

CIES e-Working Paper N.º 150/2013

*Graffiti:*  
**práticas, estilos e estéticas de uma identidade cultural**

André Pereira

**André Pereira** é aluno de Sociologia no ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa. No âmbito da licenciatura tem desenvolvido trabalho nas áreas de educação, classes sociais e questões de género, nomeadamente ao nível das suas repercussões nas desigualdades sociais.

### **Resumo**<sup>1</sup>

O presente ensaio visa analisar os movimentos sociais ligados à arte urbana, procurando identificar os traços identitários dos artistas de rua, as estruturas em que se inserem e as configurações e hierarquias inseridas nesse contexto. A expansão das abordagens e dos espaços de inserção dos *graffiti* é também um tema central de análise, a partir de uma reconstrução histórica das configurações desta forma de arte, desde o vandalismo até ao seu reconhecimento como arte neoexpressionista, personalizando o debate na comunidade em torno da definição de *writer*, variável entre o artista legal e o ilegal.

**Palavras-chave:** *graffito*, *graffiti*, arte, movimentos sociais e globalização.

### **Abstract**

This essay aims to analyze the social movements associated to urban art, searching for the identity features of the street artists, the structures in which they operate and the settings and hierarchies embedded in this context. The expansion of approaches and areas of insertion of the *graffiti* is also a central theme of analysis, from a historical reconstruction of the settings of this art form, from vandalism to its recognition as art neo-expressionist, personalizing the debate in the community over the definition of writer, a variable notion between legal and illegal.

**Keywords:** *graffito*, *graffiti*, art, social movements, globalization.

---

<sup>1</sup> O ensaio tem como base o trabalho final elaborado para a Unidade Curricular, Sociologia da Cultura, tendo sido posteriormente revisto e aprofundado. Foi escrito segundo as normas do Acordo Ortográfico de 1990.

## I – Introdução e pontos de partida

O objetivo deste ensaio é analisar e caracterizar os movimentos associados à arte urbana, nomeadamente aos *graffiti*. Esta abordagem visa compreender as dinâmicas de construção da identidade de um artista, a caracterização do objeto em análise e as estruturas e relações hierárquicas e de poder que o definem. Os contributos teóricos presentes neste ensaio são os conceitos de *globalização*, e o conceito de *identidade*.

Para a realização do presente ensaio foram entrevistados cinco artistas de diferentes esferas do universo da *street art* que complementam a produção teórica e relatam alguns dos processos menos conhecidos da sua atividade.

Com o intuito de diversificar ao máximo o espectro desta modalidade, os artistas inquiridos apresentam métodos, níveis de reconhecimento e graus de atividade diferentes, de modo a permitir escrutinar a temática de forma mais ampla e abrangente.

A metodologia utilizada teve como base entrevistas abertas, de forma a permitir aos artistas abordarem a temática pelo ramo com que mais se identificam. As entrevistas foram efetuadas com o auxílio de um informante privilegiado que, como consequência da sua inserção no meio, permitiu obter contactos de elementos heterogéneos da modalidade.

Os *graffiti* correspondem à representação visual do *hip-hop*, são a sua caracterização e expressão artística nos locais públicos, sendo a sua autoria representada através de um pseudónimo (*tag*), correspondente a um artista. Tal como outras manifestações artísticas do *hip-hop*, os *graffiti* devem ser integrados no contexto cultural e expressionista dos Estados Unidos, nomeadamente da cidade de Nova Iorque dos anos 1970, no apogeu das características estéticas e das imagens de marca, sendo os seus primeiros trabalhos neste registo adornados de simbologia e influências da época (Austin, 2001).

Por ter como objetivo uma manifestação pública visual, os *graffiti* estão presentes em locais onde se impõem à totalidade da população urbana e não apenas aos apreciadores, sendo este um dos principais fatores de diferenciação dos demais modelos de arte e também uma evidente aproximação ao modelo pós-moderno de

publicidade.<sup>2</sup> Esta problemática tornou-se um dos principais alicerces de debate dentro da comunidade, nomeadamente ao nível de normas e processos e da diferenciação do *graffito*<sup>3</sup> legal do ilegal, como via para o reconhecimento artístico.

Esta é a problemática de debate central ao longo do presente ensaio, consequência de um paradoxo criado pela própria formação modular desta temática: o reconhecimento alargado, trabalhos pagos e visibilidade apenas disponível para os artistas consagrados; porém, essa visibilidade significa vender a sua arte, o que implica uma reconversão do que é o *graffito*, ou seja, a integração do artista no sistema instituído “representa uma alteração na natureza da própria prática, ainda que aparentemente seja realizada a mesma atividade” (Simões, 2010).

## II – *Hip-hop* e *graffiti*, a cultura global

A origem do movimento *hip-hop*, na década de 1970, advém da construção e reprodução de um modelo social considerado desviante pela sociedade moderna. Associado a comportamentos transgressivos e de vandalismo, nomeadamente nos bairros mais pobres de Nova Iorque, o *rap*, o



Ilustração 1: Exemplo de *bombing* na cidade de Lisboa

*break dance* e o *graffito* assumiam-se como propostas contra-hegemónicas do modelo cultural vigente, sendo a construção identitária dos seus membros um dos pontos centrais de debate.

O processo de globalização, alargado às dimensões da cultura moderna, foi o principal impulsionador do *hip-hop*, transformando-o num fenómeno global, como consequência da extensão planetária da difusão informativa dos meios de comunicação social. Não obstante, o papel da globalização na reconstrução dos modelos de consumo e práticas culturais dos agentes sociais conferiu também ao

---

<sup>2</sup> Segundo a definição de Jameson (1984), o pós-modernismo é caracterizado pela crescente estetização das paisagens urbanas, destacando-se a imagem como meio central para a cultura. Baudrillard (1981) refere ainda que a imagem se assume como a principal forma de comunicação no pós-modernismo, incitando o consumo, não por consequência da necessidade mas sim do significado.

<sup>3</sup> Usualmente em Portugal a expressão *graffiti* é usada tanto para o singular como para o plural, porém a expressão adequada para o singular é *graffito*.

*graffito* a capacidade de se tornar a arte imposta, destinando-se tanto às massas como aos públicos restritos, dependendo da vertente da modalidade utilizada.

Consequentemente, o *graffito* difundiu-se através dos meios de comunicação transnacionais, nomeadamente da Internet, hoje reconhecidamente responsável pela transmissão e absorção de estilos e técnicas de artistas de pontos do globo distintos. Acerca deste modelo, Zukin (1995) elucida-nos, referindo que a “imagem se destaca como meio central da comunicação pós-moderna”.

Este modelo refletiu-se na construção das identidades e na definição de um estilo de vida associado ao movimento *hip-hop* que, em linha com as restantes construções identitárias das sociedades modernas e pós-modernas, se caracteriza pela flexibilidade e individualização dos seus agentes, como consequência de uma crescente valorização da componente estética, sendo esta referência em particular a componente central na definição das *crews* dos *graffiti*, desde a indumentária, passando pela música, influências artísticas até à escolha da vertente de *graffiti* praticada. Indissociável da construção de uma identidade estética ao nível da caracterização de um grupo, a reflexividade assume-se como componente central no quotidiano dos agentes, tanto na sua definição como agente individual como enquanto agente coletivo.<sup>4</sup>

A globalização alberga ainda uma redefinição das sociedades de consumo, maioritariamente alargadas e informadas, sendo o consumo artístico congruente com este modelo, o que potenciou o desenvolvimento e a redefinição dos *graffiti* enquanto atividade e veículo publicitário. Os *graffiti* demarcaram-se parcialmente da vertente *underground* e assumiram-se como uma forma de arte transversal e classificativa, o que os aproximou do universo artístico institucional, incorporando simbolismos, técnicas e modelos de outros agentes culturais de correntes diferentes, tal como explica a Diana: “*Não seria a primeira reprodução de um quadro famoso que eu faria num muro ou numa tela, o graffiti deixou de existir só para nós, é algo que deve ser aberto e apreciado, passível de compreensão e interpretação. (...) Posso-te dizer que adaptei várias características de outros artistas, pintores, escultores ao meu trabalho, se existem e são reconhecidas, então porque não?*”

---

<sup>4</sup> Anthony Giddens destaca a importância do “*self*”, do eu reflexivo para uma maior autonomia mas também uma maior responsabilização dos agentes sociais. As sociedades contemporâneas organizam-se tendo como base o conhecimento e a técnica, o que permite aumentar os graus de liberdade do indivíduo. Com base no conceito de reflexividade, o autor refere que as práticas sociais são permanentemente analisadas e redefinidas tendo como base as próprias práticas, modificando e personalizando o seu carácter mediante momentos e contextos específicos.

Exemplo claro da uniformização desta forma de expressão é o *bite*, assumido por artistas respeitados globalmente, a adaptação de estilos de outros artistas, muitas vezes de locais geográficos diferentes, sendo referido por alguns que o Museu de Arte Aberta de São Paulo é um local de inspiração.

Resumidamente, o *graffito*, como qualquer forma de arte, abriu-se ao mundo, revelando os seus pormenores e características, afastando o conceito de arte de galerias e exposições, aproximando-a do público e do seu quotidiano. É hoje um reconhecido elemento das sociedades contemporâneas, dos seus espaços e da construção visual das mesmas.

### III – A arte e a cidade<sup>5</sup>

O *graffito* é considerado o elemento visual do *hip-hop*, caracteriza-se por ser uma “forma de expressão icónico-pictórica que se inscreve nos espaços públicos urbanos” (Sánchez e Tauste, 2002), apropriados de forma individual, por *writers*, ou coletiva, por *crews*.



Ilustração 2: Aplicação de stencil a graffiti

A construção da identidade do *graffito* situa-se entre a legalidade e a ilegalidade, embora não deva ser confundido nem associado a vandalismo, “uma vez que se rege por códigos e regras específicos na sua execução” (Campos, 2007; 2009). Diana sintetiza esta problemática aproximando os *graffiti* do campo artístico: “*Quando pintamos, queremos exprimir uma mensagem, identificada e clara, embora de formas distintas, para o público e para os writers, (...) isto não significa que só os fames é que têm credibilidade, por vezes é mais difícil fazer um whole-train do que pintar um mural, e isso merece, entre nós, respeito.*” Ana, por sua vez, refere que “*não é possível pintar um hall of fame sem ter credibilidade, e isso ganha-se nos spots mais difíceis que, como em tudo o resto, vão elevando a fasquia de forma constante, por*

<sup>5</sup> *Graffiti* do artista inglês *Banksy*. Esta peça foi elaborada em 2007, juntamente com outras seis, num mural do West Bank em Belém, Israel. Segundo o autor, a localização das peças foi escolhida por ser o suposto local de nascimento de Jesus e também um dos locais centrais das alegações dos direitos humanos.

*isso é que há 15 anos só se pintava em spots suburbanos e muitas vezes abandonados e hoje se pintam paredes de esquadras, o graffiti adaptou-se”.*

O diferente posicionamento dos *writers* potenciou um eixo de análise distinto, polarizado entre formalidade e informalidade, nomeadamente na escolha dos locais (Simões, 2010). Este modelo pressupõe que a mesma atividade pode ser realizada em contextos distintos, o que lhe confere uma diferenciação nos significados e circunstâncias que envolvem a sua execução. Este é um dos principais eixos de diferenciação dos membros desta atividade, tal como explica Pedro, “o graffiti não segue um modelo estático, é uma forma de expressão que cada *writer* ou *crew* interpreta à sua maneira, daí existirem *crews* com nomes como *Graffiti Vandal Squad* ou *Damage Won’t Stop*, o que demonstra claramente qual é a mensagem que se quer transmitir, e *crews* como *5 Stars*, que apenas pinta murais em zonas legais, com trabalhos pagos, como é o caso do mural no IC19, ao pé do Cacém, ou os murais das portas de Benfica”.

Consequentemente, podemos assumir que as circunstâncias que envolvem a construção de identidades neste contexto são variáveis, nomeadamente através dos *spots* ou *crews* em que os *writers* se inserem e que definem as construções ideológico-discursivas que as permitem justificar (Lachmann, 1988). Os *graffiti* não seguem um modelo fechado, o que permite a existência de modelos diferenciados de atores que se posicionam de modos diversos perante a abordagem discursiva da atividade. Para uns, os *graffiti* são uma forma de arte, adequada a locais definidos para a sua realização e que lhes permite expressar todos os seus *skills* de forma legal; para outros, os *graffiti* devem manter-se fiéis à sua construção, assumindo uma postura *underground*, na qual o reconhecimento provém de dentro da comunidade, tal como acontecia no modelo original, ou *old-school*. Este conflito dentro da comunidade é uma das principais consequências para o posicionamento do *graffito* como o eixo mais marginalizado do *hip-hop*, precisamente por ser praticado no limiar da transgressão.

#### **IV – De “toys” a “kings”, a hierarquização identitária da arte urbana**

Existem diversos tipos de *graffiti*, variáveis pela sua complexidade técnica e estética e também pelo grau de elaboração. São precisamente essas variáveis que constituem a hierarquização da atividade, assente no reconhecimento como critério

do trabalho de uma *crew* ou de um *writer*, que lhe confere uma posição no meio. Não obstante este modelo, não são a complexidade e a técnica os únicos elementos de definição da estrutura, “é necessário ter em conta a natureza do contexto em que o *graffiti* é elaborado, bem como as condições que envolvem a sua execução” (Simões, 2010). A hierarquização desta comunidade varia mediante a qualidade dos trabalhos desenvolvidos bem como da exposição e riscos corridos na execução dos mesmos. Através dessa classificação, os artistas adquirem um estatuto entre *toys* e *kings*. Posicionados em extremos opostos, *toy* é o *writer* iniciado, com pouca qualidade técnica ou poucos trabalhos desenvolvidos, não tendo obtido reconhecimento dentro da comunidade. Por outro lado, o estatuto de *king* é conferido aos artistas de topo, com maior capacidade técnica e com maior reconhecimento pelo seu trabalho, tanto no interior como no exterior da comunidade.

Tal como descrito no capítulo anterior, volta a ser fundamental para esta análise os eixos posicionais que foram estabelecidos, isto porque o resultado final de um *graffito* é indissociável das condições em que é realizado. Isto não só é importante para definir as diferentes condições para a realização de uma prática como se revela fundamental também para definir esferas em que os *writers* se encontram situados.

A manifestação mais comum da expressão de um *writer* é o *tag*, ou seja, a assinatura do artista. Esta é utilizada para dar nome, através de *throw-ups*, assinaturas rápidas feitas com marcadores ou com *spray*. Os *tags*

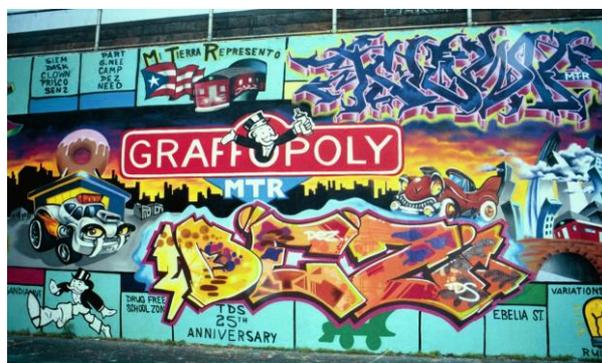


Ilustração 3: Hall of Fame do ano 2000, em Miami

servem ainda para marcar *spots* para futuras *pieces*. Tal como o Miguel indica, “o *tag* é a revelação da identidade do *writer* perante a comunidade, é a afirmação do seu *ego* e do seu impacto no meio. Quanto mais pintas, mais qualidade o teu trabalho tem e mais visto é. Por exemplo, se tiveres 20 *graffs* teus na tua zona, os outros *writers* vão-te reconhecer, vais desenvolver o teu próprio estilo, e é isso que vai fazer de ti um melhor *graffer*, (...) é a fama, quanto mais pintas mais falam de ti, mais te conhecem, vais no comboio e ouves alguém dizer, aquele *graffiti* está mesmo forte e, embora anonimamente, tu sabes que estão

*a reconhecer o teu trabalho*”. Para alargar a visibilidade do artista, surge o conceito de movimento que pode ser personalizado de duas formas distintas, em locais onde circulem transportes e pessoas<sup>6</sup> ou em objetos móveis como transportes públicos.

Recuperando a dualidade legal/ilegal, os planos mais avançados são, respetivamente, o *hall of fame* e o *bombing*.

O *bombing* é o modelo mais complexo dos *graffiti* ilegais, associado maioritariamente a *graffiti* de dimensão média, compostos por quatro a cinco cores e com um nível de pormenor intermédio.<sup>7</sup> O modelo mais reconhecido desta vertente é o *end to end*, normalmente realizado por vários elementos de uma ou de várias *crews*. Segundo a Ana, “*esta vertente de graffiti destina-se a nós, as pessoas não a entendem e por isso associam-na a vandalismo. Este é o modelo de que mais gosto, não pelo vandalismo mas porque, para mim e para a minha crew, o graffiti underground é o mais genuíno*”.

O *hall of fame* encontra-se precisamente no extremo oposto; embora os primeiros trabalhos neste registo tenham sido feitos de forma ilegal (Austin, 2001), esta vertente assumiu-se como legal e publicamente reconhecida. Os *hall of fame* são caracterizados pela sua extensão, pormenor e complexidade. Pedro, experiente neste registo, refere que: “*Um hall of fame pode demorar um dia inteiro a pintar, mas é feito com calma, com atenção aos pormenores e de modo a que seja uma referência na zona onde é feito. (...) Um fame pode chegar a ter 30 metros e ser pintado com escadotes de quatro metros, usando perto de 40 latas e muitas vezes mais de 25 cores diferentes, com efeitos, degrades, in lines e outlines muito personalizados e characters, é o expoente máximo do graffiti, é o que todos querem pintar!*”

Outro dos fatores de diferenciação entre o *bombing* e o *hall of fame* é que este tem uma mensagem assumida, uma temática compreendida pelo público que, ao reconhecer essa mesma mensagem, o aceita numa vertente diferente da dos *graffiti underground* e, como consequência desse reconhecimento, o *hall of fame* é o maior responsável pelo alargamento do *graffito* ao público em geral, sendo os seus praticantes os que se destacam na estrutura do *graffito*, assumindo consequentemente os lugares de topo na hierarquia, com a vantagem de poderem escolher os melhores

---

<sup>6</sup> Linhas de comboio, terminais de autocarros ou locais de grande fluxo de pessoas.

<sup>7</sup> O nível de pormenor varia consoante o local e o risco envolvido, neste tipo de *graffiti*, quanto mais arriscado for o local e quanto mais pormenorizado for o trabalho, maior reconhecimento tem.

*spots* para as suas *pieces* e terem legitimidade para fazerem *crosses* aos trabalhos dos artistas menos reconhecidos.

Usualmente, as *crews*, contrariamente ao que era o modelo, organizam-se por esferas, sendo pouco comum uma *crew* ter *taggers* e artistas de *hall of fame*. Não obstante este facto, a disputa entre artistas de *bombing* e de *hall of fame* é grande, nomeadamente entre os mais respeitados dentro de cada esfera, tal como refere o Carlos, “o hall of fame não tem a componente underground, por isso mesmo não é graffiti, é outra coisa qualquer”.

## V – A arte poético-política

O *graffito* é também caracterizado, desde a sua origem nos tempos modernos, por ser sinónimo de expressões políticas ou ideológicas, nomeadamente através do *stencil*. Este modelo teve origem em Paris, com a origem do movimento



Ilustração 4: *Hall of fame* no Bairro do Chinês em Rio de Mouro, Sintra

contracultural de Maio de 1968, invocando mensagens político-ideológicas expressadas em locais públicos. Embora a relação entre este modelo de *graffiti* e os demais seja pequena, os artistas de *graffiti* legais expressam, em alguns *hall of fame*, temáticas como a religião, a pobreza, a exclusão social ou o racismo. Carlos, autor de um *hall of fame* em Rio de Mouro com a temática da religião, refere que “o artista de rua tem obrigação de transmitir mensagens fortes, e no caso do fame de RDM, a direção era o Vaticano, a ostentação das suas figuras através cálices com moedas de ouro e indumentárias banhadas a ouro que contrastava com o outro extremo do fame que representava a pobreza em África. (...) Existia ainda uma referência ao vírus da sida, com o grafismo do Papa a segurar uma embalagem de preservativos”.

Este tipo de mensagem tem como finalidade demonstrar publicamente uma posição ou alertar para um determinado fenómeno. Por outro lado, existem várias

escolas e instituições<sup>8</sup> que convidam artistas para pintar *graffiti* com imagens de personalidades reconhecidas pelo seu valor ou obra.<sup>9</sup>

A este modelo podemos ainda juntar, como forma de *street art*, os *stickers* de fabrico caseiro, espalhados com mensagens por locais muito frequentados e sempre de forma visível, com a finalidade de ressaltar um evento ou uma ideologia.

Em suma, o *graffito* assume-se como um modelo de arte de intervenção (Ferrell, 1995), incorporando mensagens e ideologias através das imagens e da sua construção, exemplos disso são os *graffiti* no Muro de Berlim, com uma evidente mensagem política, ou ainda os murais presentes na extremidade do Estádio Universitário de Lisboa, com *graffiti* relativos aos Jogos Olímpicos e aos valores presentes na sua origem, com frases incorporadas como “*Hope for Greece, hope for us*”, associadas a imagens de deuses e ao símbolo do euro. Desde 2008, os murais com mensagens e reproduções de imagens históricas têm-se expandido em Portugal, bem como nos demais países da Europa,<sup>10</sup> usualmente elaborados por artistas com grande reputação no universo dos *graffiti*. O *stencil* é ainda um dos principais modelos de divulgação de mensagens políticas das juventudes partidárias e de ativistas em Portugal, com a utilização dos mesmos métodos e técnicas dos *graffiti underground*.<sup>11</sup>

## VI – Do vandalismo ao neoexpressionismo

<sup>12</sup>Segundo a conceção de *graffiti*, a sua origem remonta à antiguidade, sendo as primeiras pinturas ou



Ilustração 5: Aplicação de uma pintura mundialmente famosa a *graffiti*

<sup>8</sup> Escola Secundária de Leal da Câmara, Escola Secundária Gama Barros, Escola Secundária da Portela de Sintra, entre outras. O Centro de Convívio do Bairro 6 de Maio na Reboleira (Amadora) convidou artistas de *graffiti* para pintarem os muros da sua sede de acordo com as temáticas do racismo e da exclusão social.

<sup>9</sup> Ver ilustração 7.

<sup>10</sup> Ver ilustração 2.

<sup>11</sup> Para além de latas de difusão de tinta são ainda utilizados frequentemente tintas de exterior, pincéis, rolos e trinchas para a elaboração destes murais.

<sup>12</sup> *Graffito* do artista e comerciante de arte americano (de origem iraniana) Tony Shafrazi. O artista adaptou a obra original de Pablo Picasso (*Guernica*, 1937) a *graffito* em 1974, tendo a mesma sido exibida no Museu de Arte Moderna (MoMA) em Manhattan, Nova Iorque.

gravuras conhecidas anteriores a 20.000 a.C., executadas em cavernas e locais de culto, com inscrições de animais e simbologias, embora os trabalhos mais antigos, executados de acordo com as práticas correntes, sejam referentes à Grécia Antiga, realizados com recurso a objetos afiados e algumas formas elementares de cor.<sup>13</sup>

Os primeiros trabalhos elaborados ilegalmente em locais públicos remontam aos anos 1920, na cidade de Paris. Estas peças eram usualmente pouco elaboradas e continham uma forte mensagem

sociopolítica e ideológica, com recurso a imagens ou figuras históricas, citações de autores ou simbologia. Diana refere que *“estes murais eram feitos com tintas, pincel e com muito recurso a stencil, pouco elaborados mas muito diretos. (...) Embora exista um distanciamento muito grande entre este modelo e o graffiti que apareceu em Nova Iorque durante a 2.ª Guerra Mundial, existe um respeito por estes trabalhos que, embora muitos de nós não considerem graffiti, reconhecem como sendo a origem da nossa arte e da street art”*.

No final dos anos 1970, o *graffito* surgiu pela primeira vez numa galeria de arte, através do comerciante de arte Claudio Bruni. Este foi o primeiro momento em que a maioria das pessoas que não habitavam em Nova Iorque teve contacto com estas peças, e foi também o momento que definiu a carreira artística de Jean-Michel



Ilustração 6: Museu Aberto de Arte Urbana de São Paulo

Basquiat, o *writer* que, no final da década de 1970, demonstrou à imprensa nova-iorquina que os *graffiti* eram mais do que vandalismo, através dos seus trabalhos (maioritariamente mensagens poéticas e referências filosóficas) nos espaços abandonados de Manhattan. Basquiat viria a ser rotulado de neoexpressionista e intitulado um dos mais significativos artistas do século XX, sendo responsável pela abertura do *graffito* ao mundo da arte. O artista refere que, na origem da sua atividade, também ele pintou de forma ilegal, seguindo uma das vertentes centrais dos *graffiti*.

Atualmente, existe um lote de galerias que publicam regularmente obras de *graffiters*, sendo a mais reconhecida o Museu Aberto de Arte Urbana de São Paulo,

<sup>13</sup> A expressão *graffiti*, em latim (*graphein*), significa escrever.

um espaço público de 55 painéis trabalhados pelos artistas mais conceituados do mundo.

Citando Carlos, “o graffiti tornou-se a forma de expressão artística da pop art, está presente em galerias, eventos de marcas de renome<sup>14</sup> e também no cotidiano das pessoas, pode ser visto no bairro mais degradado de Lisboa como no Tate Modern em Londres.” Os graffiti estão também presentes em vários videogames, existindo inclusivamente um, *Bombing the World*, dedicado exclusivamente a esta temática.

## VII – Conclusão

O *graffito* constitui-se como uma arte multivariada, podendo assumir diversas formas e ser executado com recursos distintos. Esta é a característica que define o posicionamento dos seus agentes dentro do respetivo universo cultural.



Ilustração 7: Retrato de Saramago e Pilar no Campo das Cebolas, em Lisboa

Caracterizado, na sua origem moderna, como um ato de vandalismo, os seus praticantes procuraram afastar-se dessa construção identitária, desenvolvendo técnicas e processos cada vez mais elaborados e complexos na execução das suas peças, através de duas vertentes diferenciadas e representativas dos *graffiti*, o *bombing* ilegal, e o *hall of fame* legal.

Contrariamente aos demais eixos do *hip-hop*, o *graffito* afastou-se da construção identitária daquele grupo, nomeadamente por não depender dos outros polos do mesmo para existir, encontrando-se até mais próximo da música *punk* e *hardcore*, bem como de praticantes de *surf* e *skate* do que de adeptos do *rap* e do *break dance*. Porém, o *graffito*, em termos organizacionais, mantém uma linha comum com os demais eixos do *hip-hop*, particularmente nas suas manifestações expressivas, como consequência de ser uma cultura de rua. Os seus praticantes e associados travam uma batalha ideológica na transição deste modelo para os circuitos

<sup>14</sup> IBM, McDonald's, Electronic Arts entre outras, são marcas que contrataram *graffiters* para pintarem murais em sedes e eventos.

de arte institucionalizados, alterando as configurações hierárquicas dos grupos de pertença e influenciando a legitimidade e o respeito artístico dentro da comunidade.

Miguel refere: *“Embora me tenha virado para o graffiti legal, quer pela sua complexidade quer pela possibilidade que tenho de me expor e mostrar o meu trabalho, não deixei o bombing porque isso ia retirar-me credibilidade e o respeito dos outros, a solução é ser híbrido, pintar fames e ser um verdadeiro artista de rua.”*

Esta dualidade, associada à globalização cultural, potenciou a apropriação dos *graffiti* pelos espaços institucionais de crítica e exposição artística, possibilitando um reconhecimento, tanto interno como externo. A expressão artística deste modelo permitiu aos seus praticantes, como em qualquer outro, serem reconhecidos como artistas, por via da sua qualidade técnica e capacidade expressiva, quer em galerias ou exposições, por críticos e conhecedores de arte, quer nas ruas, nos comboios ou nos *(hot) spots*, pelos demais elementos deste universo, obtendo respeito e admiração, seja ela institucional ou marginal.

## VIII – Bibliografia

- Austin, Joe (2001), *Taking the Train: How Graffiti Became an Urban Crisis in New York City*, Nova Iorque, Columbia University Press.
- Baudrillard, Jean (1981), *A Sociedade de Consumo*, Lisboa, Edições 70.
- Campos, Ricardo (2007), *Pintando a Cidade: Uma Abordagem Antropológica ao Graffiti Urbano*, dissertação de doutoramento, Lisboa, Universidade Aberta.
- Campos, Ricardo (2009), “Entre as luzes e as sombras da cidade: visibilidade e invisibilidade no graffiti”, *Etnográfica*, 13 (1), pp. 145-170.
- Ferrel, Jeff (1995), *Cultural Criminology*, Boston, MA: Northeastern University Press.
- Giddens, Anthony (2002), *How Globalization Is Reshaping our Lives*, Londres, Profile Books.
- Jameson, Fredric (1984), “Postmodernism or the cultural logic of late capitalism”, *New Left Review*, 146, pp. 53-72.
- Lachmann, Richard (1988), “Graffiti as career and ideology”, *American Journal of Sociology*, 4 (2), pp. 229-250.
- Manco, Tristan (2005), *Lost Art & Caleb Neelon, Graffiti Brazil*, Londres, Thames and Hudson, p. 7.
- Melo, Alexandre (2002), *Globalização Cultural*, Lisboa, Quimera Editores.
- Sánchez, Paco, e Ana María Tauste (2002), “Graffiti, pintadas y hip-hop en España”, em Félix Rodriguez (org.), *Comunicación y Cultura Juvenil*, Barcelona, Ariel, pp. 169-217.
- Simões, José Alberto (2010), *Entre a Rua e a Internet: Um Estudo sobre o Hip-Hop Português*, Lisboa, ICS, pp. 178-193.
- Zukin, Sharon (1995), *The Cultures of Cities*, Oxford, Blackwell.

## IX – Filmografia

- Bomb It* (2007), documentário sobre graffiti e street art filmado nos cinco continentes, retratando a evolução dos graffiti e as suas esferas de ação.

## Anexos

### 1 – Glossário

**Bombing:** *graffiti* pintados rapidamente, pouco elaborados e usualmente apenas a preto e *silver*, efetuados em locais de grande visibilidade. São associados aos *graffiti underground*.

**Backjump:** comboio pintado em circulação, durante uma paragem de percurso (estação, apeadeiro ou terminal).

**Bite:** cópia ou influência direta de outro *writer*, normalmente mais respeitado. Este modelo é muitas vezes refletido nos *graffiti* do autor, nomeadamente nos agradecimentos.

**Black book:** caderno para desenhos e projetos de *graffiti*.

**Caps:** difusores de latas, para a pulverização. Existem vários tipos, conforme a dimensão do traço. Existem ainda os difusores maiores para enchimento (*super skin*, *skinny*, *fat*, *NY Fat Cap*).

**Crew:** grupo de *writers* que pintam juntos e que se encontram associados a um grupo. Para além do seu *tag* pessoal, a *crew* tem uma sigla própria, normalmente entre duas e quatro letras. É comum as *crews* serem mais ativas num determinado local geográfico, disputando a soberania dos *spots* do mesmo.

**Cross:** pintar um *graffito* por cima de outro, de um *writer* diferente.

**End to end:** comboio pintado de uma extremidade à outra, com exceção da parte superior.

**Fill-in:** preenchimento do interior das letras de um *graffito*.

**Hall of Fame:** destinado a *kings*, é um local para a realização de *graffiti* muito elaborados, associado aos *graffiti* legais. Usualmente destina-se a mais do que um *writer* ou a um projeto de larga escala.

**Highline:** contorno de todo o *graffito*, posterior ao *outline*.

**Hollow:** *graffito* ou *bombing* sem preenchimento.

**Hot (spot):** local arriscado e de difícil acesso. É reconhecido na comunidade pelo risco envolvido.

**Inline:** contorno das letras, realizado na sua parte interior.

**King:** *writer* que é respeitado e admirado dentro da comunidade dos *graffiti*. Este estatuto é procurado por todos os praticantes e encontra-se associado à qualidade dos trabalhos, ao comportamento e aos anos de prática. São normalmente os artistas com maior reconhecimento fora da comunidade.

**Outline:** contorno das letras, cuja cor é aplicada igualmente ao volume das mesmas, conferindo uma noção de tridimensionalidade.

**Props:** dedicatórias ou tributos presentes nos *graffiti*.

**Roof-top:** *graffiti* aplicados em telhados, *outdoors* ou outras superfícies elevadas. Um estilo associado ao risco e ao difícil acesso, mas que é uma das vertentes mais respeitáveis entre os *writers*.

**Spot:** denominação dada ao lugar onde é feito um *graffito*.

**Tag:** pseudónimo do *writer*.

**Taggar:** espalhar o *tag*, normalmente de modo a marcar um *spot* para efetuar um *graffito* nesse local.

**Throw-up:** estilo situado entre o *tag* e o *bombing*. Letras rápidas normalmente sem preenchimento de cor (apenas contorno).

**Toy:** o oposto de *King*. *Writer* inexperiente ou que não consegue atingir um nível de qualidade e respeito dentro da comunidade.

**Train:** denominação de um comboio pintado.

**Whole train:** carruagem ou carruagens inteiramente pintadas, de uma ponta à outra e de cima a baixo.

**Wild style:** estilo de letras quase ilegível. Um dos primeiros estilos a ser utilizado no surgimento dos *graffiti* e que é utilizado maioritariamente em *graffiti* de elevada complexidade.

**Writer:** pessoa que pinta *graffiti*. Pode ser também conhecido como *graffer*.

## 2 – Caracterização dos entrevistados<sup>15</sup>

Parâmetros/ Entrevistado	Formação	Profissão	Presença na comunidade de <i>graffiti</i>	<i>Graffito</i> legal ou ilegal	Local de maior atividade	Idade
Pedro	12.º ano	Comercial	20 anos	Legal	<i>Hall of Fame</i> e espaços cedidos pelo município	36
Diana	Licenciada em Design Gráfico	Desenhadora projetista	11 anos	Legal	<i>Hall of Fame</i> e telas para comercialização	27
Miguel	Engenharia Mecânica	Estudante	6 anos	Legal/Ilegal	Linha de Sintra	21
Carlos	12.º ano	Comercial	7 anos	Ilegal	Comboios	28
Ana	11.º ano	Estudante	4 anos	Ilegal	Linha de Sintra	16

<sup>15</sup> Os nomes presentes no ensaio são fictícios, não correspondendo nem ao nome nem ao *tag* dos entrevistados.