. As fotos das viagens aparecem com paisagens, algumas poucas frases contando algum detalhe e, principalmente, as pinturas que fazem pelos destinos que vão conhecendo sendo uma das práticas dos grafiteiros deixar suas marcas por onde percorrem.

Os entrevistados fazem relatos inspirados, como o que segue, no qual relatam uma força de vontade para fazer arte, anunciando uma viagem ao continente asiático e mostrando sua satisfação: “[...] *quando comecei nunca imaginaria para onde o graffiti iria me levar. Despretensiosamente, foquei o olhar a rua e me deparei com um movimento complexo e cheio de oportunidades! Fui leve e instintivo caindo em queda livre para um mundo que hoje suporta a minha vida. Abri portas e vivenciei cenários que nunca antes passou pela minha cabeça estar. Hoje minha arte me leva para além das fronteiras. Do pensamento, do coração, do mundo. Algo me diz que estar nesse plano, não é só viver. É vivenciar INTENSAMENTE!*” (Almeida Junior).

Em outro *post*, mostra-se a experiência com o graffiti e sobre a visita que fez a única loja de graffiti que tinha na cidade onde estava. E as peculiaridades as quais vivenciou foram resumidas.

Segue comentário de um grafiteiro sobre seu trabalho e o entusiasmo de vivenciar o graffiti: “Graffiti leia-se ‘Arte’, hoje pra mim é, desenhar o que quiser, quando quiser, onde quiser. Evolução e liberdade. Tentativas, acertos e erros. Junta as rébas, põem água no látex, vai à luta e segue a busca”. A imagem que ilustra a postagem é a seguinte:

Figura 13 – Trabalho 5



Fonte: (FACEBOOK, 2015e)

Abaixo, mostra-se um trabalho realizado e a propaganda feita no Facebook, convidando as pessoas a visitarem o local:

Figura 14 – Trabalho 6

Painel para a área externa do #soccerpoint que inaugura hoje na zona sul. Vale ir la conferir que o bar ta bem style.



Curtir - Comentar - Compartilhar

Fonte: (FACEBOOK, 2017d)

Sobre seus trabalhos, alguns dos grafiteiros entrevistados compartilham vídeos com as propagandas que fazem, como o vídeo da loja Pompéia que a artista Anita Malfatti fez. Nessa propaganda, as imagens que passavam por trás e pela frente dos modelos eram ilustrações da artista, como se saíssem da tela, do chão e das paredes, painéis com a arte dela com tema de primavera.

A mesma artista compartilhou, também, imagem da arte da camiseta que fez para um DJ radicado em Porto Alegre. Trabalhos que fazem por encomenda, pois não são suas artes autorais, mas que também são realizadas por alguns dos artistas entrevistados. Outros trabalhos são postados como o exemplo de uma arte idealizada para marca de tênis:

Figura 15 – Trabalho 7



Fonte: (FACEBOOK, 2017e)

Figura 16 – Trabalho 8

Tela que fiz por encomenda baseada em uma pintura que tinha feito na parede.



👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

Fonte: (FACEBOOK, 2017f)

Figura 17 – Trabalho 9



Fonte: (ÖUS, 2017)

Fazem arte para adesivos, *folders* de festas e eventos, que também são expostos em seus perfis. Em suas redes sociais, divulgam exposições que realizam geralmente em bares, cafés, lugares que, frequentemente, recebem os grafiteiros e suas telas. Menos comum são as exposições em lugares mais formais de arte. Alguns têm página, outros possuem perfis pessoais no Facebook. Os artistas, também, criam eventos no Facebook para divulgar as exposições individuais e coletivas. Alguns desses serão expostos a seguir:

Figura 18 – Trabalho 10

Abertura da qual eu estarei participando.
exposição "Arte + Arte" promovida pela Chico Lisboa.
19/09 (terça-feira)
às 18hs
No café Sesc Centro
Alberto Bins, 665.
Todos convidados!

**11ª EDIÇÃO
2017**

arte + arte

ARTE E POLÍTICA, OLHARES CONTEMPORÂNEOS

Abertura
19 de setembro, às 18h.
No Café Sesc Centro, Av. Alberto Bins, 665.
Centro Porto Alegre/RS

Visitação
De 20 de setembro a 27 de outubro de 2017,
de segunda a sexta-feira, das 9h às 20h

Artistas
Carla Magalhães
Clara Koory
David Ceccon
Imerlita Passos
Leonardo Laureiro
Lia Brogi
Lídia Fabricio
Manoela Cavallinbo
Paola Zordan
Santiago Proter
Vera Presotto
Yann Ziegler

Acompanhe todos os eventos

Aberturas

Galeria de Arte do DHAAC
14 de setembro, às 19h
Rua 24 de outubro, 200. Mercado de Verão, Porto Alegre/RS
Início: 19 de setembro a 23 de outubro de 2017, de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h

Centro e Espaço Multicultural Livres Sobre Tópicos
Estação Mercado da Tronador, Centro, Porto Alegre/RS
Início: 24 de setembro a 31 de outubro de 2017, de segunda a sexta-feira, das 14h às 17h

Chico Lisboa Espaço Cultural
5 de outubro, às 19h
Travessa Venâncio, 23, Cidade Baixa, Porto Alegre/RS
Início: 24 de outubro a 2 de novembro de 2017, de segunda a sexta-feira, das 18h às 20h

Colóquios
Arte e Política, Olhares Contemporâneos

Café Sesc Centro
Av. Alberto Bins, 665, Centro, Porto Alegre/RS
26 de setembro, às 18h
Curadoria: Marcelo Pires, Zuzana Bortol e artistas
10 de outubro, às 18h
Curadoria: Maria Helena Sacramento e artistas

Fonte: (FACEBOOK, 2017d)

Figura 19 – Trabalho 11

Amanhã!
Abertura da exposição 3
No espaço 900, 19h.
Jose do Patrocínio, 900
Cidade Baixa.
Estão todos convidados!



EXPOSIÇÃO
3

Santiago Pooter Henrique Fagundes Eduardo Turski

Fonte: (FACEBOOK, 2017d)

Figura 20 – Trabalho 12

Abertura hoje à noite (19h)!
Sem chuva, com coquetel.
Só coisa fina.
Apareçam!



Studio P

O Governo do Estado do Rio Grande do Sul, a Secretaria da Cultura, Turismo, Esportes e Lazer e o Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli têm a honra de convidar para a abertura da exposição

Ana Krebs
Andressa P. Lawisch
Antonia Vasques
Artur Valeso
Bruna Rodriguez
Carmen Sansone
Eduardo Monteiro
Eduardo Thomazoni
Eduardo Turski
Gustavo Assarion
Gustavo Walbrohel
Karenn Liegeh
Leticia Parraz
Manoela Covalinho
Marcelo Bordignon
Mariana Riera
Manique Maccari
Natalsha Kulczynski
Raquel Boff
Regina Krumholz
Rodrigo M. A.
Santiago Pooter
Thiago Sehn

no eStúdio

Curadoria: Marilice Corato

Abertura dia 08 de junho de 2017, às 19 horas
Sala João Fahrion

Visitação de 9 de junho a 18 de julho, de terça a domingos, das 10h às 19h, entrada franca.

MUSEU DE ARTE DO RIO GRANDE DO SUL ADOLFO MALAGOLI
Praça da Alameda, 519 | Centro Histórico | Porto Alegre | RS | Brasil
cep 91000-100 | fone: 51/3022.2211 | fax: 51/3221.5444
www.facebook.com/museoartars | www.museo.rs.gov.br

ufers PROJETOS dv MAM S.M.A.R.C. BRSDE A Banrisul TOS

Curtir Comentar Compartilhar

Fonte: (FACEBOOK, 2017g)

Figura 21 – Trabalho 13

Produção de xilogravuras. #xilography #gravura #woodcut



👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

Fonte: (FACEBOOK, 2017d)

Figura 22 – Trabalho 14

Role correto!
Exposição "Caminhos Eudaimonicos"
Terça-feira (22/11) às 19hs.
(A data fala por si só...)
Produção: Porto Urbano e Cêu bar + arte.



Fonte: (FACEBOOK, 2016b)

Figura 23 – Trabalho 15



FATURAS

CURADORIA DE Adriane Hernandez

Abertura
06 de setembro de 2016, 19h

Memorial do Rio Grande do Sul
Sala Múltiplos Usos, 2º andar
Rua 7 de Setembro, 1020
Praça da Alfândega, Porto Alegre, RS

Exposição aberta de 07 de setembro
a 06 de outubro de 2016
De terça a sábado, das 10h às 18h
Domingos e feriados, das 13h às 17h

Agatha Taylor
Andressa Pacheco Lawisch
Ariane Oliveira
Bruno Tamboreno
David Ceccon
Eduardo Turski
Eduardo Monteiro
Felipe Queiroz
Fernanda Eschberger
Gabriel Pessoto
Guilherme Sommermeyer

Karenn Liège
Kaue Nery
Letícia Lopes
Marcelo Bordignon
Manoela Furtado
Marise Feijó
Michel Degas
Paulo Romero
Raphael D'Antona





Fonte: (FACEBOOK, 2016c)

Como escreveu um dos entrevistados, no seu perfil do Facebook: “Amanhã as 19h tem a abertura da Expo Faturas, uma mostra coletiva de diversos amigos que exploram a pintura contemporânea e suas questões. Curadoria de Adriane Hernandez, no Memorial do Rio Grande do Sul, 2º andar, na Praça da Alfândega, Porto Alegre/RS. Cola!!”.

Os artistas pesquisados gostam de fazer fotos do processo criativo. Muitas fotos são postadas sem ainda estarem finalizadas, portanto na descrição da foto os artistas fazem essa ressalva, como no exemplo abaixo:

Figura 24 – Trabalho 16

Detalhe de um trabalho em processo no bairro Moinhos. #graffiti #art #streetart



👍 Curtir 💬 Comentar

Fonte: (FACEBOOK, 2017d)

A necessidade de postar permanentemente foi apontada com certa tensão. Acredita-se que existe a possibilidade de tornarem-se reféns dessas postagens, por terem preocupação exacerbada com isso e, assim, diminuindo a atenção do processo produtivo. Por ser um meio de divulgação profissional gera-se, também, certa tensão. Este processo está atrelado à ansiedade que o artista tem de estar sempre produzindo e mostrando o seu trabalho.

Muitas fotos são de murais e pinturas profissionais de grande porte realizadas em ambiente público e muitos colocam “#graffiti” nas redes como legenda dos trabalhos. Com a exposição de seus trabalhos nas redes sociais, vão criando um portfólio que atinge muitas pessoas. É também, um espaço de colocar opiniões e frases do que sentem no momento em que estão escrevendo ou em relação a algo que aconteceu pessoalmente ou externos a eles. Gostam de colocar significados do que os inspiram, como frases de inspiração pessoal ou de escritores e pensadores que admiram, expressando o que querem passar a todos os “amigos”.

Expõem o orgulho que sentem em viver o graffiti. Muitas vezes, tem estrutura para realizarem os trabalhos, como oficinas com material e estrutura. Outras vezes, precisam improvisar. Como o graffiti deu este jogo de cintura, fazem da sua arte um aprendizado para a vida. Levam as oficinas de graffiti, principalmente a locais menos favorecidos e colocam as

fotos das crianças e adolescentes com os seus desenhos, descrevendo com entusiasmo o processo.

As redes sociais fazem parte, atualmente, do trabalho, reconfigurando as relações construídas. A mídia está presente nas formas de interação com os clientes e difundindo produtos e exposições. As redes sociais deixam marcas na forma como procuram mostrar as identidades de seus produtos. As diferenças foram assimiladas pelas redes de forma mais democratizadas, pois encontram brechas para enviar suas mensagens podendo aproximar diferentes mundos. Possibilitam construções de si nesse meio de comunicação e divulgação.

Por meio desse relacionamento digital, buscam alimentar as redes sociais com convites, exposições, mensagens que dizem, também, sobre suas escolhas profissionais. Assim, movem o mercado almejado por eles, não pela via mais tradicional da propaganda paga, pois utilizam as redes sociais para realização da divulgação independente as quais os amigos podem compartilhar e auxiliar em sua amplificação. Com estas postagens, aprendem como e o que querem para suas identificações profissionais e de qual maneira constroem e vendem suas imagens.

As redes sociais, de certa forma, retomam o sentido de comunidade. São espaços de interação e de compartilhamento de conteúdo e imagens, nos quais podem selecionar o que querem postar sendo o sentido de privacidade ter sofrido impacto nesse contexto. O importante é o uso que se dá com a tecnologia. A Internet, além de influenciar nas relações contemporâneas, tem a dimensão da autonomia, proporcionando aos sujeitos ter liberdade para publicar os conteúdos que consideram pertinentes.

Para os grafiteiros, este contexto é fortuito. As informações passam a ser descentralizada, assim como os processos de interação entre pessoas de diferentes lugares e com diferentes objetivos e com objetivos que se cruzam. Os grafiteiros conseguem dar tanta visibilidade a seus trabalhos realizados na rua quanto aos trabalhos criados com auxílio das novas tecnologias. Conforme Abigail de Andrade salientou, é possível criar um portfólio por meio da Internet. Sendo assim, formam um compilado de seus trabalhos, para demonstrar seus conteúdos explorando as redes sociais para transmitir sua marca e seus potenciais como sujeito criativo. É um campo aberto, também, aos novos talentos que buscam inserção no mercado criativo.

4.3 PROFISSIONALIZAÇÃO

A profissionalização do graffiti ocorreu, também, quando o mesmo foi incorporado ao mundo oficial das belas artes, no final da década de 1970 e início da década de 1980, no Brasil e fora dele. Críticos, galeristas, curadores, artistas consagrados e mídia especializada introduziram essa arte a um ramo não acadêmico de pintura. Nomes como Andy Warhol subverteram o mundo das artes com sua *pop art*, carimbou o graffiti no mundo das artes plásticas e, dessa forma, foi batizado de “neo-expressionismo abstrato”, agregado a um ramo da pintura pós-moderna. Os pioneiros dessa arte foram Basquiat e Keith Haring, artistas norte-americanos (SOUZA, 2013). Na XVIII Bienal de São Paulo, em 1985, alguns grafiteiros como Vallauri, Villaça, Matuck e Zaidler reforçam a valorização do graffiti e sua inserção no universo institucional de artes plásticas. Gitahy (1999) sugere, em seu livro, que as principais exposições de graffiti começaram a ser difundidas, em 1975, em Nova Iorque

No capítulo “Graffiti versus *street art*”, Bou (2005) explica que *street art* abrange as incursões artísticas realizadas nas áreas urbanas e está relacionada diretamente ao graffiti, pois remete aos anos 1970 as pinturas realizadas nos trens em Nova York. Defende que, como as demais artes, sua filosofia e razão modificam-se conforme a sociedade modifica-se sócio-político e culturalmente. Todo esse movimento é conhecido por muitos artistas como pós-graffiti. O autor nos conta que esse movimento se amplia por um “renascimento” de novas criatividades, ideias, muitos talentos mundialmente conhecidos espalhados em ruas das diversas cidades como se fosse um grande museu.

Com a passagem do graffiti ao pós-graffiti, os artistas trazem novos materiais a seus trabalhos. Para Bou (2005), os personagens como caricaturas, monstros, animais, heróis, etc. feitos de spray, acrílico, a partir dos anos 80, constituem-se como elementos fundamentais dessa arte. Os artistas usam personagens como sua marca, como sua *tag*, essência da cultura do graffiti. Souza (2013) mostra que, aos poucos, o graffiti foi aceito em diversos espaços como moda, decoração, publicidade, visto anteriormente como atitude de um universo desviante e underground, porém hoje não mais.

No artigo *Graffiti, pichação e outras modalidades de intervenção urbana*, considera-se que o pós-graffiti iniciou no século XXI no espaço aberto pela legitimação da arte de rua introduzida por grafiteiros (SOUZA, 2008). Denominado como sinônimo de *street art* e uma forma mais elaborada do graffiti por utilizar novas técnicas e ferramentas diferentes do graffiti realizado na rua como papel, adesivos em vinil, pôsteres e outros. Há quem estabeleça um distanciamento entre o graffiti pertencente às artes plásticas (movimentos muralistas, *pop art*)

e o graffiti vinculado ao movimento hip hop (estética nova-iorquina). É crescente o interesse da classe média pela arte urbana para decoração de interiores, fazendo uma ponte entre a rua e a casa.

Em princípio, o graffiti tem o propósito de “[...] modificar e interferir na paisagem urbana, gerando um gratuito processo de reflexão por parte do seu espectador, sendo a priori uma atividade desinteressada do ponto de vista econômico” (SOUZA, 2013, p. 167). Conforme Souza (2013), o graffiti público e o privado têm valores distintos. O graffiti privado definido como *street art*, apropria-se da tranquilidade de um local privado distante da desordem das ruas. Em relação a seu aspecto mercadológico, o graffiti pode resultar na identificação entre espectador, obra e ser desejado, concretizando um dos propósitos da pintura quando explorada comercialmente.

Com o advento das novas tecnologias da informação e a propagação no mercado de produtos relacionados ao estilo de vida urbano, surgiu o interesse de marcas de vestuário e bebidas energéticas por trabalhos de grafiteiros, ou seja, vincular suas marcas ao graffiti, e, também, em suas campanhas publicitárias em vários pontos da Europa e Estados Unidos. Na cidade de Porto Alegre, os grafiteiros também trabalham com agências de publicidade, com arquitetos ou por convite de pessoas em que fazem ambientação de residências, ambientações de fachadas comerciais, desenham para marcas associadas à *streetwear* como tênis, *shape* (prancha, em tradução livre) para skate, fazem capas para celular, entre outros trabalhos. É um mercado no qual os grafiteiros estão explorando e construindo suas trajetórias e consolidando uma identificação profissional.

Souza (2013) cita formas de intervenção ao exemplificar a ideia de *street art* difundida, salientando que o grafiteiro britânico Banksy é seu maior expoente do século XXI. As formas de intervenção são os adesivos de diferentes tamanhos colados em paredes, pôsteres, pisos e *sticks* (bastão, em tradução livre), com técnicas de estêncil. São Paulo é a grande cidade no Brasil pioneira no graffiti-arte. O graffiti de hoje, estampado nas ruas e galerias de São Paulo por seus pioneiros, influenciou as gerações posteriores que desenvolveram o hip hop graffiti.

Para Campos (2007, p. 261), “[...] a street art compreende um conjunto de expressões visuais, relativamente coerentes do ponto de vista formal, simbólico e ideológico, que remetem para processos comunicacionais não institucionais, informais que na maioria dos casos são ilegais”. A *street art* está relacionada à cultura de massas por sua dependência a aparatos de comunicação globais, ou seja, a tecnologias recentes. Ela aproxima-se das artes plásticas e do design, demonstrando a permeabilidade entre eles, pois

[...] a conjugação de técnicas e suportes iniciou aquilo a que alguns já apelidam de pós-graffiti, aproximando estas novas expressões das artes plásticas mais convencionais, com o devido reconhecimento das potencialidades artísticas de obras anteriormente demonizadas (CAMPOS, 2007, p. 261).

As oportunidades aparentes, ao longo de suas trajetórias, ditam as ambições em relação a uma carreira profissional nesse ramo. Normalmente, a carreira artística do grafiteiro precede a um prestígio alcançado, associado, primeiramente, entre os pares (CAMPOS, 2007).

Para Campos (2007, p. 301), “[...] esta abertura gradual ocorre a vários níveis: através do reconhecimento institucional, da comercialização e conversação artística”. Órgãos públicos incentivam eventos em torno do graffiti com oficinas e concursos, etc. Os artistas podem vender suas mercadorias como telas, pinturas em residências, formando um circuito comercial e artístico. As parcerias firmadas pelos grafiteiros com o poder público trazem consigo consequências produtivas aos jovens, conquistando lugares para pintar e retorno financeiro. As possibilidades profissionais dos grafiteiros estão em expansão. Então, podem, com essas perspectivas, elaborar projetos para um futuro profissional (FERREIRA, 2006).

Muitos grafiteiros aceitam propostas de trabalho de instituições públicas, de instituições privadas e pessoas físicas, mas não fazem exclusivamente isso. Os jovens profissionais do graffiti continuam com sua participação nas ruas, inclusive participam de encontros e festivais de graffiti, pintam na rua, vivenciando o prestígio junto aos seus pares e à comunidade em geral.

Gonçalves (2006) observou, em sua tese, que os grafiteiros são críticos às pessoas consumidas e transfiguradas pelo trabalho, que permanecem em escritórios durante longas jornadas, respirando ares viciados. Para eles, o trabalho deve estar relacionado ao prazer. O trabalho executivo não interessa a esses grafiteiros. Gonçalves relata a distinção entre as concepções de trabalho vinculadas a esses grafiteiros, que o entende como prazer apesar de não possuírem uma renda fixa. Muitas vezes, dependem de convite para pintar. Quando um determinado cliente contrata seus serviços para pintar a parede do quarto de seu filho, por exemplo, e não quer pagar o preço cobrado, este fato pode ser derivado por conta do graffiti ainda ser visto, por muitos, como uma atitude marginal. Portanto, os grafiteiros enfatizam que algumas pessoas classificam seu trabalho como um trabalho não sério: “[...] vai sempre parecer que é coisa de vagabundo, de vândalo” (GONÇALVES, 2006, p. 80).

Os grafiteiros que incorporam o graffiti como profissão valorizam esse trabalho, estipulando preços altos a eles mesmos, pois acentuam que não têm condições para comprar

suas próprias obras. Apesar da instabilidade, preferem ser autônomos, ou seja, seus próprios patrões a submeterem-se a jornadas de trabalho longas e em locais fechados. Ao contrário, trabalham observando a luz do dia e a paisagem ao seu redor. Os Gêmeos são citados por muitos grafiteiros como exemplo de sucesso nesse ramo. Eles têm obras divulgadas e vendidas em vários países e ganham bem por seus trabalhos, em comparação com a maioria dos grafiteiros.

Em sua pesquisa, Rink (2013) aponta que os grafiteiros reclamavam por não serem bem pagos quando participavam de eventos e exposições, portanto, a autora traz a discussão da valorização do trabalho e do artista nesse ramo das artes plásticas, mesmo em relação a artistas renomados há um menosprezo social. A apreciação do público está mais relacionada ao aspecto financeiro do que ao trabalho artístico. A autora relaciona o menosprezo que circula em torno dos aspectos inovadores e dos produtores das obras vincula esses fatores ao tipo de sociedade na qual se vive que enfatiza valores baseados no mercado de consumo.

Rink (2013) ressalva que alguns grafiteiros têm investido em trabalhos associados à arte para sobreviverem. E ainda observa a identidade de grafiteiros como diferencial em trabalhos que dialogam com outros campos como o design. No entanto, em muitos casos, os grafiteiros sentem-se frustrados, pois os clientes procuram um tipo de trabalho mais ligado ao graffiti (forma estigmatizada), enquanto os artistas procuram criar e inovar a linguagem de seus trabalhos. A liberdade de criação é limitada às atribuições profissionais, pois é preciso dar conta dos encargos financeiros. Todavia, conseguem ter liberdade para criar e construir trabalhos com suas versões próprias em grande parte.

A imagem dos grafiteiros está ligada à história recente. Entre 1960 e 1970, grafiteiros e pichadores não se diferenciavam e tinham imagens ligadas à marginalidade, como destruidores do espaço público. No decorrer dos anos, essas imagens são modificadas e os grafiteiros vêm ganhando visibilidade, apesar de ainda carregarem um tipo de estigma. Os grafiteiros sofrem uma pressão econômica e uma estigmatização social. O graffiti passa a ser relevante socialmente e os grafiteiros recebem convites para ensinar sua arte em órgãos públicos e privados, sendo, em alguns casos, remunerados por isso.

Perpassa, no imaginário de algumas pessoas, que o grafiteiro, por pintar de graça na rua não tem ambição com sua obra e que não pensa em lucro. Esse fato seria uma estigmatização, uma forma idealizada de ver o grafiteiro, desvinculando seu trabalho do aspecto econômico. Os grafiteiros de destaque em que seus trabalhos estão vinculados ao pós-graffiti são julgados por grafiteiros não associados à arte ou a trabalhos comerciais. Para Campos (2007, p. 324), “[...] a liberdade de actuação desinteressada, tendo apenas por

finalidade a expressão de uma vocação pessoal e de uma identidade de grupo é a grande força motora desta cultura”. A criação do grafiteiro estaria trazendo uma forma de distorção a esse campo, pois a genuinidade e intenção estariam sendo impregnadas pelo valor econômico. E, conforme os grafiteiros, esse tipo de trabalho remunerado não é considerado graffiti.

No início do graffiti, havia uma dimensão contestatória. Para alguns, essa dimensão prevalece, utilizando-se desta para construir uma imagem de si para desenvolver trabalhos de cunho social. Os grafiteiros, tanto os que fazem trabalhos mais sociais quanto aqueles que não fazem, procuram construir imagens conhecidas. Este reconhecimento é construído entre os pares, primeiramente, mas devem ultrapassar esses limites, pois é deste reconhecimento que elevam seu status a uma identidade profissional. Aqueles que tentam uma profissão, no campo da arte, procuram criar rupturas com elementos do graffiti, bem como com os modelos de profissionais mais tradicionais.

Em seus trabalhos, os grafiteiros usam materiais variados, mas o spray é o material “oficial” dessa prática, englobando diferentes opções de marcas. Dessa forma, serão expostas partes de conversas de alguns dos grafiteiros entrevistados quando abordam os materiais utilizados em seus trabalhos. Di Cavalcanti, por exemplo, começou empregando o spray, atualmente, além do spray, utiliza o rolinho, o pincel, a caneta, tinta à base d’água. Ele salienta que hoje há possibilidades diversas de materiais para pintar. Candido Portinari expõem materiais e tipos de técnicas usadas por ele: “[...] *técnica de stencil, algumas coisas tipo artesanato, eu uso colagem, também, faço colagem, faço pintura, uso tinta acrílica, uso pincel*”. A tinta acrílica por ser um produto mais barato, ele a utiliza com pincel e rolo, salientando que a pichação, por isso, é tão forte no país. Exemplifica que os valores e as marcas de latas de spray variam de dezesseis a trinta e cinco reais, sendo as brasileiras mais baratas e as importadas mais caras. A marca mais utilizada por ele é a Colorgin (marca nacional), “[...] *tanto pela qualidade do material quanto pra apoiar quem nos apoiou*”.

Nesse sentido, Antônio Parreiras utiliza em seus trabalhos spray, tinta de parede látex ou acrílica. Tarsila do Amaral, também, incorpora em seus trabalhos o mesmo material, isto é, tinta acrílica, PVA, rolinho, spray, estêncil, canetão, independentemente do suporte, modificando apenas o processo. Inicialmente, usava látex, mas gosta da textura que a tinta acrílica proporciona, por isso, às vezes, a utiliza. E assim com a diversificação de formas e materiais constroem seus produtos e sua profissionalização.

A chamada de uma reportagem da revista *Isto é*, acessada pela internet, datada de 26 de maio de 2004, é interessante para a presente pesquisa. *Das ruas para as galerias* é uma reportagem de alguns anos atrás, que se apresenta importante para observar a transposição dos

espaços onde os grafiteiros circulavam e para perceber que o graffiti, no Brasil, percorreu um longo caminho (VILAS, 2004). A estética que os grafiteiros estão usando no trabalho “de rua sim, de arruaceiro nem sempre” mostra estes novos caminhos. Inúmeros são os exemplos de trabalhos de grafiteiros de grandes projeções no mercado como revistas, exposições, publicidade, trabalhos para marcas de roupas conhecidas. Algumas dessas empresas contratam esses artistas para usar, principalmente, a estética da rua para reproduzir em seus produtos. Ellus, empresa de vestuário, convidou alguns grafiteiros para uma campanha, o presidente da empresa disse que para a marca permanecer no mercado precisa estar alerta ao que os jovens estão atentos e criando (VILAS, 2004).

Para Onesto, conhecido grafiteiro de São Paulo, que havia trabalhado na campanha da Ellus, define seu olhar sobre o graffiti como arte, não pinta com a intenção de protestar. Reforça a ideia de que, na década 1980, era preciso legalizar o graffiti, pois ele possuía um cunho mais político. Nesta mesma reportagem, Arthur Lara, um ex-grafiteiro, doutor em comunicação que escreveu sobre graffiti, analisa a cena recente do graffiti, caracterizando-a como desafortunada politicamente, associando-a à arte e à mídia (VILAS, 2004). Os artistas menos envolvidos com o mercado criticam o interesse de alguns grafiteiros trabalharem nesse mercado, rotulando como oportunismo o desejo de grafiteiros investirem nisso. Há protesto, de alguns participantes do graffiti, em relação a crescente presença da linguagem do mesmo em produtos comerciais, porque, a seus olhos, aqueles que vêm de fora só querem atrair os jovens e não sabem, não vivem “o movimento”, utilizando-se apenas do que é visual (VILAS, 2004).

Nessa mesma reportagem, o artista plástico Carlos Dias, conhecedor de arte urbana, oscila em relação às opiniões anteriores. Para o artista, depende do lugar onde o trabalho é apresentado, permitindo a deliberação do valor da obra (VILAS, 2004). O trabalho produzido nas ruas foi incorporado a outros ambientes e em sua opinião, atribuiu-se valor ao artista. No entanto, coloca em discussão o lado bom do vínculo entre o graffiti e a publicidade, mas afirma que a superexposição pode trazer desgaste à linguagem. No final da reportagem, ressalva-se que essa relação entre as empresas e o graffiti faz com que dois universos distintos conversem, o político e o comercial (VILAS, 2004).

Essa relação existente entre o engajamento do graffiti e a inserção no mercado da arte leva a questionamentos e dividem muitos artistas. Os dois mundos são incertos, principalmente, o mercado de trabalho dos grafiteiros, sendo um caminho ainda em construção (BOEMER, 2013). As instituições têm essa característica de procurar o novo para se desvincular de imagens antigas, demonstrando abertura e dinamismo para “ser legal”.

Muitas vezes, também, apropriam-se de produtos novos para permanecer ou abrir novos mercados e serem mais atrativos. O pós-graffiti pretende distanciar os grafiteiros de imagens ligadas à marginalidade e à violência. Os contratantes dos artistas aos quais a pesquisadora teve acesso conheceram o graffiti por admiração pelos trabalhos que viam nas ruas. Quando apostaram no graffiti para decorar suas lojas ou as casas de seus clientes objetivavam trazer valor aos locais e personalização, deixar aquele trabalho com uma identidade própria.

O graffiti, a partir da aceitação e valorização da sociedade, difundido nos meios de comunicação, chegou até os olhares de instituições de arte que acolheram sua estética, favorecendo galerias especializadas e novos artistas no mercado de arte. Algumas obras, oriundas da estética do graffiti ou realizadas por grafiteiros, têm tanta valorização que muitas acabam sendo vendidas por maior preço do que obras mais tradicionais (BOEMER, 2013).

Boemer (2013) destaca que os artistas costumam separar os trabalhos comerciais dos trabalhos produzidos nas ruas. No entanto, esta separação não está tão demarcada quando o trabalho comercial está esteticamente vinculado ao seu perfil autoral, sua identidade estética está mantida mesmo sem o grafiteiro assinar. A estética da rua tornou-se uma opção do mercado de consumo, em que ela é explorada no campo da arte e em ambientes comerciais.

A pintura, produzida na tela, trouxe a oportunidade de um bem de circulação e de comercialização aos grafiteiros. Campos (2007) assinala uma possibilidade de transformar essa arte em algo com valor econômico. Para alguns, o valor atribuído a estes trabalhos é bem elevado no mercado de arte. O que aconteceu, com essa abertura, foi que muitos grafiteiros estão participando desse mercado, convertendo-se em profissionais e seguindo a carreira artística. O graffiti, nesses últimos anos, passou a ter espaço na história da arte contemporânea, trazendo, portanto, discussões em relação à técnica e ao conteúdo do trabalho (CAMPOS, 2007). Muitos grafiteiros podem seguir seu sonho e participar como profissionais no espaço das artes visuais.

Para Souza (2013), a trajetória de Basquiat diz muito da transformação do graffiti, porque se confunde com o momento em que o mercado estadunidense, na década de 1980, reconheceu os artistas de rua e os incorporou nas galerias. Basquiat foi o precursor nesse trajeto, pois começou a produzir um estilo mais adequado aos critérios dessas galerias e marchands. Basquiat, em determinado momento de seu trajeto artístico, distanciou-se do graffiti e comercializou seus trabalhos em locais que anteriormente desdenhava, parando sua atividade nas ruas e voltando a construir uma reputação artística.

Essa assimilação dos grafiteiros, ao mercado de arte local nos anos 1980, difere do que acontece no Brasil no início deste século. Levando em conta essa ressalva, Souza (2013) diz

que diferente do discurso dos galeristas, os artistas pioneiros norte-americanos tinham um discurso legitimador do estilo nativo de pretensões estéticas inegáveis, conforme descreve o autor,

Se compararmos as perspectivas dos artistas Zezão e Basquiat do sentido de suas obras, encontraremos visões dispares. No momento em que Basquiat foi descoberto artista, no início dos anos 1980, reivindicava o caráter nativo e espontâneo de sua obra, o que contribuía para sua percepção pela crítica como uma espécie de gênio da pintura (o próprio crítico) anos se passaram até o surgimento do mercado de street art brasileiro. Zezão, um dos principais nomes da cena, não abre mão de identificar o caráter premeditado de seus trabalhos, atribuindo-lhes sofisticadas referências, como observado em sua fala transcrita acima, na qual reivindica a influência do próprio Basquiat. Isto diz respeito ao estilo de grafite que interessa ao mercado e de alguma forma marca a variedade temática da produção nacional mais fluentemente cooptada pelo mundo oficial das artes plásticas. Para o nosso incipiente mercado de street art, o flerte entre grafiteiros e artistas plásticos consagrados parece produzir o tipo de obra que realmente interessa permitir circular em seu interior (SOUZA, 2013, p. 177).

O autor compara um grafiteiro brasileiro conhecido mundialmente que transita entre a rua e as galerias e Basquiat, grafiteiro conhecido mundialmente, que serve de influência para muitos grafiteiros atuais (SOUZA, 2013). Este mercado é mais desenvolvido em cidades como Rio de Janeiro e São Paulo. Já em Porto Alegre, não há galerias que representem artistas locais como naquelas cidades.

Comentando sobre o funk e o hip hop, Herschmann (2005) afirma que esse mercado se posicionou nos interstícios da indústria cultural e, até hoje, no Brasil, ocupam um espaço ambíguo, central e periférico em relação ao mercado e à cultura urbana. Ao mesmo tempo, possui diversos produtos e atividades. Conforme a visão de Herschmann (2005, p. 247),

[...] mesmo com o sucesso no mercado, algumas das expressões culturais populares e de massa hoje, por sua condição híbrida – capaz de unir vários elementos – permitem seu enquadramento, não só dentro de um referencial étnico, mas também como formas de segmentação e organização da cultura nas sociedades industrializadas.

Do graffiti, principalmente, com a influência e o crescimento do hip hop, foi emergindo um interesse sobre elementos que estavam relacionados a esse segmento, tanto por parte das camadas populares como das camadas médias. Portanto, o mercado foi desenvolvendo produtos com influências dos rappers, DJs e grafiteiros. Eles, a partir do que usam e consomem, produzem referenciais estéticos da expressão da cultura juvenil. Com isso, o graffiti foi ocupando seu espaço em diferentes suportes e em diferentes instituições.

Há grafiteiros que são reconhecidos e que conseguem viver do trabalho relacionado ao graffiti, sem inserirem-se no mundo das artes. Eles sustentam-se de trabalhos vinculados ao graffiti, desenvolvendo habilidades para, hoje, ministrarem aulas, customizarem objetos, pintarem domicílios e lojas.

A mídia e as instituições públicas são fundamentais para divulgação e promoção de eventos que vinculam o graffiti à arte. Para o grafiteiro, normalmente, a passagem das ruas a uma carreira artística ocorre numa etapa particular, ou seja, quando o grafiteiro adquire experiência e aprimora sua técnica. A diversificação de trabalhos traz, também, destaque a sua carreira. É a ação contínua, a prática do grafiteiro que faz seu trabalho ser classificado, associado ao graffiti.

Com a aceitação do graffiti, os jovens começam a ver isso como uma oportunidade de ganhar dinheiro. Investem em suas vertentes e profissionalizam-se como grafiteiros/artistas. Quando as vertentes do graffiti transferiram-se ao espaço privado, os jovens grafiteiros atentos buscaram explorar esse espaço de trabalho.

Para ilustrar as discussões que circulam em torno da temática do pós-graffiti, são apresentadas, além das entrevistas, algumas aulas e conversas com o grafiteiro Candido Portinari. Trata-se do entrevistado que mais se motivou pelo tema, por conta de seu anseio em conhecer, discutir e levar as reflexões sobre graffiti aos seus alunos e aos interessados.

Na primeira conversa com Candido Portinari para a pesquisa, percebeu-se receptividade. Ele colocou-se à disposição da pesquisa por perceber uma possibilidade de compartilhar algumas discussões trazidas como a questão do pós-graffiti. O entrevistado permitiu que a pesquisadora acompanhasse seu perfil do Facebook, indagando, também, sobre a possibilidade de observar algum de seus trabalhos. Ele passou, então, a agenda daquela semana. Num sábado, realizaria uma oficina na qual foi convidado por uma estudante de moda a participar de seu trabalho de conclusão de curso.

O projeto “Desperta – Moda para mudança” acontece num ponto de cultura localizado no Bairro Rubem Berta em Porto Alegre, mais informações podem ser exploradas a página Desperta – Moda para mudança (FACEBOOK, 2017h). Quem organizou o dia e fez o convite ao Candido Portinari foi a aluna do curso de moda da Unisinos. Duas meninas da comunidade do bairro Rubem Berta, a esposa do coordenador do ponto de cultura, o namorado da aluna, que ajudou em tudo, e a professora da Unisinos, que estava licenciada para fazer doutorado e orientou a aluna antes da licença, estavam presentes. Candido Portinari já conhecia o lugar, inclusive o Centro Vida, onde fica o ponto de cultura, num bairro periférico de Porto Alegre, onde há vários graffitis, inclusive dele.

A aluna tinha como objetivo “grafitar” os tecidos que havia comprado. A coleção foi influenciada pela cultura urbana. A arte de rua e as ocupações artísticas são as inspirações da estudante. Ela escolheu o estilo urbano para confeccionar peças como maiô, *legging*, tênis, utilizando o spray e a estampa criada no encontro em sua coleção. A marca da coleção escolhida foi Adidas. Quando iniciou a oficina, Candido Portinari perguntou se os presentes conheciam o Run-D.M.C., um grupo de rap dos Estados Unidos que, segundo ele, foram convidados pela marca para usar roupas e tênis da Adidas e, assim, a marca ficou conhecida e difundida no hip hop.

Para Candido Portinari, em comunidades, o graffiti já é bem conhecido, por isso não precisaria explicar seu significado. Portanto, em sua palestra, priorizaria o que não é muito falado em oficinas. Explicou sobre as latas de spray, falou sobre a marca 94 Montana, tinta comprada pela aluna para a oficina. No decorrer de sua explanação, perguntaram se o spray é tóxico e ele disse que é um pouco e que, na própria lata de tinta há advertência sobre isso. Também disse que, normalmente, usa máscara. Falou da válvula da lata. Explicou que o graffiti tem uma identidade – a assinatura – e a letra é o principal do graffiti. No início, não tinha desenho, o essencial era a escrita. Salientou que a mídia definiu o nome graffiti.

Com a palavra, identifica o graffiti como uma cultura nova sem preconceitos, “[...] *o que querem ver é trampo na rua*”. Ao ser questionado sobre mulheres no graffiti, enumera as meninas que grafitam, dizendo que há mulher da mesma forma que há mulher no mundo. O espaço feminino no graffiti se dá por sua força na grafitegem. Como forma de ilustrar suas ideias, ele mostra os graffitis da revista Collorzim, apontando as mulheres na revista e dizendo que não existe divisão “pode ser que tenha menos mulher, mas eu não sei. Graffiti é graffiti”.

Depois da conversa, todos foram ao pátio, onde aconteceu o trabalho com orientação de Candido Portinari, que auxiliava as meninas. Penduraram o tecido branco entre duas árvores para melhor pintar. Candido Portinari, primeiro, ensinava como fazer os traços no muro que havia no pátio, só depois o pessoal aplicou o spray no tecido. Em outro tecido, a professora, a estudante e a coordenadora do ponto de cultura escreveram a letra da música tema do projeto, e Candido Portinari fez um desenho. Pintaram, também, um par de tênis. Durante a oficina, foi servido um lanche bem farto com salgados, sucos e achocolatado, antes e depois do trabalho como forma de interação entre o grupo.

Ao término da oficina, os organizadores, a autora e Candido Portinari voltaram ao centro da cidade. Nesse trajeto, Candido Portinari comentava os graffitis pelos quais passávamos. Quando Candido Portinari visualizou “+ amor” e disse que aquele não era seu

graffiti. A autora olhou-o com expressão de dúvida e ele concluiu: “[...] *não é o meu desenho, né*”. A autora balançou, então, a cabeça afirmativamente. Ao passar pelas lojas Empo, Candido Portinari comentou sobre os grafiteiros que participaram da pintura da fachada e que a maior parte dos grafiteiros não havia recebido pelo trabalho, apenas um deles foi contemplado, porque seu trabalho estava associado ao design.

Ao comentar com a estudante sobre graffiti e pós-graffiti, ela perguntou à autora a diferença entre esses dois gêneros de trabalho, Candido Portinari permaneceu quieto. Mas, na parada de ônibus, ele comentou que a estudante não havia entendido a explicação, dizendo que para muitas pessoas é assim mesmo. Em seguida, levantou a questão do valor atribuído ao trabalho do grafiteiro, do trabalho realizado com as oficinas, “[...] *coloca no teu trabalho que eu não ganhei nada. Ela gastou 156 em tinta, os salgados mais uns 100, no lanche todo. E se o cara pede 250 pra oficina não querem pagar*”.

Com essa indignação, Candido Portinari mostra como ainda há um caminho a ser trilhado pelos grafiteiros para serem vistos como profissionais cujo trabalho é, também, ensinar o que aprenderam com o graffiti, sendo explorado como meio de vida. Ainda há muito amadorismo no pós-graffiti devido ao fato de estar abrindo um recente caminho profissional e por ainda estar ligado ao graffiti que é uma atividade gratuita.

O contato com Candido Portinari foi mantido e ele disse que novidades estariam por vir, um novo trabalho. Em conversa pelo Facebook, Candido Portinari escreveu: “[...] *então, essa é a maior novidade. Para se inscrever é só ir. Você trabalha nesses horários? Dependendo do público eu vou abrir uma aula na noite ou no final de semana*”. Também comenta que está animado com a novidade: “[...] *essa primeira vai ser ‘foda’, tô inspirado, hahaha*”. Informa que as discussões, entre a pesquisadora e ele, estarão presentes em suas aulas e diz “[...] *teu termo pós-graffiti já tá incluso na minha explicação!*”. Esse diálogo foi mencionado para informar das aulas que iriam iniciar, conforme descrição do “evento” criado por ele no Facebook:

A partir do dia 7 de junho, (...), artista visual e grafiteiro, estarei fazendo aulas regulares de GRAFFITI ART no Espaço N, de arte e criatividade, na Cidade Baixa em Porto Alegre.

As aulas são pra todos que quiserem exercitar a sua curiosidade e conhecer mais sobre a cultura e história do Graffiti, aprender a desenhar, técnicas de spray e muito mais. Independente de idade, gênero e estilo, se acha que não sabe desenhar nada ou se já tá na rua pintando, ilustradores, designers e artistas gráficos que querem ir pra rua, este é um espaço pra troca e desenvolvimento, estamos todos juntos!
----- AULA INAUGURAL-----

-Tarde: Terça 7/6 - 14hs
- Manhã: Quinta 9/6 - 9:30
Duração 1h30

*Sinta-se livre pra fazer uma aula experimental sempre que quiser, a partir destas datas, independente de evento.

2 Turmas diferentes, 1 aula por semana, a princípio nestes contra-turnos, nível iniciante e intermediário.

- Investimento: R\$100,00 (Mensalidade)

*quem começar agora paga em Julho.

Material de uso coletivo, compartilhamento de informação, carinho e compaixão incluso.

É isso galera, ESTÃO TODXS CONVIDADXS!!!

+AmoR.

Para pesquisa, a autora assistiu a duas aulas teóricas. Candido Portinari antes de iniciar perguntou, “*Tá gravando Fernanda?*”, sendo que a autora respondeu a ele que estava. “*Então tá valendo*” disse ele. Antes de começar a parte teórica, foi realizada uma dinâmica de grupo, em que cada um precisava falar o que faz, o que gosta de fazer, e não o que trabalha ou estuda. A pergunta inicial da aula foi “o que faz a pessoa ser o que é?”.

Em seguida, foi entregue uma folha em branco e pedido aos participantes que escrevessem ou desenhassem o que viesse em mente. Seguiu a aula com a seguinte pergunta “*Alguém sabe como começou isso aqui (escreveu graffiti no quadro)? O que fez o graffiti ser o graffiti?*”. Após esses questionamentos, ensinou sobre a história do graffiti. A aula durou em torno de duas horas e meia.

Dias depois, Candido Portinari pediu para conversar. Gostaria de receber as transcrições feitas das aulas. Nesse sentido, foi combinado um encontro em um bar, situado no bairro Cidade Baixa. Ele inicia a conversa pelo Facebook da seguinte forma: “*Oi acadêmica!*”. Em seguida, escreve: “*Talvez seja estranho pra você, mas eu pesquisei, aprendi, debati, confirmei, confiei e nunca tinha pensado em registrar, só passar adiante. Meu planejamento de aula, também, é um processo criativo, e por isso orgânico*”. E assim, pediu ajuda para registrar e, também, auxilia-lo com críticas sobre as aulas. Explicou, na mesma conversa, que a próxima aula seria desenho, ou seja, seria prática. Alguns dias depois, chama pelo aplicativo de mensagens Messenger, para avisar que ocorreria aula aos domingos: “*Boom dia! Aulas da turma de gente grande nos domingos confirmada. Dias 10 e 24 de Julho! Primeira aula: Graffiti – Movimento e Cultura + Pós Graffiti. O que acha?*”.

Em junho de 2017 realizou-se a conversa, no Café Cartum, que se localiza em Porto Alegre. Ficou-se em torno de duas horas, conversando acerca dos conteúdos da aula. Seguem excertos da conversa:

“*Mas 60, é isso, é assinatura, movimento, uma piasada assinando na rua, principalmente, no seu bairro. Iaí, tem nessa época muito a coisa das gangues, isso que é importante muito a coisa das gangues porque era quem dominava o bairro. Querendo ou*

não, os valores se invertem e a gangue é a parte boa do bairro. Nova York, década de 60 – são assinaturas e aí que tinha questão política, não assim vou ser um ser político, é uma atuação que sim é política. Eu vejo a política que ela tá indo contra o sistema ali, né. É uma posição dela. Aqui, nessa fase, não é uma questão de expressão, exatamente, ela ainda tá tão revolta que é um escape ou um sintoma dessas pessoas, dessa periferia, sabe, eu acho que é um sintoma de todo o caos, de toda a miséria, de todas as margens das quais ela não pode passar, isso é muito mais forte assim como sintoma. Dessa galera que tava riscando começa se encontrar um risca, o outro risca, a gente vai andar junto pra riscar, já vai somando mais gente, então com os points, acho que começa a se tornar uma cultura”.

“E eu acho que, nos 70’s, esse movimento já tá firmado. Já tem uma coisa cultural, os points, a assinatura tem uma estética, um formato. Nos 70, começa a engrossar a letra, começa a chamar mais atenção muita gente, muita gente. Quase dez anos que tá essa gente fazendo desse jeito. Aí começa, se tu não tá fazendo desse jeito, aí tu não é um writer como eles se chamavam, tu tinha que ser um escritor, e tu tinha que escrever daquele jeito e, no caso, são letras mais enroladas assim. Menos simples vamos dizer assim. Não sei tb porque talvez, porque eles achem bonito. Tipo, ah! tá bonito, essa letra enrolada aí, mas o que tá escrito, sabe. Que é uma coisa que a pichação não tem é reta que a gente aprendeu a fazer de rolo. Então tem as questões do nome. Rótulos dos 70. Que era uma coisa de gangue nos 60, e nos 70 os writers, nos 70 acho que ele foi... os 70 foi mais apagado, que os 80 é mais bonitinho e ele é só uma transição. Quem tava fazendo, nos 70, porque já tava se achando, já tô uns cinco, seis dez anos fazendo, já tá começando a se achar, a autoestima dele já não está tão baixa assim. No graffiti, é os kings, ele era um king writer”.

“Basquiat teve dez anos de carreira só. Depois, ele morreu. Não sei em que ano exato ele morreu. Ele se destacou no meio da arte e um cara que tinha que pintava na rua, mas as letras dele não eram de graffiti, porque ele só não assinava o nome dele, ele fazia frases, ele fazia textos, na verdade, se tu assistiu o filme dele o down tow 81 que é com ele mesmo, mostra ele na rua andando de dia, lata de spray e vai riscando. Eu ainda não consegui dividir isso da cultura do graffiti pro que quer dizer, realmente, a palavra graffiti, que leva pra outras coisas entendeu, não tem como invalidar o sentido da palavra graffiti, mas ele não era um writer digamos. Não tava na cultura do graffiti, mas ele tava na rua, talvez, ele tenha sido um dos primeiros da street art, entendeu talvez isso. (chamam ele de grafiteiro) por isso, eu não posso invalidar a palavra, mas eu acho a cultura muito mais importante. Talvez, porque eu não gosto o que a mídia manda dizer”.

“Voltando a década de 70 no graffiti que foi apagada por não ser tão bonita quanto os 80, várias das tradições culturais, eu acho do graffiti como cultura vem daqui eu acho. Da coisa do pessoal se encontrar, da troca de folhinhas, dos cadernos, das crews, dos grupos, porque aqui foi uma transição das gangues pros grupos, pessoa que não quer fazer mais parte de gangue, mas quer continuar riscando na rua e foi acho que essa caminhada, principalmente, e o próprio ambiente deles tá mudando, eles começaram a estruturar o próprio bairro deles que eu quase sempre erro e eu ainda não tenho certeza de qual é Brooklin ou Bronx, porque quando tu olha nos filmes dos anos oitenta, falam sempre do Bronx. Quando tu olha o NY Seven Seven que é um filme dos anos 70 que fala sobre o Brooklin destruído, ele mostra muito graffiti, entendeu, muita gangue, muito graffiti tenho que rever esse filme que faz um ano que não vejo. Eu acho que boa parte dos costumes do graffiti vem dessa década 70. Ai firmado os costumes, ele é reconhecido como cultura”.

“Acho que o principal pro graffiti não é só ter ficado bonito. Que ele já tava nesse caminho, né. O filme lá mostra a galera se vendendo, mostra o caro exato dentro da... acho que foi a primeira exposição de graffiti, a gente não tem mais espaço pra pintar na rua, tão apagando nossos trens, tão apagando nossas paredes, tá uma guerra na rua entre os próprios grafiteiros, uns que querem só assinar, uns que querem só nome, uns que querem fazer arte, então tá confuso dentro da cultura, então é uma guerra de ego, e eu tenho família pra criar e eu tenho minha mãe, eu tenho minha casa, quero fazer algo além pra minha vida e eu quero dinheiro meu. Eu vou voltar lá no meu colégio e vou dizer pra minha professora que tirou onda de mim, que me rechaçou, que eu gostava de assinar meu nome, vou dizer pra ela quando foi a última vez que tu fez dois mil dólares em um dia, que é exatamente a frase dele. Dois mil dólares, naquela época, era muito dinheiro entendeu. É muito porque é arte dentro do sistema de arte. De galeria sabe. (era um graffiti como se estivesse na rua) sim ali eles não perderam a identidade”.

“E se tu pensar assim, porque a galera lá, nos 80, fez exposição deles na galeria com a linguagem da rua, eles não têm outra linguagem, eles não tem estudo de nenhuma outra arte, se tu ver no Star Wars por exemplo, o Kase? que era o negão sem braço, que ele chegou depois de todo o mundo, eu cheguei já tavam pintando os trens e ele gostava de desenhar e ele se colocou dentro desse meio”.

“Eu fui, algumas vezes, no espaço rabisco, pintei, algumas vezes, com o Bob – criador do Meeting of Favela – e vou sempre no Meeting of Favela. ‘Eu não mudei o meu trampo, porque vendia, tá ligado. Eu mudei o meu trampo, porque eu me interessei pelas coisas que eu quis estudar, conseqüentemente, foi pra minha pintura entendeu, mas eu gosto de separar a

minha arte e o meu graffiti'. Ele mantém a parada dele muito forte, ainda bem que tu me lembrou disso, eu não ia fazer esta constatação sobre o bob, não ia julgá-lo, mas, realmente, tá me passando na cabeça como ele mantém a atitude dele de grafiteiro, fazendo a arte dele. Por ser dos antigos, ele tem uma outra caminhada que é de ter aprendido o que é a arte através do graffiti. Que foi mais ou menos, o que essa galera fez nos oitenta. Eles aprenderam o que é arte através do graffiti. O graffiti foi uma iniciação que fez eles deixar de estar tão encolhidos, naquela posição frágil deles se tornar alguém e entender o mundo a fora. É realmente isso. Ele não perdeu isso”.

“Técnica só que tem uma outra caminhada, né, que eu tô querendo jogar pra esse teu termo do pós-graffiti, que é a galera que vem da arte e que se identifica como graffiti. Aí, ele pode pintar uma vez e ter conhecimento artístico que faz com que ele tenha uma qualidade na pintura dele, ele já vai ser chamado pros outros trabalhos. Tem artista que começa na arte vai pro graffiti que diz que é graffiti só porque está pintando na rua. Pra aceitar isso o que eu tô fazendo, eu tô puxando artistas que eu conheço pra levar pra rua, pra que eles entendam o movimento do graffiti, que é o principal objetivo desse movimento, de gente grande”.

“Conheço grafiteiros que trabalham com marcas, mas que não necessariamente aplicam a marca do graffiti, não tem esse peso. Essa galera da arte que vão pro graffiti, o pessoal do graffiti vai pra outras coisas, como vários caras do graffiti vão continuar pintando, mas eles ganham dinheiro tatuando, mas as pessoas que eles conhecem são do graffiti, os lugares onde eles andam são por conta do graffiti, os desenhos que eles fazem são influenciados pelo graffiti, o simbolismo que ele tem o jeito, como ele é, que ele se veste, a identidade da própria pessoa é do graffiti, vai influenciar os lugares onde ele vai ser aceito e eu acho que isso tudo conta também”.

“Tu enxerga o pós-graffiti assim porque tu não é leiga, tu teve uma vivência que quase ninguém tem na tua construção como ser adulto. Hoje em dia, tu teve uma convivência que quase ninguém tem, tu tava na rua. Eu não me lembro de ter convidado, ninguém que tenha me convidado de coisa acadêmica pra ir em oficina, porque a maioria é tão leigo que não entende até aquela primeira conversa. Lembra aquela que a gente foi lá, por exemplo, no Rubem Berta, tu acha que ela entendeu alguma coisa de graffiti, ela não tava o mínimo preparada pra algo assim. Todo dia eu vejo gente escrevendo que trabalhou com graffiti, todo dia eu vejo gente dizendo ‘ah graffiti em mobiliário, graffiti em tela, graffiti em roupa’ pra mim nada disso é graffiti como cultura. Eu digo “ah eu vou aplicar a identidade do graffiti”, tento me policiar. 3 palavras, aplicar a identidade do graffiti. Não precisa ser tão

agressivo. Quando a pessoa diz assim ‘tu pode fazer um graffiti na minha casa?’, ‘Ah vamos ver essa pintura aí’. Eu já digo assim, porque pra mim não é graffiti, é pintura”.

“Tu me adicionou no face faz dois anos e só agora veio falar comigo, ficou só olhando, os dois anos que eu mais trabalhei. (o que aconteceu?) a crise. To mais que atingido pela crise. Antigamente eu vinha toda a quarta-feira aqui, gastava uns cem pila, aqui nesse mesmo bar. É a crise meu, a gente não tem mais trampo comercial. A gente é serviços por serviços. Pra mim aparece um trampo por mês assim trampo mesmo tipo. Antigamente, eu dizia pras pessoas assim ‘larga esse teu emprego e vai pintar na rua’, hoje em dia eu digo ‘será que não tem emprego pra mim?’”.

“Eu acho que é loucura tu querer falar de trabalho com graffiti, porque a galera tá sucateada, essa é a verdade. A primeira coisa que eu pensei quando tu falou nisso foi tipo, que trabalho? O esforço que a gente tem de ganhar uma merreca. Tamo vivo ainda, é o máximo que a gente consegue ir ainda, mas por enquanto, tu estudou um mercado falido”.

“2014, eu meio que vivi dessa fama, sabe, porque tinha álbuns cheios de foto, viagem, tinha cartãozinho pra dar as pessoas e começou a vir um monte de trampo sabe; em 2014, eu pinte um monte de trampo assim comercializam mesmo e fiz exposição e fiz um monte de coisa sabe. Exposição coletiva. E aí, eu meio que me perdi no meio do meu ego, assim, esqueci de ir pra rua, sabe, vivi de trampo, esqueci de ir pra rua, parei de dar aula. Em 2015, não tinha muito o que fazer, começou a crise, Porto Alegre tava em guerra eu quase não pinte, então quando tu quase não pinta, tu quase não aparece, então tu quase não tem trampo pra fazer, o bagulho virar uma bola de neve e aí eu odiei 2015 e não via a hora de 2015 acabar”.

No final da conversa, Candido Portinari convidou a autora para participar da segunda parte de sua próxima aula e falar sobre pós-graffiti. A justificativa para o convite foi de que ele esperava que, nessa aula, tivessem pessoas que não são do meio do graffiti. No dia combinado, a autora compareceu a essa aula e o esquema, escrito por ele no quadro, foi inspirado na conversa tida no café, mas estendeu-se nas explicações e tomou quase todo o tempo da aula. Portanto, a autora elaborou um pequeno resumo das primeiras impressões sobre a temática do pós-graffiti. O público, nesse dia, foi pequeno, estavam presentes a pesquisadora e mais duas pessoas. Houve participação em duas aulas teóricas. A aula que seria prática não aconteceu, porque não havia alunos em número suficiente. Acredita-se que, devido ao número reduzido de alunos, as aulas não tiveram continuidade.

Candido Portinari iniciou a conversa comentando sobre a história da cultura do graffiti e depois de como o graffiti queria ser visto na galeria. Inicialmente, como um ato político e,

no decorrer dos anos, foram trazendo traços mais elaborados em suas letras até perderem, em alguns casos, a linguagem da rua e, em outros, conciliando ambas. Em suas aulas, Candido Portinari busca levar o graffiti ao entendimento de todos. Traz a valorização do grupo, das identificações e das sociabilidades ali presentes, bem como o estilo que é incorporado e como este é valorizado, percebido pelos lugares que frequentam, pelos assuntos e pelas amizades que seus praticantes mantêm.

Contudo, o quadro profissional que apresenta é típico do momento atual e do mercado na economia criativa, pois os trabalhos não são fixos, dividindo-se em momentos com trabalho e outros sem trabalho. Esse período de não trabalho é por ele visto como desconsolador, mas mesmo nesta perspectiva de trabalhos esporádicos continua persistindo no ramo. O grande impulsionador que vislumbra para sua profissionalização, conforme conversa, é o envolvimento, o treino, a visibilidade que o pintar na rua proporciona, é como se o currículo no pós-graffiti dependesse de seus “tramos” na rua.

Apesar de não ser um termo nativo, aqui está sendo utilizado para diferenciar do graffiti como expressão que possui conteúdo nas ruas diferente desse caráter profissional que está sendo atribuído ao termo pós-graffiti, em decorrência das transformações do graffiti na contemporaneidade. Ainda como ilustração, a partir das conversas com os grafiteiros entrevistados nesta pesquisa, serão expostas algumas impressões sobre o que se está chamando aqui de pós-graffiti.

Di Cavalcanti define o trabalho comercial realizado por grafiteiros como técnicas do graffiti utilizadas para a realização da pintura comercial – é pintura comercial com técnicas do graffiti. Arcangelo Ianelli, por sua vez, percebe estas distinções ainda um pouco confusas “[...] *ah, é a essência e tal, não pode mudar, aí com essas variações que tem agora se fala em pós-graffiti, então, nem a gente sabe o que a gente tá fazendo*”. Entretanto, o mais importante, para Arcangelo Ianelli, é o desejo de manter vivo o graffiti em sua vida. Ele define os trabalhos realizados em diferentes suportes influenciados pelo graffiti como pintura e diz “[...] *pintei ali em tal lugar, pintei, pintei*”.

Candido Portinari define o termo pintura como o desenho realizado do “lado de dentro”, porque “[...] *você pode estar representando essa cultura, não é a técnica que vai dizer o que é - é a estética; é o jeito que tu faz*”. Quando o grafiteiro começa a detalhar mais o seu trabalho, é considerado um artista do graffiti, caso faça só a assinatura seria um escritor que surge antes do artista, segundo as reflexões de Candido Portinari. Para ele, “[...] *pós-graffiti seria o que a gente tá fazendo hoje, fazendo mural, fazendo pintura e que tem influência do graffiti, tem design levando pra rua, design pegando isso e levando pra dentro*”.

Abigail de Andrade denomina de *street art* os trabalhos de inspiração no graffiti, dizendo que foi dessa forma que se convencionou chamá-lo no meio profissional, acrescenta o termo muralismo quando se trata de grandes pinturas. Anita Malfatti, por sua vez, considera graffiti arte aquela obra realizada na residência de alguém, classificando-a como decoração. Anita Malfatti, depois de seu ingresso no curso de artes visuais, percebeu que pensava saber sobre arte, mas, o que considerava arte, passou a ser questionado pelo seu olhar crítico, considera que neste meio há muitas opiniões e “achismos”. A grafiteira procura não se limitar a essas classificações para construir seu trabalho.

O pós-graffiti é uma possibilidade de novos caminhos a partir do que foi construído, aprendido com o graffiti. Quanto mais trabalhos na rua o grafiteiro tiver, mais ele tem espaço nesse mercado de trabalho. O que esses artistas buscam é ter sua marca e levá-la aos trabalhos comerciais. Contudo, ao contrário do graffiti, com o pós-graffiti, os profissionais não têm tanta liberdade de criar, porque, em alguns casos, estão sob as exigências de clientes. Com o crescimento e diversificação de estilos e técnicas do graffiti, os olhares foram abrindo-se e permitindo aos próprios grafiteiros explorarem outros percursos como artistas dentro da linguagem urbana da arte.

Alguns artistas que pintam na rua não se autodenominam como grafiteiros, mas aceitam ser identificados como tal. Talvez, por não ter necessidade de se fechar em uma definição ou perceber que há entre os próprios praticantes alguns códigos e algumas práticas que são legitimadoras, não gostam ou não se veem enquadrados, fechados nessa definição. Por trabalharem com o graffiti, por terem atravessado as fronteiras da rua e aberto caminhos para um trabalho remunerado com arte urbana, buscaram, também, reconhecimento como artistas, defendendo um perfil mais eclético. Já outros grafiteiros, mesmo tendo forte o trabalho comercial, definem-se como grafiteiros, porque acreditam estarem incluídos em uma cultura.

O graffiti é um fenômeno transitório, efêmero. O pós-graffiti torna-se algo com um pouco mais de durabilidade por sua proposta comercial. Quando o graffiti se torna um produto e os grafiteiros aprendem a negociar e lidar com o trabalho em si – fazendo essa transposição da rua para a casa – seguem, então, a trilha do pós-graffiti. São aplicadas técnicas do graffiti em telas, muitos fazem estampas para diversas superfícies, tatuagens, adquirindo um valor econômico. Alguns veem este processo como institucionalização, outros como domesticação ou, ainda, como estetização. Contudo o graffiti transformou-se, levando suas identificações a diferentes suportes em busca de profissionalização. A partir das entrevistas e da bibliografia consultada para esta pesquisa, citam-se palavras que remetem ao pós-graffiti: comercial,

mural, *street art*, doméstico, comprometido, legal, pintura, decoração, autorizado, identidade individual, pintar com objetivo financeiro, personalização.

Ao entrar no mercado do consumo, da indústria cultural, ao ocupar diferentes espaços nas grandes cidades, sua crescente visibilidade, foi-se criando expectativas e abrindo novos trajetos. As fronteiras são escorregadias: os grafiteiros não estão cerrados, mas em movimentos de mediação constante entre espaços, dentro e fora, entre pessoas, entre desejos, entre papéis sociais e identidades, entre o coletivo e o individual.

Eles atuam na esfera da cultura, mas não estritamente, pois não influenciam apenas esse espaço, a ver a interferência na esfera de trabalho. Mexem, apontam feridas e caminhos nas opiniões, na forma de ser profissional, atravessando as barreiras da exclusão com encantamento e vontade de fazer o que gostam e fazer dar certo por meio de várias influências e pelo olhar que aperfeiçoaram ao abrir espaço no mercado do pós-graffiti. Na forma que se relacionam entre si, com os clientes, com o mundo, tornam-se articuladores de identidades. Produzem formas alternativas de se relacionar no e com o trabalho. É uma escolha intencional de valores, de objetivos, de processos de ressignificação. Isso pode trazer conteúdos novos ao mercado. A busca constante de um traço único potencializa as estratégias de inserção e manutenção no mercado da cultura, da arquitetura, dos negócios, da tecnologia.

Eles vislumbraram um caminho a partir do interesse das pessoas sobre suas obras. Por intermédio dos pedidos dos amigos, plantou-se a semente, para alguns fortuita, de começar a atuar com as linguagens do graffiti. Perceberam que estavam valorizando as criações que faziam, criando interesse em algumas pessoas. Apenas a inspiração externa, de ver um ídolo fazendo um trabalho com influências do graffiti, ganhando dinheiro, porém, não é suficiente para concretizar sua profissionalização.

Nesse espaço, foi possível desenvolver uma profissão ainda embrionária, porque muitos vão aprendendo no fazer, elaborando estratégias, formas de negociação, sentidos, e delineando contornos para a profissionalização, aprendendo a utilizar diferentes suportes na elaboração de novos produtos com a sua arte. A visão que a sociedade em geral elabora sobre os profissionais do pós-graffiti, está desenvolvendo-se ainda. Para muitos, a profissionalização do pós-grafiteiro não é conhecida e apresenta certa estigmatização, quando não se tem bem claro os caminhos artísticos pelos quais os grafiteiros percorrem em busca da inserção nesse mercado.

Acredita-se que todo novo caminho, por ser um trajeto estigmatizado na sua origem e poucos trazerem à vida profissional essas linguagens urbanas, há diferentes olhares sobre essa área. O trajeto constrói-se a cada passo que se alcança, elaborando novos compromissos,

novas identificações, instaurando autoestima a esses jovens que foram e, ainda são, mal vistos por muitos pelo que compartilham as ruas.

Estes elementos permitem analisar o graffiti com potencial que o distancia de uma prática desviante ou de criminalidade, sendo importante perceber, assim, os outros contornos dessa prática. O graffiti possibilita pensar em relação aos seus praticantes como um lugar de encontro, formação e afirmação de identidades, sociabilidades, compartilhamentos, competições, amizades. É possível pensar, inclusive, em um caminho profissional originado e influenciado em suas vivências e trocas no espaço urbano. O pós-graffiti reforça essa busca por satisfação, permitindo a conciliação de prazer e de trabalho, com essa estética invadindo as esferas da vida e a percepção de uma possibilidade de profissionalização entre os jovens que buscam articular gosto e prazer ao que sabem fazer.

Os trabalhos mais tradicionais deixam de ser atrativos aos jovens pelas percepções e experiências pelas quais passaram anteriormente. Muitos jovens, pelo fato de terem de manter-se e/ou colaborar com a renda da família, trabalham com “bicos” ou trabalhos precarizados, como forma de conseguir um dinheiro mais rápido. A partir de suas próprias experiências ou das percepções que adquirem, observando as vivências de amigos ou dos familiares, desenvolvem definições em torno do trabalho, denominando-o como uma obrigação. De igual modo, não o percebem como uma formação, como uma constituição de valores ou como uma forma de crescimento pessoal e profissional. No pós-graffiti, seus participantes puderam encontrar um refúgio, apesar dos trabalhos não serem regulares. Os artistas estão sempre estudando, buscando técnicas, cores, formas e construindo valores e estratégias para seus trabalhos e para o crescimento como empreendedores.

O estilo não abarca apenas as questões utilitárias, mas fala de si, de sua autoidentidade. O pós-graffiti é, para esses artistas, além de um trabalho, pois é o que querem exercer e ser. Por meio de suas artes, buscam identificações que lhes dão sentido, que fazem com que possam “ser” em todos os âmbitos de suas vivências. É um ver-se em constante crescimento na realização de seus trabalhos os quais legitimam suas práticas no sentido de expressarem-se por meio delas. Por onde percorrem, carregam suas identificações em seus corpos, vestimentas, falas, trejeitos. É uma vivência, um estilo e um agir que permeiam suas vidas não ocorrendo de forma linear, mas de forma a articular as dimensões que abarcam suas vivências.

Os trabalhos que desenvolvem geram identificações pelas quais se afirmam em seus estilos de vida com suas identificações como artistas e como grafiteiros. No sentido profissional, trazem muito para suas autoidentidades do que vivenciam nas ruas através de

suas marcas, das formas de negociação de espaços grafitáveis, vão difundindo suas marcas, suas performances marcam seus pertencimentos no mundo do trabalho e no mundo público urbano, assim expressando-se. Nestas experiências, eles dão vozes às camadas juvenis. Quando realizam um graffiti, sentem-se realizados por fazerem parte de um grupo e darem voz a esse segmento como representantes de um movimento maior que influencia, também, em suas vidas profissionais, momentos que vivenciam com entusiasmo e paixão.

Estes sentimentos acompanham suas vidas profissionais ainda mais quando fazem trabalhos autorais e quando estão participando de uma exposição – coletiva ou individual – como espaços privilegiados em que tem atenção para si e para o que querem transmitir, dialogando com seus interlocutores. O trabalho do artista não se fecha no ato da criação, mas possui essa dimensão de interlocução com o público. Estes artistas transmitem a importância que conferem a esses momentos e a valorização que atrelam a seus trabalhos, pois cada trabalho finalizado é um prazer, ainda mais quando o retorno do cliente é positivo. Se o trabalho com o graffiti traz um retorno por conta da visibilidade, com os trabalhos que desenvolvem nas ruas, há, por outro, lado conotações mais pejorativas. Não obstante, são reconhecidos como artistas antes de ser profissionais, mas essas imagens negativas que por vezes são apontadas, denunciam identificações contraditórias. Com todos esses aprendizados, elaboram um saber fazer, aprendem a lidar com as emoções, aprendem a comportar identificações diferentes e elaborar novas identificações.

Com os trabalhos que desenvolvem como grafiteiros/artistas/arte-educadores/tatuadores, abrem novos espaços por onde transitam, como criadores e empreendedores presentes na cena pública de várias cidades e países. São oportunidades de ir de encontro a imagens massificadas e desprivilegiadas, como acontece com muitos jovens e jovens adultos que possuem trabalhos apenas para suprir suas necessidades básicas e ajudar a família. A escolha pela profissão não veio sem renúncias, mas é uma aposta que fazem para viver a arte e a profissão com mais entusiasmo, encontrando valores e estratégias para continuar os trajetos escolhidos.

Abriu-se caminhos para os grafiteiros apostarem nesse ramo. No decorrer da escolha, perceberam que, também, seria preciso engajarem-se com outros profissionais, bem como a órgãos públicos, a agências de artistas, agências de publicidades, a outros jovens criadores que compartilhem trabalhos, inovando e crescendo em suas áreas, compartilhando vivências, valores, criações, clientes. O mundo da cultura mostra-se um espaço aberto a ser explorado, democratizando a forma de se posicionar diante do trabalho e dos clientes. As mídias sociais

abrem espaço nesse sentido, em que cada um cria seus perfis e colocam ali sua personalidade e suas marcas, assim é mais viável de transmitir e influenciar públicos diversos.

Os mais jovens entrevistados nesta pesquisa acreditam que, com a persistência e aprimoramento em suas criações, podem viabilizar realização e sobrevivência, embora ainda precisem do apoio da família. Alguns mais veteranos também apostam que é possível viver de seus trabalhos nesse nicho, esse sentimento faz com que persistam nesses projetos. Outros caminhos profissionais não se mostram atrativos porque também não conferem certezas como estabilidade, autorrealização, autonomia financeira. Embora essas questões sejam relevantes, optam por trabalhar por projetos e no que acreditam saber fazer quase como a única opção possível. Nas entrevistas, aparece a convicção da melhor escolha profissional, com persistência a profissionalização realiza-se.

A realização não é almejada, no sentido de que se pensar realizado poderia trazer estagnação em suas formas de criação e diversificação de produção. Eles gostam de pensar que fazer o que gostam já é um objetivo bastante importante. Os mais jovens consideram um projeto de futuro o reconhecimento como artistas. Os grafiteiros entrevistados diversificam suas atividades fazendo arte para capa de livro, *flyer* de festas, tênis, capa de celular, fazem tatuagens, telas, decorações entre outros. Desta forma, conseguem abertura em caminhos diversos dentro do âmbito da cultura na qual conseguem viver com mais liberdade, aspectos esses que validam suas escolhas. Quando argumentam sobre seus trabalhos com graffiti ou com suas influências e por onde já passaram por conta deles, transparece grande emoção, os olhos brilham em uma contagiante projeção.

Neste caso, a escolha profissional apresenta uma dimensão coletiva, é nesse espaço que se sentem acolhidos diante de um sistema social que fragmenta, cerceia suas escolhas por estar impregnado de valores competitivos, essa frieza é diminuída pelas relações solidárias que vão alicerçando em seus encontros com os pares e colegas de coletivos. As escolhas geram algumas rupturas para seguirem um caminho profissional, tiveram de alargar suas identificações e somar alguns elementos ao estilo do graffiti, para trazer estratégias, valores, responsabilidades, encontros, desencontros, estabelecendo relações solidárias, buscando manter seus projetos.

Há os modelos estéticos na forma de se vestir que alimentam as identificações que querem para si, quando estão grafitando muitos vão com as roupas que já usaram para pintar o que acarreta manchas de tinta, um estilo mais largado e que demonstre as marcas de suas atividades. Quando querem que o profissional se destaque, não perdem o estilo despojado, contudo procuram utilizar acessórios e roupas mais condizentes com o estilo profissional

urbano. Benedito Calixto resume esse proceder: *“Ultimamente até tento nem passar assim roupa tão larga, tão largado porque tipo tu vai fazer entrevista num trabalho não vai chegar todo né, tua imagem uma referência de ti, óbvio. Ultimamente tenho me ligado mais nisso. Andar mais bonitinho, assim. Tu anda mais livre, mas claro não é porque tu tem tatuagem que tu vai chegar lá todo ralé, todo mano aqui falando com ele yo”*.

De certa forma, diz do que a sociedade privilegia com um “visual apresentável”, referindo-se a um modelo de cidadania representado pelo que veste. Com isso, o “ser profissional” tem de assimilar outras regras, como se fosse mais permeável para inclusão em novos espaços, tornado esse proceder como estratégico para inserção e manutenção no mercado da economia criativa.

As imagens pejorativas que são definidas e as discriminações que alguns apontam, principalmente, quando estão grafitando, não geram sentimento forte de inferioridade, porque elaboram essas experiências como um fosso entre eles e essas pessoas que os discriminam. Não percebem como algo que lhes paralise. Buscam transformar esses estigmas a seu favor, elaboram discursos positivos como um ato de rebeldia, transgressor, como experiências que separam o “nosso mundo” e o “mundo dos outros” como experiência motivadora e de liberdade que enriquecem suas vidas. Veem como se estivessem dando voz a outros sujeitos, valorizando suas mensagens.

Os espaços por onde grafitam são ressignificados. Assim, vão reelaborando a realidade, bem como seus discursos, dialogando com seus pares e com outros interlocutores que atravessam seus trajetos como forma de elaborarem suas identidades. Desse resgate de autoestima, começam a configurar as identificações profissionais, no sentido de se verem como criadores, encontram brechas para vivenciarem e sonharem com uma vida mais positiva.

O que também os influencia nessa busca pelo trabalho com a arte é essa perspectiva da criação coletiva ou individual. Com isto, eles podem se ver refletidos como algo seu que vai ser compartilhado com mais alguém ou com grande público extrapolando o compartilhamento com os pares. O trabalho é, portanto, um meio de expressão, criação, afirmação de si por meio de suas criações como forma de superar problemas e angustias que caminham juntos com essa vontade de ser artista.

Aproveitam essas brechas que a sociedade lhes confere para vivenciarem, a seu modo, a vida profissional no âmbito da cultura a qual lhes parece mais fortuita. Fazer trabalhos autorais lhes motivam, pois destacam-se dentre muitos com suas próprias potencialidades, aprendendo com seus processos criativos. Para estes artistas, o trabalho é como um reforço da

autoestima, uma realização permanente, porque o processo criativo é contínuo e requer sempre a paixão pelo novo, contribuindo com os processos de construções e identificações positivas. Cada novo trabalho é uma nova chance de se recriar e de experimentar diferentes sentimentos com diversos repertórios que trazem sentidos para a realidade na qual vivem. Consiste em uma forma que desenvolvem perante o trabalho e a vida, como um jeito de ver e de se colocar no mundo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações presentes nas construções estéticas e identitárias dos perfis profissionais dos grafiteiros expressam as mutações existentes na própria sociedade contemporânea. Por conseguinte, os processos que influenciam diretamente nesta construção profissional são os processos de mediatização e de estetização que atravessam a cultura contemporânea. Os grafiteiros utilizavam diferentes suportes para imprimirem a identidade do graffiti em espaços variados. Contudo, atualmente, os trabalhos com influências do graffiti voltam-se ao mercado em diferentes produtos e projetos. Desta forma, conseguem desvincular a imagem estigmatizante de percepção do graffiti como atividade “desviante”, hoje assumindo diversas imagens diante dos profissionais com essas influências.

As interpretações sobre o graffiti ampliam sua imagem, sendo um importante caminho à profissionalização. Em conjunto com essa perspectiva, a motivação atual pelo novo, pela personalização de objetos e de ambientes e pelo viés da estetização, abre-se caminho à diversificação de trabalhos pelos quais os grafiteiros podem circular para se desenvolver no âmbito da economia criativa; embora não percam totalmente a vivacidade, inquietude, prazer, vindos de suas experiências juvenis e da grafiteagem. As mídias sociais têm papel importante em todo esse processo, pois a visibilidade potencializa-se, bem como as relações regionais e internacionais podem ser articuladas.

Como bem se sabe, os dispositivos móveis e as conexões digitais estão perpassando nossas relações sociais e atravessando nosso cotidiano. Esses processos trouxeram consigo a primazia do prazer, do consumo, do entretenimento. Anteriormente, o processo de produção não estava interligado com outros processos, como os artísticos, por exemplo, posto que eram coisas que não se relacionavam. A forma como o capitalismo se configura hoje faz com que essas manifestações se hibridizem. Com isso, o consumo torna-se elemento dinâmico, trazendo um tom mais leve ao que era fechado, rígido. Portanto, criação e produção mesclam-se.

Inúmeras incertezas passam pelo campo artístico, relacionando-se tanto ao público que consome arte, que pode discutir a necessidade e o valor, quanto ao próprio produtor, que pode questionar em relação às preferências e às vontades do público, à qualidade do produto. No entanto, alguns jovens correm este risco e constroem sua profissão nessa área. Aqueles que fazem parte de coletivos ou agência de artistas têm um tom mais profissional do que aqueles que tentam individualmente manter-se nesse mercado da economia criativa. O uso da

tecnologia em suas produções foi de grande importância para poderem diversificar suas produções.

O grafiteiro é produto e produtor de suas criações. Veem o trabalho que desenvolvem não como um meio de vida simplesmente, mas percebem como vocação na qual podem se sentirem reconhecidos e valorizados. Trabalhar por projeto é visto como algo intrínseco à vida profissional escolhida. Entretanto, quando refletem sobre o futuro a instabilidade, isto gera certa insegurança. Apesar disso, esta não é tão grande quanto à vontade de manterem-se nesse ramo de atividade profissional.

As rupturas pelas quais atravessam e algumas frustrações fazem com que sejam capazes de produzir esforços para lidar com as diversidades cotidianas. O reconhecimento conquistado, a ver pelos trabalhos que realizam com empresas e órgãos públicos, foi trazendo-lhes confiança e amadurecimento, orgulho por terem oportunidades conquistadas pelo esforço em levar suas criações a público. A transformação de imagens estigmatizantes em autorealização traz-lhes muita alegria e autoestima. Esses sentimentos carregam, também, um sentido de autolegitimação como se tivessem certeza de ser o melhor caminho profissional a seguir.

Os grafiteiros participantes da pesquisa têm formas diferentes de ser grafiteiro, levando esse aprendizado a suas vidas profissionais como arte educadores, artistas, tatuadores, empreendedores. Em seus discursos, pode-se constatar essas identificações reveladoras de suas condutas e a forma como veem e fazem graffiti, apresentando dois perfis profissionais, ligados a arte educação ou a um viés mais artístico.

Alguns deles querem associar seus perfis profissionais a projetos sociais, a oficinas e à arte educação. Candido Portinari, Di Cavalcanti, Iberê Camargo e Antônio Parreiras, nas conversas, ressaltam o papel social que o graffiti traz e que lhes influenciam. A atuação em coletivos, voltados mais a projetos culturais e sociais, dá contorno a essa escolha. Buscam vincular seus projetos e suas atividades a área mais educativa e de resgate de autoestima de jovens em bairros menos privilegiados ou em instituições de políticas socioeducativas. Assim, levam seus exemplos pessoais como conteúdo a suas aulas, em que suas falas são horizontalizadas, pois contam de suas práticas e experiências pessoais não como algo aprendido de fora, em uma instituição de ensino, por exemplo. Para trabalhar nessa direção, buscam influências de outros grafiteiros, principalmente, aprender com a velha escola como fazer graffiti e como sua história de construção, salientando a relação com seus interlocutores, alunos ou não, o cunho social e político do graffiti.

Os grafiteiros com perfil mais artístico como Anita Malfatti, Almeida Junior, Pedro Américo, Benedito Calixto, Abigail de Andrade, Arcangelo Ianelli e Tarsila do Amaral têm seus trabalhos voltados, principalmente, à economia criativa. Almeida Junior, por exemplo, saiu do Núcleo Urbanoide por perceber que havia um mercado para os trabalhos comerciais inspirados no graffiti e criou a Paxart com mais um grafiteiro e, depois, agregaram dois parceiros, sendo um deles a Anita Malfatti. A criação desse coletivo deu-se por desejarem priorizar trabalhos comerciais. Abigail de Andrade faz parte de uma agência de artistas, com o objetivo de fazer a articulação com as empresas tendo um intermediário para a venda de seus trabalhos. Benedito Calixto, Pedro Américo, Arcangelo Ianelli e Tarsila do Amaral não têm coletivo e não são agenciados, eles mesmos vendem e negociam por seus trabalhos. Priorizam o trabalho artístico, procurando realizar exposições e participar de eventos que lhes tragam visibilidade, de um modo geral. O que os motiva são suas criações em seus trabalhos autorais.

Pelos discursos dos entrevistados, pode-se perceber aqueles que valorizam o conhecimento sobre a história do graffiti e de seus pioneiros – dos mais antigos na prática – bem como os mais novos que vem se destacando. Eles se consideram pertencentes a um movimento mais amplo, que abarca grafiteiros do mundo todo, não ficam tão presos ao local e fazem questão de manter alguns elementos que consideram parte da história do graffiti. Diferentemente daqueles que priorizam o presente, a sua criação individual, sem procurarem aprofundar-se na história do graffiti e de seus pioneiros, possuem uma visão mais fragmentada, inclusive não gostam de rotulações, mas se consideram grafiteiros por “ter trampo na rua”.

Nessa tentativa de análise, pode-se ver que esses perfis estão expostos a algumas tensões para vivenciar suas criatividade. Exemplifica-se a relação com os clientes no momento que tolhe, de certa forma, a criatividade, em trabalhos não autorais. Outra tensão ocorre quando estão nas ruas. Por vezes, são impedidos de expressarem-se por parte da interpelação dos moradores ou de policiais e guarda municipal. Há, nestas interpelações, a confusão ainda presente no imaginário da população em geral da relação entre graffiti e pichação e das imagens negativas que são atribuídas aos grafiteiros nesse contexto, vistos como vândalos e vagabundos.

Apesar de atualmente haver repressão, os grafiteiros em seus diálogos afirmam que conseguem defender-se, explicando o conteúdo de seus trabalhos nas ruas. Há também, em torno da atividade artística, esta noção de não ser um trabalho “normal”. Com as entrevistas, percebe-se, que a profissionalização deles passa pelo estigma de serem tachados de vagabundos por não terem trabalhos fixos. Portanto, os grafiteiros constroem identificações

híbridas porque as fronteiras são flexíveis e porosas, dependendo do contexto em que são identificados de formas mais positivas ou de maneiras mais negativas.

Destacam-se duas características presentes no posicionamento dos entrevistados que podem diferenciar o jovem-jovem em relação ao jovem-adulto e o adulto-jovem. Uma é a rapidez de mostrarem-se inseridos no mundo do graffiti e da arte, “[...] *fiz em cinco anos o que os caras estão fazendo em vinte*”, conforme diz Candido Portinari. Salientam que tudo aconteceu muito rápido, o trabalho produzido e o reconhecimento como artista, mesmo sendo necessário desenvolver uma carreira para consolidarem-se no mercado. Outra característica é a questão da desatenção com uma segurança empregatícia, como pensar em uma aposentadoria, por exemplo. O jovem-jovem não vê vantagens em assegurar-se de alguns direitos trabalhistas, já o jovem-adulto e o adulto-jovem, de modo geral, procuram vincular-se ao MEI (Microempreendedor Individual) ou ter outro trabalho com vínculo empregatício, como Abigail de Andrade e Antônio Parreiras.

A relação de amizade é priorizada, pois, quando se trata de um amigo contratante, é formada uma parceria e o dinheiro não é motivador. Procuram, nesses trabalhos, pedir o material e privilegiar a relação amistosa. Em outra situação, o aspecto financeiro não é privilegiado, porque acreditam que alguns lugares lhes trazem visibilidade, por se tratar de uma pintura em local mais exposto, por exemplo. Assim, veem como oportunidade de uma quantidade significativa de pessoas conhecê-los e, reconhecendo suas produções, pode ser um negócio lucrativo e despertar o interesse de mais pessoas.

É importante, para os grafiteiros, a visibilidade de seus trabalhos. Por isso, quanto mais trabalhos realizarem, mais visíveis estarão. As redes sociais contribuem bastante para esta visibilidade, sendo que muitos trabalhos são compartilhados nas páginas e perfis digitais dos artistas. O grupo de pares tem papel importante na divulgação e abertura de espaço para realização de trabalhos, sendo os primeiros a oferecerem as paredes de suas casas para servirem de suporte a suas “artes” e como rede de compartilhamento dos trabalhos dos amigos nas redes sociais.

Outra forma de maior visibilidade é realizar trabalhos em empresas ou eventos com grande movimento, mesmo recebendo apenas o material para a feitura da pintura, pois se acredita que dessas oportunidades podem originar novos convites de trabalho. Apenas a inspiração externa, de ver seu ídolo conquistando uma carreira artística, por exemplo, não é suficiente para concretizarem a escolha profissional, precisam criar estratégias como essas para manterem-se atuantes. Há um protagonismo nesse caminho.

O trabalho, para estes grafiteiros, é a atividade em que testam, vivem, recriam sua criatividade e treinam sua imaginação presente e futura. Alguns têm uma marca na rua mais antiga e, ao longo do tempo, vão acrescentando outras influências a seus trabalhos profissionais. Aprendem novos contornos em uma constante busca criativa para inovar. Quando vão às ruas, não tem tanto compromisso com a “perfeição”, como nos trabalhos profissionais. Neste sentido, alguns tentam inovar e diversificar, para abranger públicos variados. Incorporar influências, fazer cursos para aprender a variar nos desenhos, cursos curtos ligados à informática ou cursos em locais de cultura para aprender diversas formas e materiais de pintura são algumas das práticas desenvolvidas para criação de seus trabalhos.

Consideram uma conquista importante sobreviver dos frutos dos trabalhos que desenvolvem, conquista alcançada por meio de estratégias aprendidas no caminhar e que servem como base à manutenção nesse mercado. São estas: fazer trabalhos em locais com mais visibilidade e que possam, também, compartilhar nas redes; fazer desenho por material na casa de amigos com o mesmo objetivo; abrir suas relações de amizade e profissionais; variar os produtos produzidos; estudar diversas influências culturais de formas e de materiais; fazer intercâmbios internacionais e regionais; participar de eventos de graffiti regionais e internacionais; fazer exposições.

As experiências que elaboram com os pares no grupo do graffiti criam espaços, ressignificam espaços onde podem vivenciar suas condições juvenis. Nesse âmbito, elaboram suas identidades, construindo similitudes e diferenciações em relação ao outro. Por meio dos amigos, do prazer, dos compartilhamentos vão constituindo-se como sujeitos. Aprendem a expressar-se, a comunicar, a compartilhar, aprendem uns com os outros e exercitam, também, suas escolhas. As escolhas dos amigos têm a ver com seus estilos de vida, tendo ligação ao estilo e com as identificações almejadas para si, nessa direção escolhem com quem e com o que buscam ocupar seu tempo.

Jovens vinculados a um estilo, como o graffiti, relacionam-se com jovens do próprio grupo e de outros estilos, também, de forma mais ampla os grafiteiros consideram-se fazendo parte de um movimento internacional. No campo artístico, há a noção de vocação, de ser apto para aquele trabalho específico, no discurso dos grafiteiros, não é diferente, é o que aprendem a fazer, sendo sua iniciação entre os pares num processo de socialização pelo qual passaram quando adolescentes ao desenvolverem suas aprendizagens estéticas.

O caráter alternativo de personalização compõe a imagem dos trabalhos do mercado do pós-graffiti. Este estilo de trabalho é cobiçado por ser visto como algo diferente do convencional, portanto, muitas pessoas desejam produtos daí derivados. Esse movimento do

graffiti, para o ramo das artes plásticas e artes visuais, é visto, por alguns, como “institucionalização” ou como “domesticação”. Mas, aqui, este movimento é caracterizado como “profissionalização do graffiti”, sendo denominado de pós-graffiti. Este caráter híbrido, em torno das imagens dos grafiteiros, faz parte de suas identificações atuais, em que os artistas transitam entre o ser jovem, o espaço da fruição, e o ser adulto, o espaço das responsabilidades, do graffiti ao pós-graffiti. Estes trânsitos não se dão de forma linear, mas de forma articulada e relacional. Leva-se em conta, também, as interpretações diversificadas que os grafiteiros, os estudiosos da temática, os formadores de opinião e o público em geral fazem da atividade, trazendo conotações complexas e relacionais.

Entre os pequenos grupos, há certa competição por disputa de espaços. Como, por exemplo, os grafiteiros que fazem “graffiti pelo graffiti”. Imputam aos grafiteiros que comercializam os produtos desenvolvidos com influências do graffiti, o adjetivo de “vendidos”. Outra forma de acusação se dá quando algum grafiteiro vem das camadas médias, é considerado “playboy” pelos grafiteiros das camadas populares. Pode ser que essas acusações estejam presentes pelo fato do graffiti ter iniciado como uma forma de contestação, de se fazer enxergar, de expressão das camadas populares. Nestes casos, são classificados como artistas e não como grafiteiros por seus interlocutores.

A inserção profissional é um momento complexo de tomada de decisão. Há uma pressão por parte da família, principalmente, para que os jovens assumam responsabilidades. Para muitos jovens artistas, há um processo mais longo para firmarem-se nesse mercado e muitos reclamam de que não são reconhecidos como trabalhadores, porque o meio artístico é visto por muitos como um universo lúdico. Em torno desse campo, as incertezas são inúmeras e as visões são diferenciadas, pelo fato da necessidade da arte e do valor atribuído a ela. Os projetos futuros são incertos, portanto, vivem o momento e as realizações pelas quais passam fazem parte de seu repertório. No entanto, a certeza que manifestam é a vontade de viver essa “arte” e da arte que criam.

As tentativas de vinculação a trabalhos mais tradicionais confrontaram suas identificações, pois não se viam refletidos nas atividades que praticavam, não havendo projeções de futuro diante do que lhes era oferecido naquele momento. Por tal motivo, foram abrindo frentes de trabalho. A escolha profissional tem a ver com o estilo de vida que querem seguir, mas outros elementos influenciam como as capacidades e habilidades que consideram como possíveis, bem como a possibilidade de realização de desejos. As identificações são permanentes construções na área profissional, também, como acontece com os grafiteiros, passando por diferentes influências inclusive pelo uso da tecnologia em seus trabalhos.

O trabalho é importante nessa construção, para afirmar identidades e status social, sendo a socialização profissional construída na prática para esses grafiteiros. As estratégias, as relações e as capacitações projetam-se no fazer, no cotidiano, nos encontros. A identidade é personalizada, mesmo para aqueles que participam de coletivos, não tendo uma empresa para criar um vínculo, personalizam as relações e as identificações, portanto, são abertas e elaboradas ao longo de suas jornadas. Para esses grafiteiros, o tempo de não trabalho é produtivo por conta da origem da sua ocupação. Estes momentos são fortuitos para criar, pensar, estudar mais produtos, exposições, enfim, são momentos de criação e não de vazio. O negativo desses períodos é a questão da não remuneração.

A inadaptação, em algum momento, tornou-se adaptação, a seu modo, na busca por imagens mais positivas para vincularem a seus fazeres, e assim outros saberes e outros fazeres foram sendo incorporados. Querem ser “diferentes”, para ter um fazer em que se sintam representados e reconhecidos. Encontraram no pós-graffiti a via para desenvolver atividades na economia criativa, oferecendo o seu diferencial. Tornou-se realizável essa escolha pelo momento em que a sociedade está passando, privilegiando elementos estetizados nos quais ressalta-se a valorização da personalização, do prazer, das emoções; assim a estética do graffiti ganha espaço nesse processo de estetização. A prevalência dos compartilhamentos foi trazendo aproximações entre o “diferente” e o “comum”. As redes sociais trazem para o âmbito comum do compartilhamento imagens, opiniões e emoções partilhadas. Esses processos trouxeram mobilidade aos grafiteiros, hoje transitando por camadas e instituições variadas.

As incertezas são grandes e diferentes quando se planeja uma vida profissional. Com isso, a esperança entra em cena por um futuro melhor, mais realizado e mais feliz. A falta de alternativa fez com que se posicionassem, vivendo o presente, o prazer, a emoção do trabalho no qual são produto e produtores. Nesse posicionamento, almejam um bem a si, não buscam por transformações por um outro mundo, apesar de sonhar com ele. Ainda assim, outras relações e outros saberes podem ser derivados desses caminhos que foram trilhando como grafiteiros e artistas.

A rebeldia está em não se resignar com o que estaria delegado a eles, como trabalhos precarizados, cerceadores de realização e de sentimentos. Rebelam-se, abrem caminhos pelos quais vislumbram trabalhos em que podem ser produtivos, autoidentificados, humanos, participantes de todo processo. Também buscam viver o presente da melhor forma possível. Há uma transformação de si anterior a mudança que poderiam almejar à sociedade.

A presente tese sustenta que o termo pós-graffiti desenvolveu-se devido às transformações culturais pelas quais passa a sociedade, bem como por processos empíricos pelos quais os grafiteiros transitam em relação à inserção no mercado de trabalho. O termo pós-graffiti aqui não é entendido como a superação do graffiti, mas sim na relação do grafiteiro e o mundo do trabalho, atuando na economia criativa. Este termo pode ser visto no trabalho empírico, mas também em reflexões teóricas sobre as transformações no mundo e na cultura contemporânea pela estetização, midiaticização e profissionalização.

Lembre-se que os sujeitos vivem suas emoções de forma não ordenada, vivenciando experiências imediatas e afetivas de forma que não se via antes. Na vida contemporânea, o individualismo adquire um novo formato, gerando um sentimento comunal, no qual os indivíduos estão mais abertos a se agregarem em comunidades, por vezes, emocionais e temporárias. Em decorrência destas características, as relações emocionais ultrapassam as relações humanas, permeando relações que os sujeitos têm com mercadorias e produtos, com o mercado apresentando a aquisição de produtos, a novidade como felicidade. A distância entre a alta cultura e a cultura de massa dirimiu-se, abrindo caminhos para muitos artistas e seus produtos. Os próprios sujeitos e entendidos da área cultural influenciam na atribuição daqueles que são considerados artistas, sendo que essa denominação aparece abrangente (FEATHERSTONE, 1995; MAFFESOLI, 1995, 2005; LIPOVESTSKY; SERROY, 2015).

Nesse contexto, a arte estabelece relação próxima do mercado, fazendo com que os artistas se tornem empreendedores, administrando seu negócio; a seu modo os artistas lidam e negociam com clientes de forma mais horizontal e democrática. A influência que as mídias sociais têm sobre essa área de atuação é fundamental, pois, por meio delas, os profissionais criam seus perfis, suas páginas, colocando nesses espaços suas marcas, seus produtos e serviços, oportunizando divulgar e influenciar públicos diversos. As redes sociais tonam-se um grande portfólio para os artistas divulgarem seus feitos, bem como é uma forma de aproximação com os clientes.

Além destas transformações, está presente a transformação empírica pela qual passa o grafiteiro quando entra no mercado de trabalho, caracterizando sua profissionalização no âmbito da economia criativa. É a presença do graffiti com outro formato. O graffiti ainda permanece na vida deles nos momentos de fruição e descontração, naqueles momentos em que querem dizer algo à sociedade, mostrar que estão presentes. Quando esses grafiteiros, por necessidade própria ou externa, tiveram de procurar trabalho, alguns deles recorreram a trabalhos que não estavam ligados a arte. Por conta disso, aprenderam o que não gostariam de fazer. Os grafiteiros com experiência nessa área de atuação, de início sabiam ser esta a sua

profissão. De toda forma, foram descobrindo em suas transições no mercado de trabalho que o graffiti é o impulsionador de suas vidas profissionais e pessoais.

O graffiti está presente nos espaços públicos vinculado às camadas populares, inicialmente. Com isso, não há coerência o graffiti ser fechado em ambientes privados, porque ele é livre e reivindica ligação com manifestações políticas e sociais. Os grafiteiros, geralmente, estão vinculados ao que é transgressor, à liberdade, pela vontade de fazer sua arte, expressarem-se e ressignificar espaços. Alguns dos próprios grafiteiros aqui entrevistados, quando se colocam como grafiteiros, dizem ser atribuído a si imagens ligadas a comportamento desviante, a vandalismo.

Na transição ao pós-graffiti, este se fecha e ocupa os espaços privados sendo atribuído valor econômico. É realizado, muitas vezes, em conformidade com o olhar do cliente. Os grafiteiros precisam abrir suas relações para adentrar no âmbito profissional, assumem novos posicionamentos e diversificam materiais e produtos na realização de seus trabalhos. Nos trechos das conversas com os grafiteiros, descritas a seguir, pode-se ver, por meio de diferentes discursos, seus posicionamentos diante da transição do graffiti ao pós-graffiti:

Candido Portinari: *“Profissão graffiti não existe. Você é um artista. Já tem muitos anos. Já que a profissão tem que entrar em algumas regras, você tem que se encaixar na sociedade, entre aspas, porque o graffiti não se encaixa”*.

Anita Malfatti: *“Só que nem tu viu, tenho trinta e um anos e eu moro com meus pais, então porque vou ir atrás de uma profissão que não tem nada a ver com o que eu faço pra não ser comercial. Eu aproveito, também, pra vender as coisas, o que todos esses anos eu vim aperfeiçoando”*.

Antônio Parreiras: *“Tu consegue gravar tua música, criar tua moda, fazer tudo sem depender do mercado. Acho que hoje tá sendo possível por causa da tecnologia, redes sócias, acho que tá indo pra esse lado, um pouco meio libertário, mais independente”*.

O pós-graffiti como caminho profissional para estes grafiteiros apresenta-se como concretização de um espaço que vem sendo construído em relação com o graffiti, mas com contornos distintos porque, como expressa Candido Portinari, o graffiti é livre e transgressor. No âmbito profissional o artista precisa, para se desenvolver e criar mercado, de aprovação social e aperfeiçoamento das técnicas. No âmbito do pós-graffiti encontram formas de seguir uma profissão na qual podem levar suas identificações pessoais buscando realização profissional e pessoal, independentemente de haver vínculos com uma grande empresa ou uma instituição pública conseguem fazer sua arte e divulgá-la para o mundo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de. Criatividade contemporânea e os redesenhos das relações entre autor e obra: a exaustão do rompante criador. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; PAIS, José Machado (Orgs.). **Criatividade, juventude e novos horizontes profissionais**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

BISSOLI, Daniela Coutinho. **Graffiti**: paisagem urbana marginal – a inserção do graffiti na paisagem urbana de Vitória (ES). 2011. 218 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2011. Disponível em: <http://portais4.ufes.br/posgrad/teses/tese_5058_BISSOLI_DC_2011_smaller.pdf>. Acesso em: 20 out. 2016.

BLOG A ARTE NA RUA. **Entrevista com o grafiteiro Thito Lama**. 2009. Disponível em: <<http://www.jfparanagua.com.br/blog/?p=574>>. Acesso em: 11 nov. 2011.

BOEMER, Otavio Fabro. **Graffiti como meio**: processo de criação entre meios – a lei, a rua, o mercado e a pesquisa em arte. 2013. 225 p. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Universidade Estadual Paulista “Júlio Mesquita Filho”, São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/10424958-Universidade-estadual-paulista-julio-de-mesquita-filho-mestrado-em-artes-visuais-otavio-fabro-boemer.html>>. Acesso em: 06 jul. 2015.

BOU, Louis. **Street art**: graffiti stencils stickers logos. Barcelona: Instituto Monsa de Ediciones, 2005.

BRAGA, José Luiz. Mediação & midiatização: conexões epistemológicas – circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Angela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda. (orgs.). **Mediação & midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012.

BRASIL. **Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998**. Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/leis/L9605.htm>. Acesso em: 15 out. 2016.

_____. **Lei nº 12.408, de 25 de maio de 2011**. Altera o art. 65 da Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998, para descriminalizar o ato de grafitar, e dispõe sobre a proibição de comercialização de tintas em embalagens do tipo aerossol a menores de 18 (dezoito) anos. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112408.htm>. Acesso em: 15 out. 2016.

CAMPOS, Ricardo Marnoto de Oliveira. **Pintando a cidade**: uma abordagem antropológica ao graffiti urbano. 2007. 512 f. Tese (Doutorado em Antropologia Visual) – Universidade Aberta, Lisboa, 2007. Disponível em: <https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/765/1/TD_RicardoCampos.pdf>. Acesso em: 15 out. 2016.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2000.

_____. Introducción: de la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes. In: CANCLINI, Néstor García; CRUCES, Francisco Villalobos; POZO, Maritza Castro Uretaga

(coords.). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**. Madrid: Fundación Telefónica, 2012. Disponível em: <file:///C:/Users/Samsung/Downloads/jovenes_culturas_urbanas_completo2.pdf>. Acesso em: 20 out. 2016.

CRUCES, Francisco Villalobos. jóvenes y corrientes culturales emergentes. In: CANCLINI, Néstor García; CRUCES, Francisco Villalobos; POZO, Maritza Castro Uretaga (coords.). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales**. Madrid: Fundación Telefónica, 2012. Disponível em: <file:///C:/Users/Samsung/Downloads/jovenes_culturas_urbanas_completo2.pdf>. Acesso em: 20 out. 2016.

DAYRELL, Juarez. O jovem como sujeito social. **Revista brasileira de educação**, Rio de Janeiro, n. 24p. 40-52, set./dez. 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-24782003000300004&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 15 out. 2016.

_____. **A música entra em cena: o rap e o funk na socialização da juventude**. Belo horizonte: UFMG, 2005.

_____. A escola “faz” as juventudes? Reflexões em torno da socialização juvenil. **Educação e Sociedade**, Campinas, v. 28, n. 100, p. 1105-1128, out. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v28n100/a2228100.pdf >. Acesso em: 04 set. 2009.

_____; FARIA, Ivan. Formação e trabalho artístico: notas preliminares sobre a profissionalização de músicos(as) e dançarinos(as), em salvador. In: SEMINÁRIO JUVENTUDES E A NOVA CULTURA DO TRABALHO, 1. São Carlos. **Anais...** São Carlos, UFSCAR, 2014.

DIÓGENES, Glória. Arte urbana, juventude e educação sentimental: entre a cidade e o ciberespaço (experiências etnográficas). **Linguagens, Educação e Sociedade**, Teresina, ano 18, p. 51-75, ago. 2013. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/21359/3/2013_art_gmsdiogenes.pdf>. Acesso em: 15 out. 2016.

DUBAR, Claude. **A socialização: a construção das identidades profissionais**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

FACEBOOK. **Postagem no perfil de Luiz Felipe Varella**. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=658874690849919&set=a.658873177516737.1073741912.100001821835558&type=3&theater>. Acesso em: 10 jun. 2015a.

_____. **Postagem no perfil de Eduardo Turski**. Disponível em: <https://www.facebook.com/triangulogia/photos/t.100000952133671/1592875600978961/?type=3&theater>. Acesso em: 10 jun. 2015b.

_____. **Postagem no perfil de Núcleo Urbanóide**. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=716817731663875&set=a.716817044997277.1073741827.100000069636137&type=3&theater>. Acesso em: 10 jun. 2015c.

_____. **Postagem no perfil de Luiz Felipe Varella.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=748597628544291&set=a.113302642073796.13635.100001821835558&type=3&theater>>. Acesso em: 10 jun. 2015d.

_____. **Postagem no perfil de Jotapê Pax.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/Jotape.pax/photos/a.264539333560359.83931.264312320249727/1090769777603973/?type=3&theater>>. Acesso em: 10 jun. 2015e.

_____. **Postagem no perfil de Jotapê Pax.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/seilaismo/photos/a.207939559340983.52595.198075576994048/652423041559297/?type=3&theater>>. Acesso em: 10 jun. 2015f.

_____. **Postagem no perfil de Nina Moraes.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10211888877559895&set=pb.1309807291.-2207520000.1518018272.&type=3&theater>>. Acesso em: 08 ago. 2016a.

_____. **Postagem no perfil de Santiago Pooter.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1316362601786079&set=a.541219732633707.1073741826.100002370565214&type=3&theater>>. Acesso em: 10 dez 2016b.

_____. **Postagem no perfil de Eduardo Turski.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1230268353681557&set=a.279303288778073.61800.100000952133671&type=3&theater>>. Acesso em: 20 out. 2016c.

_____. **Postagem no perfil de Filipe Harp.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=491148607909732&set=a.278837142474214.1073741831.100010437909130&type=3&theater>>. Acesso em: 10 jun. 2017a.

_____. **Postagem no perfil Inside Ink – Tatto e Piercing.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=491148607909732&set=a.278837142474214.1073741831.100010437909130&type=3&theater>>. Acesso em: 10 jun. 2017b.

_____. **Postagem no perfil de Eros Fabio.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1383712815042824&set=pb.100002123573228.-2207520000.1518017608.&type=3&theater>>. Acesso em: 10 jun. 2017c.

_____. **Postagem de visualização restrita.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=687767864628730&set=t.100001865683903&type=3&theater>>. Acesso em: 10 jun. 2017d.

_____. **Postagem no perfil de Jorge Cuts Sousa.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1940606492931326&set=p.1940606492931326&type=3&theater>>. Acesso em: 10 jun. 2017e.

_____. **Postagem no perfil de Paula Plim.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10207332533829866&set=a.1042772047825.6773.1781334437&type=3&theater>>. Acesso em: 10 jun. 2017f.

_____. **Postagem no perfil de Santiago Pooter.** Disponível em:
<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1538510592904611&set=a.541219732633707.1073741826.100002370565214&type=3&theater>>. Acesso em: 10 jun. 2017g.

_____. **Desperta**: moda para mudança. Disponível em:
<<https://www.facebook.com/despertamoda/>>. Acesso em: 10 jul. 2017h.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. Barueri: Nobel, 1995.

FERREIRA, Lucas Tavares. **Traçado das redes**: etnografia dos grafiteiros e a sociabilidade na metrópole. 2006. 123 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2006. Disponível em:
<<https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/1447/DissLTF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 15 out. 2016.

FERREIRA, Vitor Sérgio. Das belas-artes à arte de tatuar: dinâmicas recentes no mundo português da tatuagem. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; PAIS, José Machado (Orgs.). **Criatividade, juventude e novos horizontes profissionais**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

_____. Conseguir trabalho e algo mais: reconfigurações sociais e de sentido em novas profissões de sonho entre jovens. In: CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA, 8., Lisboa, 2014. **Anais...** Lisboa: Universidade de Lisboa, 2014.

FERRO, Lígia. O graffiti mediador: reflexões sobre as metamorfoses da prática em três cidades. In: VELHO, Gilberto; DUARTE, Liz Fernando Dias (orgs.). **Juventude contemporânea**: culturas, gostos e carreiras. Rio de Janeiro: 7Letras, 2010.

GITAHY, Celso. **O que é graffiti**. São Paulo: Brasiliense, 1999. Disponível em:
<<http://pt.scribd.com/doc/157954673/Celso-Gitahy-O-que-e-grafite-Livro>>. Acesso em: 17 jun. 2014.

GONÇALVES, Anderson Xavier Tibau. **A pedagogia do spray**: o que faz grafiteiro, grafiteiro. 2006. 169f. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/Busca_etds.php?strSecao=resultado&nrSeq=9455@1>. Acesso em: 17 jun. 2014

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomas Tadeu (Org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn, **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, Vozes, 2000.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiáticos: pesquisa da mediação na era da “mediação de tudo”. **MATRIZES**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 45-64, jan./jun. 2014. Disponível em: <<file:///C:/Users/Samsung/Downloads/82930-114871-1-PB.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2016.

HERSCHMANN, Micael. **O funk e o hip hop invadem a cena**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

LARA, Arthur Hunold. **Grafite**: arte urbana em movimento. 1996. 130 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/157954302/Arthur-Hunold-Lara-Grafite-Arte-Urbana-Em-Movimento-Tese-Mestrado-USP>>. Acesso em: 06 jul. 2015.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MAFFESOLI, Michel. A contemplação do mundo. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

_____. **A transfiguração do político: a tribalização do mundo.** Porto Alegre: Sulina, 2005.

ÖUS. **Oficina pares ímpares.** Disponível em: <<http://www.ous.com.br/blog/oficina-pares-impares/>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Talentos on-line: a profissionalização da criatividade via internet. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; PAIS, José Machado (Orgs.). **Criatividade, juventude e novos horizontes profissionais.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PAIS, José Machado. Busca de si: expressividades e identidades juvenis. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda. **Culturas jovens: novos mapas do afeto.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

_____. O mundo em quadrinhos: o agir da obliquidade. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; PAIS, José Machado (Orgs.). **Criatividade, juventude e novos horizontes profissionais.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

POYNOR, Rick. **Design gráfico e pós-modernismo.** Porto Alegre: Bookman, 2010.

POZO, Maritza Castro Uretaga. De jóvenes contemporáneos: *trendys*, emprendedores y empresarios culturale. In: CANCLINI, Néstor García; CRUCES, Francisco Villalobos; POZO, Maritza Castro Uretaga (coords.). **Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales.** Madrid: Fundación Telefónica, 2012. Disponível em: <file:///C:/Users/Samsung/Downloads/jovenes_culturas_urbanas_completo2.pdf>. Acesso em: 20 out. 2016.

PUJOL, Leonardo. Nova loja para grafiteiros é inaugurada em Porto Alegre. **Jornal do Comércio**, Porto Alegre, 29 abril. 2016. Disponível em: <http://jcrs.uol.com.br/_conteudo/2016/04/ge/noticias/496239-nova-loja-para-grafiteiros-e-inaugurada-em-porto-alegre.html>. Acesso em: 29 abr. 2016.

RINK, Anita. **Graffiti: intervenção urbana e arte – apropriação dos espaços urbanos com arte e sensibilidade.** Curitiba: Appris, 2013.

SILVA, Armando. **Imaginários urbanos.** São Paulo: perspectiva, 2001.

SILVA, José Humberto da. **Juventude trabalhadora: percursos laborais, trabalhos precários e futuros (in)certos.** 2012 [s. p.]. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012.

SILVEIRA, Fabrício. **Grafite expandido.** Porto Alegre: Modelo de Nuvem, 2012.

SIMÕES, José Alberto. Viver (d) o hip-hop: entre o amadorismo e a profissionalização. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; PAIS, José Machado (Orgs.). **Criatividade, juventude e novos horizontes profissionais.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SOUZA, David. da Costa Aguiar de. Graffiti, pichação e outras modalidades de intervenção urbana: caminhos e destinos da arte de rua brasileira. **Enfoques**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 73-90, jan./jun. 2008. Disponível em:

<<http://www.enfoques.ifcs.ufrj.br/ojs/index.php/enfoques/article/view/74/66>>. Acesso em: 10 set. 2017.

_____. **O olho ocidental e o gosto**: uma leitura sociológica do processo de legitimação do grafite como expressão artística no Brasil. 2013. 211 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <http://www.bdtd.uerj.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=6125>. Acesso em: 15 out. 2016.

SUBSOLO ART. **Entrevista com o grafiteiro Speto**. Disponível em: <<HTTP://subsoloart.com/blog/2009/11/vídeo-entrevista-com-o-grafiteiro-speto/>>. Acesso em: 09 nov 2011.

URIBE, Cristián. El arte urbano y la producción de sentidos políticos juveniles. In: JORNADAS DE JÓVENES INVESTIGADORES, 6., Buenos Aires, 2011. **Anais...** Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, 2011. Disponível em: <<https://www.academica.org/000-093/108.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2016.

VENTURA, Tereza. Grafite e reconhecimento: uma perspectiva comparativa entre o Rio de Janeiro e Berlim. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 48, n. 3, p. 261-267, 2012. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/3287/1296>. Acesso em: 15 out. 2016.

VILAS, Juliana. Das ruas para as galerias: grafiteiros são chamados para fazer campanhas publicitárias e exposições no exterior. **Isto é**, São Paulo, 26 maio 2004. Disponível em: <https://istoe.com.br/24576_DAS+RUAS+PARA+AS+GALERIAS/>. Acesso em: 10 set. 2017.

WIKIPEDIA. **Hashtag**. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Hashtag>>. Acesso em: 10 set. 2017.

YOUTUBE. **Os gêmeos//Grafiteiros//The twins//Graffiti**. 2009. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-XLrae8FcP8>>. Acesso em: 09 nov. 2011.