
ESCUTANDO A ADOLESCÊNCIA NAS GRANDES CIDADES ATRAVÉS DO GRAFITE*

*Rodrigo Lages e Silva***

Resumo

Este trabalho faz uma apreciação do fenômeno do grafite nas grandes cidades, contextualizando o protagonismo adolescente na atividade da grafitação como uma forma de resistência aos processos de exclusão que são postos em prática no capitalismo.

O desenvolvimento aborda os efeitos físicos e subjetivos da sociedade de consumo no contexto da cidade, assim como seu atravessamento nos processos de identificação implicados na adolescência e que culminam na produção do grafite como fenômeno de linguagem peculiar à cidade moderna.

No seu decurso, descobrimos o grafite como uma ação de cidadania na qual os adolescentes, na contramão do estilo de vida que vem sendo produzido pela modernidade, conseguem engajar-se.

A clínica psicológica vem passando desde a segunda metade do século XX por um intenso processo de transformação, impulsionado, principalmente, pela gradual autonomia de sua ferramenta primordial, a escuta clínica, em relação ao seu meio de atuação: o consultório particular.

Como qualquer processo de incorporação de uma nova tecnologia, ou de uma nova *media*, é a partir da experiência que vão se reformulando, reconstruindo ou mesmo

* Este artigo é uma síntese da monografia de conclusão do curso de psicologia (Unisinos, 2003) intitulada: *Grafite e adolescência na grande cidade*.

** Psicólogo graduado pela Unisinos.

sincretizando (no sentido de trans-criação) os lugares teóricos que dão suporte à prática. A clínica psicológica passou por isso em cada novo meio onde foi se espalhando e não apenas se impondo, mas também mimetizando-se com cada elemento novo. Foi assim na constituição do espaço da psicologia nas escolas, foi também assim em sua passagem pela instituição manicomial, da mesma forma vem ocorrendo nos presídios, nos ambulatórios e nos hospitais e, em cada um destes lugares, a escuta clínica mostrou-se possível, a despeito de todas as adversidades institucionais.

No presente artigo, trata-se de experimentá-la em um outro contexto, o do espaço urbano, principalmente aquele constituído pela rua. Também aí acreditamos que o nosso referencial teórico se reformula e, neste caso, o vetor desta transformação é a sua aproximação com outras disciplinas, tais como: semiótica, antropologia urbana, ciências da comunicação, história, urbanismo etc.

O primeiro choque é conjugar nossa premissa fundamental, ou seja, a escuta, para além do audível, a construção de sentidos que estejam apenas parcialmente sinalizados em cada discurso, com a centralização da experiência urbana em apenas um órgão: a visão.

Trata-se de tentar encontrar um lugar para a escuta clínica dentro da nossa cultura do “ver para crer”, que, na maioria das vezes, desloca-se para um “ver e ser visto”. Uma operação onde fracassa a experiência do terceiro, da mediação, da importância social deste algo em que se possa crer, uma vez que é nas crenças que compartilhamos com o outro da experiência cultural. Neste caso, o que resta é a dualidade especular do ver e ser visto, uma redução da nossa capacidade de experimentar o novo, a diferença, já que o que se vê neste jogo é apenas uma imagem insuficiente de si mesmo.

A cidade é, então, o palco onde, na adolescência, quando este jogo de identificações torna-se fundamental, os jovens poderão constituir algo da ordem do saber, isto é, poderão crer, acreditar em algo. Nisso nos deparamos com o fenômeno do grafite, e é este o fio que vai nos conduzir a uma ampliação da escuta clínica dos adolescentes, a partir dos sentidos entreditos nesta produção visual marginal que é o grafite. O nosso meio ou *meadia* agora é a urbe e sua complicada rede de significações.

Cidade como mensagem

Há um conceito na teoria da comunicação que é o da metalinguagem. Quando um sistema de signos adquire um grau elevado de repertório, o próprio código torna-se capaz de decifrar a si mesmo. Walter Benjamin (1985) foi um dos primeiros pensadores a tentar decifrar a cidade em que vivia. Neste caso, Paris e suas modernas passagens subterrâneas. Ainda sobre Paris, Baudelaire (1976) compôs um belíssimo poema, o *Spleen de Paris*, no qual a cidade torna-se sua musa.

No Brasil, o grande poeta (fundador do concretismo juntamente com os irmãos Augusto e Haroldo de Campos) e semiólogo Décio Pignatari escreveu um brilhante artigo intitulado *Semioticidade*, no qual propõe: “A cidade é uma mensagem que nem todos entendem, mas que todos são obrigados a ler.” (Pignatari, 1995, p. 205)

Admitindo que a cidade é uma mensagem, ainda nos resta a pergunta: Quem escreve e quem lê a cidade? Para buscar esta resposta, podemos aproveitar um conceito de Jean Baudrillard (1976), que propõe a arquitetura e o urbanismo como sendo mídia de massa. Sob o prisma da afirmação de Pignatari, de que a cidade é um signo-objeto, podemos concluir que a cidade é a mensagem e o seu meio (ou mídia) fundidos. Ou seja, a cidade faz uma síntese na dicotomia entre forma e conteúdo, como nos diz Lefebvre *apud* Ruiz: “o urbano como cenário de uma curiosa independência entre a lógica da forma e a dilética dos conteúdos.” (Ruiz, 1999, p.18).

Retomando a pergunta inicial, deparamo-nos com o fato de que a cidade é construída segundo os interesses da parcela da população, que é capaz de fazer valer seus desejos, em especial quando se trata da parcela economicamente mais privilegiada.

Pignatari vai adiante em seu artigo, no sentido de tentar responder a pergunta que ele mesmo se coloca. Propõe duas maneiras de se relacionar com o espaço urbano. A primeira delas, algo que ele chama de *usuariiedade*, é justamente produto da alienação que o capitalismo impõe (nos aprofundaremos sobre isso mais adiante) entre o objeto de desejo e o meio para acessá-lo.

A este respeito, gostaríamos de propor uma metáfora. Esta alienação faz com que a cidade pareça um desenho de M. C. Escher.¹ À primeira vista, é possível imaginar-se subindo e descendo todas as escadas que ligam os diversos pavimentos que, entretanto,

¹ Ver anexo.

encontram-se no mesmo nível. É como se a perspectiva (que nos apresenta o objeto de desejo) fosse perfeita, mas a geometria (que nos dá o acesso) fosse impossível. Por isso, a usuáriedade torna-se um último recurso, onde o usuário da cidade “só consegue ler a cidade na prática metonímica da sobrevivência de curto prazo”. (Pignatari, 1995, p. 206)

Por outro lado, o autor reconhece uma outra forma de relacionar-se com a cidade, que chama de comunitária. Nesta forma, o cidadão estabelece um diálogo com a urbe, isto é, busca entender o que a cidade fala e, em contrapartida, fazer reverberar o que ele tem para dizer. É justamente aí que reconhecemos o grafite. Como veremos adiante, ele produz profundidades inimagináveis na cidade, questionando a linearidade do traçado. O grafite é uma forma de apropriação da cidade como matéria-prima. O grafiteiro modifica a urbe através de uma atitude enunciativa. Instaura a metáfora urbana onde antes só era possível a linearidade. Uma vivência metonímica de mover-se no labirinto urbano, sem reconhecer de que matéria a urbe é feita. O grafite não é apenas uma prática comunitária, mas um exercício de cidadania.

Paul Valéry dizia que há arquiteturas que são mudas, outras que falam, outras, ainda, que cantam. Permanece muda a cidade que não estabelece o diálogo entre a urbe e a polis; começa a falar a cidade que estabelece esse diálogo – e começa a cantar a cidade onde os urbanitas se elevam ao nível de cidadãos, em coro com o gerente-regente; Freiheit! Freude! (Pignatari, 1995, p. 207)

Grafite

Um primeiro problema para qualquer teorização que se venha a fazer sobre o grafite é o da definição do que pode ser considerado um grafite. A raiz etimológica *graffiti*, donde deriva a tradução *grafito* (inscrição ou desenho de épocas antigas, toscamente riscado a ponta ou a carvão em rochas, paredes, vasos etc., segundo o dicionário *Aurélio*), não nos ajuda muito. Porém, a comparação entre o grafite, tal qual nós o encontramos hoje, e os grafitos com o qual os primeiros arqueólogos se depararam, pode ser assaz interessante. Em primeiro lugar, porque a nossa reação enquanto pesquisadores, nos dois casos, pode, seguramente, ser a de espanto. Afinal, o grafite, assim como os grafitos, denunciam a existência de uma outra ordem. Uma existência em um outro lugar,

certamente, mas também em um outro tempo. Seja ele contado em séculos, ou no tempo de uma operação subjetiva que pode estar implicado no *intermezzo* entre infância e maturidade. Em segundo lugar, porque o paradigma indiciário,² com o qual os arqueólogos estão desde há muito tempo acostumados, nos serve igualmente para a análise do grafite, uma vez que ele também marca uma passagem, isto é, representa alguém, no caso um jovem grafiteiro, em sua ausência ou em sua invisibilidade, uma vez que “para o filósofo natural, como para o filólogo, o texto é uma entidade profunda invisível, a ser reconstruída para além dos dados sensíveis”. (Ginzburg, 1989, p. 158)

Então, abrem-se duas perspectivas diante deste registro que é realizado pelo jovem grafiteiro nas nossas grandes cidades. Duas perspectivas que também encontram paralelo na formação da escrita a partir das práticas decifratórias e divinatórias da antiga Mesopotâmia, sobre as quais nos fala Carlo Ginzburg:

Ambos pressupõem o minucioso reconhecimento de uma realidade talvez ínfima, para descobrir pistas de eventos não diretamente experienciáveis pelo observador. De um lado, esterco, pegadas, pêlos, plumas; de outro, entranhas de animais, gotas de óleo na água, astros, movimentos involuntários do corpo e assim por diante. (...) Mas a principal divergência aos nossos olhos é outra: o fato de que a adivinhação se voltava para o futuro, e a decifração, para o passado. (1989, p. 153)

Podemos abordar o grafite desde um ponto de vista metonímico, de sua tradução em linguagem verbo-pictórica para nosso estreito código gutenberguiano, isto é, de pensar o que esta linha contínua poderia dizer em termos do caractere digital de um teclado. Em outras palavras: o que se diz no grafite? E podemos, igualmente, abordá-lo desde uma perspectiva metafórica, ou seja: quem é dito pelo grafite? Que tipo de impressão me causa este grafite, que ele transforma alguns conceitos que trago comigo sobre a minha cidade e sobre a juventude que habita o meu bairro, e que outrora habitou meu corpo?

² Segundo Ginzburg: “Por trás deste paradigma indiciário ou divinatório entrevê-se o gesto talvez mais antigo da história intelectual do gênero humano: o do caçador agachado na lama, que escruta as pistas da presa.” (p. 154)

De um modo geral, a grande diferença destas duas perspectivas é que uma busca reconstruir o passado para explicar um evento presente, a outra toma este evento presente como ponto de partida para uma problematização do futuro. Nosso propósito aqui passa certamente por estas duas experiências. Em parte, cabe-nos a diferenciação e a categorização do que seja um grafite, buscar em algum princípio elementar os critérios para poder distinguir o grafite da pichação e do *tag*. Não nos furtando, porém, de observar alguns elementos presentes no grafite e que podem ser descritos como fazendo parte de uma estética particular da qual é possível rastrear a raiz histórico-social, por exemplo, o *kitsch*. Mas, de outra parte, o nosso olhar vem sendo pautado em grande parte - e inevitavelmente continuará sendo - pela preocupação em tentar ler uma nova saída para a questão da adolescência marginalizada. Uma saída para o problema subjetivo que se impõe ao jovem que tenta hoje se integrar a uma sociedade marcada por desigualdades e por uma lógica excludente; saída artística enunciativa/denunciativa na qual o adolescente transforma a sua realidade, e a nossa, seguramente. É o grafite como metáfora da inscrição simbólica. Isto porque a nossa primeira inscrição simbólica é a nomeação que nos vem como dom, que nos é dada por alguém, uma função que, segundo Rassial, nas culturas descendentes de Abraão, convencionou-se chamar de paterna. Desta forma, o grafite pode ser uma segunda inscrição metafórica que agora diz “eu sou tal, e mereço sobreviver nesta cultura”, como propõe Jerusalinsky.

Na atualidade, o adolescente tem o grande problema da sobrevivência. E para ser escolhido como um sobrevivente, ele tem que inventar algum modo de se inscrever na circulação social que demonstre para o discurso, para o Outro, que ele merece sobreviver. (Jerusalinsky, 1997, p. 26)

Grafite, pichação e tag

Sempre que falamos em grafite evocamos a lembrança da pichação. Por vezes, parece que a pichação é o duplo do grafite, sua sombra, “o lado negro da força”. Enquanto estamos mais aptos a admitir que o grafite pode ser uma “espécie” de arte ou de expressão cultural, nosso impulso higienista e legalista está sempre nos inclinando a tratar da pichação como vandalismo. Nosso esforço será, entretanto, o de demonstrar que esta diferenciação

pode nos deixar um pouco mais tranquilos diante das transformações que ambos, sem dúvida, provocam na paisagem urbana. Mas ela possui muito pouco de verdadeira. Inclusive, é para nós também surpreendente que os próprios grafiteiros não saibam diferenciar exatamente o que seja uma pichação ou um grafite. Eles têm, contudo, uma certeza: o grafite não é uma evolução da pichação, como os administradores das grandes cidades gostariam que fosse. Ambas as práticas podem coexistir em uma cidade ou em um bairro, ou ainda em uma mesma pessoa. Muitos grafiteiros são também pichadores.

Em geral, a diferenciação mais óbvia é um posicionamento do grafite mais próximo do campo da pintura e a pichação mais para a escrita. Ocorre, entretanto, na prática, uma mescla tão grande, ou seja, grafites que se expressam verbalmente e pichações que “deformam” a letra até que ela assuma uma imagem totalmente nova, ficando impossível diferenciá-los apenas por este critério.

Esta dificuldade pode fazer com que imaginemos que há uma diferença entre a ação dos grafiteiros e a ação dos pichadores em relação à justiça. Não é verdade, pois, “aos olhos da justiça”, o grafiteiro pode ser tão “vândalo” quanto o pichador. Grande parte dos grafites são inscritos/pintados à noite, clandestinamente, muitos ainda ficam pela metade quando a polícia chega. Tampouco podemos usar como critério diferenciativo a qualidade e a elaboração do traço. Podemos encontrar grafites muito simples. Afinal, como qualquer outra prática, o grafite tem seus iniciantes, e pichações muito elaboradas.

A despeito de toda a proximidade dessas duas ações, acreditamos que elas mereçam ser categorizadas distintamente, na medida em que possuem diferenças que, mesmo não podendo ser muito apreciáveis em seu resultado final, são relativas ao desejo. Existem, certamente, lugares diferentes para o Outro na pichação e no grafite. De saída, podemos apontar as distintas formas de se referenciar à lei. Enquanto a pichação busca o declínio da lei, tenta surpreendê-la onde ela talvez não alcance, lá em cima, bem lá em cima (“como alguém conseguiu chegar até lá para pichar?”), o grafite tenta argumentar com a lei, criar jurisprudência no direito à autoria na paisagem urbana enquanto arte de rua. O grafite provoca o questionamento sobre os limites de nossa apropriação da cidade, (“se a propaganda pode tomar todos os muros, todos os lugares, porque os cidadãos não podem pintá-los?”). As pichações costumam buscar denegrir o local onde é feita. Zombam da indiferença das estátuas, da ineficácia dos prédios públicos. O grafite busca

criar profundidades nas superfícies planas da cidade. Busca transformar nossa maneira de enxergar.

Ver mais não é apenas ver mais longe, para além dos limites das nossas paredes e horizontes presentes. É desenvolver uma nova precisão e flexibilidade do nosso olhar; é ver por trás das nossas costas, como vemos à frente dos olhos; é apreender o mundo não apenas numa relação frontal, mas num ambiente circunstancial é multiplicar as facetas dos nossos olhos e os objetos do nosso olhar simultâneo como se todas as câmaras do mundo fossem a realização de um novo Argus. (Kerckove, 1997, p. 27)

Além disso, a própria dinâmica subjetiva que pode culminar em uma pichação ou em um grafite é diferente. A pichação é muito mais impulso, *acting-out*. Costuma ser feita e pensada no calor do momento. Já um grafite normalmente passa por um longo processo de desenvolvimento nos cadernos (todo o grafiteiro tem o seu) antes de ir para um muro. Aliás, esta questão dos cadernos valeria todo um estudo mais específico; por ora podemos pensar em como estes cadernos são parecidos com o diário. Quem sabe, assim como este, o caderno dos grafiteiros não funcione como um segundo objeto transicional que pode ser evocado para auxiliar nesta nova passagem, a adolescência, mas como um objeto que reflita a evolução que a linguagem vem caminhando, dirigindo-se cada vez mais para a visualidade.

Ambos, grafite e pichação, podem ser considerados como recursos da linguagem, no sentido de tentar gravar sinais de referência em uma cidade que tende a reduplicar infinitamente a sua paisagem. Processo pelo qual o sujeito deixa no exterior as marcas da transformação subepidérmica que o acompanha, declarando limites para evitar a psicastenia e, com isto, completar a formação de sua identidade. (Olaquiaga, 1998, p. 25)

Como elementos de linguagem, ambos são efeitos de uma tendência do código (língua) em tornar-se cada vez mais sintético. A comunicação vem em uma linha evolutiva que aponta para a instantaneidade, para a iconografia, para a visualidade e para a economia. É o tempo do *slogan*, da logomarca e da poesia rápida (daí a total modernidade do *haikai*). Porque todos temos pressa e o que deve ser dito tem que ser breve, quase

instantâneo, senão corre forte risco de não ser ouvido. A pichação nos fornece os melhores exemplos no campo do sintagma, ou seja, da estrutura – SK8 (*skaite*), K-B-ça (cabeça) e outros tantos –, enquanto o grafite realiza de forma mais inequívoca o princípio da visualidade. Ambos são efeitos desta lógica e nos fazem refletir sobre os limites do campo pictórico com o verbal.

Quando pensamos no que transmite um texto, percebemos que fundamentalmente o essencial é a lógica de sua construção, ou seja, seu estilo. É aqui que o texto/poema e o visual/pintura se interseccionam, pois como nos lembra Shitao, pintor chinês do início do século XVIII, “a pintura constitui o sentido mesmo do poema, enquanto poema é a iluminação que pulsa no coração da pintura”. (Souza, 1998, p. 29-30)

Porém, o *tag*, certamente, é o elemento que nos deixa mais intrigados quanto a sua inclusão em uma destas duas categorias, pintura ou escrita, grafite ou pichação. *Tag* é como se chama na publicidade a etiqueta de uma marca. É um desdobramento da logomarca que serve para ser fixado nos produtos. A cultura paródica, que aprofundaremos adiante, denuncia como a arte e a publicidade têm andado juntas. Na sua apropriação pelos grafiteiros e pichadores, podemos afirmar que o *tag* é algo que se situa desde o ponto de vista da paródia da arte, porque em parte tanto o grafite quanto a pichação fazem uma apropriação crítico/criativa do campo artístico: uma assinatura. Desde o ponto de vista de uma paródia da publicidade, supostamente oferecendo algo que eles não têm pra vender, ou seja, uma identidade, o *tag* é uma logomarca.

Então, o *tag* é esta assinatura que deve inserir o sujeito ao mesmo tempo em dois registros: o registro formal, enquanto produtor de linguagem, ou seja, enquanto autor; e o registro do comércio, enquanto produto da sociedade de consumo, sujeito consumidor/consumido. Pois, de fato, o estilo de vida normal hoje é o de consumir produtos que nos constituam simbolicamente, mas também o de produzir cultura, tornando-se o próprio objeto de consumo, tendo uma imagem a ser copiada, um estilo. Nesta medida, como afirma Sordi (1997), o desenho é um espaço onde se trabalha a corporeidade e serve para construir a subjetividade. A escritura do nome através do assinar representaria, portanto, um novo espaço para trabalhar a subjetividade. Ou nas palavras de Manuel Delgado Ruiz (1999):

Este é, em última instância, o valor do tag, simples assinatura, mas também grito gráfico de “Existo!”; sinal pessoal indicativo do trânsito do autor por um local determinado, que passa a ser lugar – quer dizer, nicho de memória e de sentido – a partir desta mesma apropriação da celebração e do ritual que é estampar a própria assinatura sobre o texto em branco de um ponto elementar da metrópolis. (p. 125)

Grafitadores e pichadores possuem o seu *tag*. Mas arriscamos a hipótese de que o princípio do *tag* aproxima-se mais do grafite. Podemos dizer que se trata de uma afinidade alegórica. No sentido de que o grafite, como alegoria, pode ser considerado uma saída alternativa para a impossibilidade radical de que o simbólico represente o real sem nenhuma perda (dirão os lacanianos que *a-lgo* sempre escapa). Isto é, como é impossível dizer unicamente através de símbolos ou da escrita tudo aquilo que é o problema de ser adolescente nesta cultura, os grafitadores fazem o imaginário incidir sobre o simbólico, de certa forma compensando esta impossibilidade.

A perda que toda a inclusão na escrita implica é a da letra enquanto imagem. Não conseguimos mais olhar qualquer letra que seja sem concebê-la a partir de sua relação com o restante do alfabeto. A letra perde seu corpo e passa a responder apenas quanto à sua função.

De certa forma, assim como a letra perde sua imagem, o adolescente ao incorporar-se ao social perde também a imagem idealizada do seu corpo, ou seja, passa a integrar o mundo dos normais, o que quer dizer um mundo bem distante da perfeição ideal. Então, o *tag*, neste período de transição, pode ajudar alguma parte desta imagem idealizada a sobreviver, nem que o faça a partir da alegorização da assinatura, isto é, criando uma marca, algo que o valorize imaginariamente entre os outros. Pois o *tag* resgata a imagem da letra, ao mesmo tempo em que denuncia a impossibilidade da palavra em dizer tudo aquilo que se queria.

O comentário metafórico da alegoria sobre a realidade é o problema perfeito de uma percepção que está sempre a um passo de distância de sua fonte. É na relação distinta que têm o símbolo e a alegoria com uma fonte que em geral representa alguma origem ou verdade que suas respectivas qualidades

são ilustradas mais claramente. Assim, enquanto o símbolo representa uma condensação entre significante e significado (e entre referente e a representação), a alegoria atua de maneira oposta, mostrando a impossibilidade de essa condensação jamais ocorrer. (Olalquiaga, 1998, p. 48)

Grafite e ação de rua

Para podermos falar do grafite como ação de rua é necessário que tenhamos clara a noção de que, no contexto da cidade, tal qual nós estamos trabalhando, o espaço não é só um suporte para a criação, mas ele é também a matéria-prima da criação. A rua não é apenas uma exterioridade na qual a suposta interioridade do psiquismo pode vir a se expressar em manifestações como o grafite, mas é também o paradigma de uma apropriação que se faz necessária para todo o adolescente, como forma de realizar a passagem do ambiente caseiro e familiar para um ambiente mais social e exterior, e da reivindicação do seu quinhão no patrimônio público. Maneira pela qual o sujeito passa a exercer sua autonomia, pois, como refere Boada, “a conquista do espaço externo para nós mesmos dar-se-ia quando fosse uma conquista de nós mesmos naquele espaço, isto é, um desenvolvimento de nosso processo de realização”. (1991, p. 18)

Este desafio quanto aos problemas singulares que se colocam ao adolescente, relativos a sua integração à massa de sujeitos que constituem o social, pode materializar-se na condição da rua. A rua pode vir a ser um local onde nada é possível, o local da exclusão ou da incorporação forçada aos padrões vigentes. Então, o espaço privado e protegido da casa pode tornar-se um refúgio para os adolescentes que não se sentem capazes de enfrentar toda a pressão do convívio público. Daí o refúgio em atividades de lazer e entretenimento (TV, videogames etc.), fazendo com que os grupos juvenis recentes se caracterizem por uma busca de intensidade no lazer em contraposição a um cotidiano que se anuncia como “medíocre e insatisfatório”:

Caracterizada como imobilizada pela indústria cultural e, ainda, marcada por um longo período autoritário, esta juventude é descrita como limitada a um posicionamento individualista que não apenas impediria uma visão crítica

da sociedade, como também impossibilitaria a formulação de qualquer projeto de mudança social por parte desse segmento. (Herschmann, 2000, p. 55)

O *adultescer* provável de uma juventude limitada a este campo de experiência é aquele que vemos multiplicar-se por todos os lados, de pessoas que passam a experimentar o público através de intermediários (ou *intermediários*). Por meio de novelas, revistas ou todo o tipo de mídia de massa que, trabalhando em um nível baixo de repertório – como deve ser toda a mídia de massa por princípio – oferecem poucas surpresas e poucos riscos. Mas este tipo de proteção é também uma exclusão, qual seja, a exclusão no nível da produção cultural: “A figura atual de uma marginalidade não é mais de pequenos grupos, mas uma marginalidade de massa; atividade cultural dos não produtores de cultura...” (Certeau, 1994, p. 44) O resultado disso é também uma restrição do nosso espectro de referências. Cada vez mais temos menos diversidade e mais homogeneidade.

Vivemos hoje em um mundo em que meia dúzia de imagens parecem ser suficientes para saciar nossa sede de vida e nos entreter nesse movimento embriagado que vai dos shopping centers aos best-sellers de auto-ajuda. Muitos escritos podem vir a cumprir a função de resistência. Resistência em dois sentidos: resistem à pasteurização da experiência e também resistem ao leitor obrigando-o a um esforço de encontrar para si um outro lugar discursivo. (Souza, 1998, p. 29)

Então o grafite, podemos dizer, é um destes escritos que resistem à homogeneização, que são não apenas enunciações, mas, sobretudo, engajamento. Aliás, se o próprio exercício afirmativo é algo raro em tempos pós-modernos, é ainda menos freqüente e há algo de muito depressivo nisso, a adesão e o engajamento em alguma ação.

Campo e cidade – e não somente sindicatos e universidades – são povoados silenciosos. Não por carecerem de idéias e de discernimento! Mas suas convicções não constituem adesões. (Certeau, 1995, p. 32)

Por isso, devemos poder distinguir o que é um acontecimento eventual, ou seja, aquilo que faz parte de uma linearidade de acontecimentos marcada pela ordem das coisas

existentes daquilo que é uma atuação, ou ainda, do que podemos considerar ação ou protagonismo.

Harendt (1994) propôs que aquilo que difere uma ação de um acontecimento é que a primeira busca intervir no curso da história. É impossível falar do grafite sem observar que ele surge num contexto urbano particular, com a explícita determinação de provocar uma mudança no curso evolutivo da cidade. Ainda que não seja um *acting-out* (uma atuação naquele contexto talvez pejorativo com o qual a psicologia define um assujeitamento da pessoa a motivações que ela mesma não é capaz de controlar), o grafite pode ser considerado uma ação no sentido do protagonismo, dentro de uma cultura marcada pela espetacularidade. É como se em um teatro no qual os adolescentes de periferia, aos quais coubesse apenas a função de figurantes, “roubassem a cena”. Se continuamos usando esta metáfora, podemos dizer que eles roubam a cena quase literalmente, ou seja, transformam o cenário, dão novas cores, propõem novas formas e composições. Como aponta Abramo *apud* Sousa (1999), é “a idéia de encenação, como atuação para levantar problematizações e provocar reações”. (p. 148)

Esta abordagem está no compasso contemporâneo na medida em que percebe o jovem em sua criatividade e invenções sociais, mostrando que sua lógica, ao contrário do que ocorreu em outros tempos, não é discursiva, mas visual, suas referências não são utopias revolucionárias, e sua organização política é reinventada como nova tribalização. (Sousa, 1999, p. 22)

Então, esta forma de protagonismo social que caracteriza o grafite deve ser diferenciada do que foi, por exemplo, a atuação social da juventude de maio de 68, que começou a inscrever suas palavras de ordem pelas ruas de Paris, principalmente, porque o grafite não tem palavras de ordem. Podemos dizer que a inovação do grafite é a sua forma e não seu conteúdo. O discurso político diz coisas diferentes, mas sempre da mesma forma e o discurso revolucionário pode não dizer nada de novo, mas o faz de forma surpreendente. Como nos sugere Lukács *apud* Leminski (1995), o que há de revolucionário na linguagem é a sua forma, não o seu conteúdo. Pois os grafiteiros não estão a dizer nada diferente. Ao contrário da juventude dos anos 1960 e 1970, que tinham um projeto político-ideológico, a juventude que se agrupa em torno do grafite o

faz porque consegue assim experimentar uma coletividade, uma ‘tribalização’, a partir da experiência de compartilhar um saber prático que é de colorir as ruas da cidade: “Essas práticas colocam em jogo uma *ratio* ‘popular’, uma maneira de pensar investida numa maneira de agir, uma arte de combinar indissociável de uma arte de utilizar.” (Certeau, 1994, p. 42)

Grafite, *kitsch* e cultura paródica

Por tudo que já pudemos ver, o grafite é um fenômeno intimamente ligado ao *marketing* e à publicidade. De um modo geral, toda a produção artística atual é influenciada em maior ou menor grau pelo capitalismo de consumo. Mas, ao contrário de outras expressões artísticas e que passaram a adotar os padrões ditados pela indústria da arte “pura e simplesmente”, acreditamos que o grafite pode ser considerado um efeito colateral da arte de consumo. Manuel Delgado Ruiz (1999) vai falar abrangentemente de uma cultura paródica para tentar definir a forma pela qual os adolescentes incorporaram os padrões do capitalismo de consumo e o modificaram no interior de seu próprio processo de amadurecimento e busca de identificações, para em seguida revertê-lo ao exterior a partir de manifestações artístico-culturais, dentre elas o grafite. Manifestações que constituem corruptelas do modelo vigente de arte de massa. Acreditamos que este é, essencialmente, o princípio do *kitsch* e vamos tentar identificar suas origens.

Pignatari (1970) faz uma conceitualização do *kitsch* a partir da teoria da informação, na qual o *kitsch* passa a corresponder a uma tentativa de tradução da informação elitizada e de alto repertório, por parte das camadas populares, a partir de seu repertório mais restrito de signos. Desta forma, o *kitsch* é sempre a versão popular de um objeto valioso. Esta passagem do objeto-coisa, do objeto em si, para o objeto-representação, o objeto-símbolo, faz com que o *kitsch* seja para Pignatari o representante máximo do processo de *semiose*.

Desde que passamos do capitalismo de produção para o capitalismo de consumo, aquilo que dá valor a alguém na sociedade deixa de ser aquilo que ela faz, ou seja, o que ela produz para o social, mas passa a ser o que ela consome. Então, neste processo, as camadas populares também começam a reivindicar para si a possibilidade de se incorporarem ao grupo das pessoas que tem poder de consumo, e a indústria também

passa a perceber a camada pobre como consumidores em potencial. Neste movimento, a arte ou a cultura são igualmente alvos do impulso comercial, que vem abarcando todos os objetos potencialmente vendáveis.

Com o advento, então, do capitalismo terciário, onde a indústria dominante é a de “bens culturais”, o proletariado intelectual ampliou-se até abranger a maior parte da população dos países ricos e a quase inteira classe média dos países pobres. (...) Movida pela necessidade de lisonjear as paixões mais populares, a cultura superior acaba se modelando pelos critérios do povo. (Carvalho, 1996, p. 82)

Ocorre, entretanto, com a exacerbação do consumo em todas as suas áreas, que o *kitsch* deixa de ser um efeito apenas das camadas populares, mas a classe alta também começa a copiar as modas ditadas pela maioria, que agora não é mais a maioria rica, mas a maioria pobre. Então, temos o fenômeno de “patricinhas” subindo o morro em busca de bailes funk e de “mauricinhos” tocando pagode em alto e “bom” som em seus carros importados. Daí que podemos dizer que enquanto a vanguarda é o novo no nível da produção, o *kitsch* é o novo no nível do consumo: “Ao nível da linguagem, *kitsch* e vanguarda encontram seus mais importantes pontos de contato naquilo que têm de processo primitivo, básico, de crítica e criação de signos...” (Pignatari, 1970, p. 117)

O kitsch e o pós-modernismo compartilham uma reciclagem irreverente, um gosto pela iconografia e pelo artificial, um prazer na cor, no brilho, no melodrama e na superdeterminação, e isso me leva a crer que o pós-modernismo é kitsch, ou o kitsch é o pós-moderno avant la lettre, ou ambas as coisas. (Olalquiaga, 1998, p. 12)

Por outro lado, os processos de significação, assim como os de identificação, são fadados desde já ao fracasso, pois, como já apontamos, o signo, mesmo o signo novo, como pode ser o *kitsch* no nível do consumo, nunca é suficiente para saciar toda a sede contínua e ininterrupta de significado que o “existir” demanda. Por isso, acreditamos que o grafite, enquanto cultura popular, situa-se a meio caminho entre a estética *kitsch* e a alegoria. Pois, como já dissemos, há na alegoria o exercício de fundar a partir da

imagem (da metáfora) uma alternativa à impossibilidade semiótica, ou de significação: “A incapacidade de aceitar essa limitação determina o caráter melancólico da alegoria, e suas tentativas obsessivas tornam a produção alegórica barroca e saturada.” (Olalquiaga, 1998, p. 48)

Acreditamos que esse meio caminho entre *kitsch* e alegoria é o que podemos considerar, de fato, como cultura paródica, resgatando a idéia de Ruiz. Então, o grafite seria uma paródia da arte de elite, ao mesmo tempo em que seria uma paródia da publicidade, uma vez que faz uma apropriação de uma arte mural. Não uma apropriação “tal e qual”, mas uma apropriação crítica, pois aponta os limites da arte muralista. E faz, também, uma apropriação criativa, enquanto busca a emergência de um elemento novo, não no nível da técnica ou da produção, pois assim seria arte de vanguarda, mas da sua imposição como arte de consumo, parafraseando os cartazes publicitários: “Dos cartazes aos grafites, a relação entre a oferta e a demanda se inverte...” (Certeau, 1995, p. 46)

A doutrina do livre mercado de opiniões vai muito além das concepções habituais e correntes sobre liberdade de expressão. A mídia e o marketing, em vez de simples instrumentos a serviço de objetivos políticos, constituem aí o marco delimitador do terreno onde se desenvolve a luta política, e, neste sentido, são a origem e a instância legitimadora de todo poder. “Ser um cidadão” já não é, nesse quadro, somente desfrutar de certos direitos civis e políticos, mas ter acesso à mídia, participar da elaboração da opinião pública e, por meio dela, exercer um poder. (Carvalho, 1996, p. 158)

Metrôs, muros e galerias

O caminho para tentarmos construir algo de conclusivo sobre o grafite, tanto em relação ao seu lugar dentro da dinâmica adolescente quanto em relação à sua presença massiva nas grandes cidades, passa, necessariamente, pelo questionamento do que é tornar-se adulto.

Calligaris (2000) propõe que alguém pode considerar-se adulto quando atinge a condição de ser desejado e invejado. Então, o que podemos deduzir disto é que a

condição de adulto é algo que nos é dado pelo Outro, uma vez que é dele que nos vem este reconhecimento. Vamos tentar, agora, compreender o grafite à luz desta noção.

O grafite surge em Nova York no final dos anos 1980, inicialmente desenhados nos metrô. Antes disso já existiam as pichações ideológicas dos estudantes franceses, isto por volta de maio de 68. Caetano Veloso inspirou-se numa destas pichações para compor *É proibido proibir*. Mas é certo que do fim dos anos 1960 ao fim dos anos 1970 houve uma mudança na condição juvenil, e acreditamos que esta mudança é o mote do esvaziamento ideológico pelo qual passaram as primeiras pichações, até a constituição do grafite.

Calligaris faz a interessante observação de que o ideal dos adolescentes dos anos 1960 era o de tornarem-se adultos: “O desejo era não de se conformar aos adultos, mas de não se diferenciar deles por ser infantis, adolescentes.” (p. 71) Neste contexto, não surpreende que a pichação tivesse uma natureza mais formal, mais conteudista. Havia a necessidade de um convencimento (“Vejam só, eu também sei algo, também posso pertencer a este mundo.”).

A cidade ainda era uma cidade do trabalho, da produção. Naquela época, as ruas levavam a algum lugar. As pessoas tinham onde ir. A cidade era o ponto de convergência das vontades e dos projetos, era onde o “sonho” poderia concretizar-se.

Muito rapidamente as coisas tomaram outros rumos. O ápice do potencial produtivo fabril superou a demanda, ao passo que a singularidade e a individualidade tornaram-se o paradigma das relações sociais. Os adolescentes que outrora acreditavam em uma saída coletiva passaram a perseguir obstinadamente alguma marca distintiva. Neste contexto, a sociedade organiza-se simbolicamente em torno do consumo, de modo que a cidade também sofre um deslocamento. A cidade deve ser usufruída. Há não só uma exacerbação do lazer e do entretenimento individuais, centralizados nas experiências solitárias de consumo. Mas também moradia e circulação passam a constituir signos distintivos. As pessoas não têm mais para onde ir, uma vez que se deslocar deixa de ser algo da ordem do dever para tornar-se uma questão de desejo. O automóvel, certamente, caracteriza um signo distintivo deveras importante dentro desse contexto.

Neste período é que o processo de alargamento das periferias começa a chegar a um ponto de estrangulamento. A mudança no perfil da cidade corresponde a uma mudança

no conceito de trabalho. Há uma desvalorização do trabalho concomitante a uma supervalorização do lazer, processos que, sem dúvida, estão relacionados com a frustração das utopias coletivas.

Agora, então, falta apenas uma condição para uma virada no ideal social. A prerrogativa do sexo, que antes era algo exclusivo da vida adulta, depois da premissa do “amor livre” da geração sessentista passa a ser um privilégio também dos adolescentes, mas ainda melhor, porque não precisam coincidir necessariamente a realização sexual com o matrimônio. O resultado disso é que, se antes o bom era ser adulto e poder compartilhar o bônus da vida adulta – sexo (ser desejado) e trabalho (ser invejado) – agora o ideal é ser adolescente e poder praticar o sexo livremente e o lazer ininterrupto, sem toda a carga do trabalho. Os adultos também querem ser adolescentes.

A pichação agora não sabe de mais nada, não é desde o saber que é possível estabelecer um laço social. Então, é na experiência do grupo, em uma nova “tribalização”, como já apontamos, que essa moratória social pode ser suportada. Pois foram os metrô que inicialmente deram suporte a estas novas inscrições. Grafites que buscavam apenas informar a existência em determinado lugar de alguém ou de um grupo.

Na circulação dos metrô pela cidade fica representada de forma pungente este sem-lugar que a modernidade produziu. O metrô é, ao mesmo tempo, símbolo máximo do transporte urbano de massa, cobrindo enormes distâncias em pouco tempo, e um elemento imprescindível à formação das periferias.

Do metrô para o muro, a juventude realiza o segundo momento de uma apropriação do tempo para uma apropriação do espaço. O que se toma do Outro não é mais o momento de um olhar, uma passagem do frear do trem até o *bip* das portas se fechando. Agora, o que se toma do Outro é o seu próprio movimento, são eles que param e, com isso, os grafiteiros ganham todo o espaço que ainda não trilharam. Quando se consegue capturar o olhar, ainda que por um tempo pequeno, quando esse Outro pára para ver, ele não recomeça a andar pelo mesmo caminho. Esse espaço foi conquistado. O grafite torna-se, assim, instrumento de transformação do cotidiano.

O que mais falta conquistar? Há ainda um outro espaço que não pode mais ser tomado de ninguém, mas que é adquirido por merecimento. Um espaço que é oferecido pelo Outro. Há algo no muro que, em algum momento da vida de um grafiteiro, pode

tornar-se inconveniente. Em primeiro lugar porque ele descasca. Um grafite é sempre efêmero. Em segundo lugar, porque, como a maioria das coisas que é tomada por apropriação, ela pode ser retomada. Então, temos um grafite sobre um grafite, sobre outro grafite... Até quando esta grupalidade é confortável? Até quando dura uma adolescência? É fato que ser adulto é uma garantia que não se tem facilmente, lembrem-se daquela história de ser desejado e invejado. Mas também é certo que não é possível suportar por muito tempo as identidades grupais. Então, sobreviver simbolicamente, criar coisas que ultrapassem o perecimento do corpo, torna-se necessário. Grafiteiro ou artista?

A resposta pode começar pela compreensão de que o desafio do artista é sempre o de preencher o branco da tela ou do muro se ele for muralista. Mas o grafiteiro precisa do branco. É sua assinatura imaginária, é a sua borda, o seu limite. Qual seria a validade de expor sua marca se ela ficar dissolvida no mosaico de todas as outras marcas de todos os outros adolescentes? Afinal, não é disso que sofremos na modernidade, da indiferenciação na multidão? Como poderemos ser todos artistas de cinema?

O grafiteiro artista de rua milita a favor da arte de rua. Mas em algum momento ele pode se ver compelido a lutar pela sua arte. Então, a nossa hipótese é que o branco do muro pode ser substituído por outras bordas, outros limites. O grafite rompe com o anonimato da existência, mas não resolve a questão do anonimato do fazer. Um grafiteiro nunca poderá ser como um muralista de academia porque suas trajetórias são diferentes. Isto não significa, entretanto, que não possa fazer arte mural. É possível fazer arte de galeria e arte de rua, assim como também é possível fazer pichação e fazer grafite.

Cabe aos jovens grafiteiros, então, o desafio de não cair em identidades estanques e de se permitirem a circulação por outras mídias. O meio, *media*, transforma o resultado final da arte e todo o lançar-se em algo novo implica uma perda. Muitos dos que já foram jovens preferem, hoje, a segurança do interior de seus muros. Agora, podemos acreditar que existem muros brancos em muitos lugares, galerias, televisão, revistas, teatro. A cidade não pára. E os adolescentes não param de se reinventar...

Resumé

Dans ce travail on fait un'appréciation du phénomène des graffiti dans les grandes cités, en mettant-en-contexte l'adolescent qui protagonise l'activité du graffiti comme un moyen de resistance aux procès d'exclusion qui sont mises-en-oeuvre dans le capitalisme.

Le développement aborde les effets physiques et subjectifs de la société de consommation dans le contexte de la ville, de même qu'elle est de biais dans les processus d'identification impliqués dans l'adolescence et qui culminent dans la production du graffiti comme phénomène de langage propre à la cité moderne.

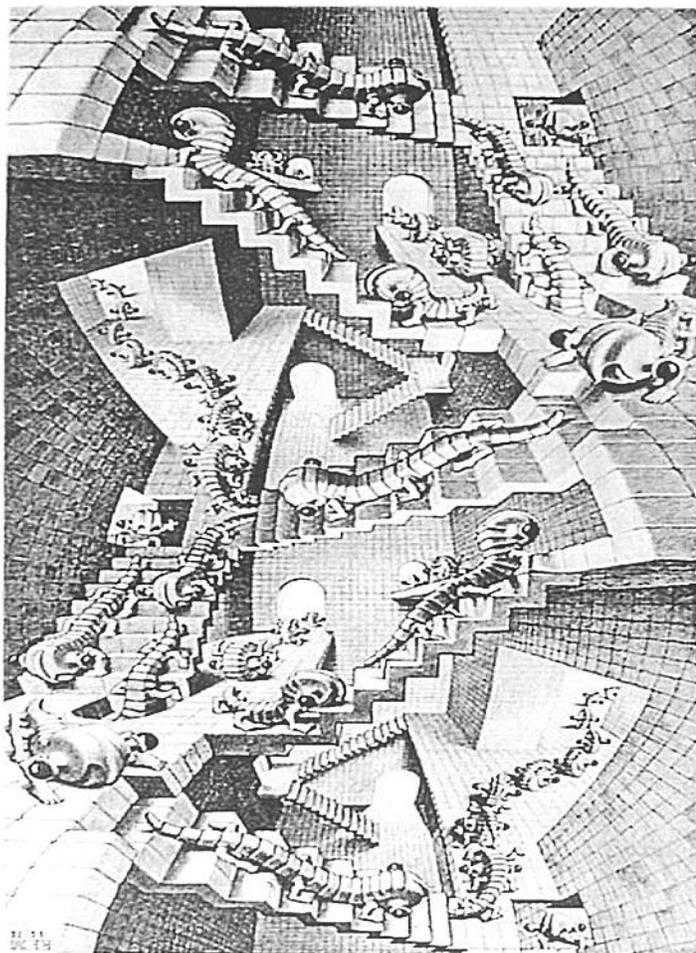
Dans son cours, on découvre le graffiti comme un'action de citoyenneté dans laquelle les adolescents – à la contre-voie du style de vie produit par la modernité – arrivent à s'engager.

Referências bibliográficas

- BAUDELAIRE, C. P. *Pequenos poemas em prosa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1976.
- BAUDRILLARD, J. *KOOL KILLER ou a insurreição pelos signos*, 1976. Extraído do site: <http://www.rizoma.net>
- BENJAMIN, W. Paris, capital do século XIX; A Paris do Segundo Império em Baudelaire. In: KOTHE, F. (org). *Walter Benjamin*. São Paulo: Ática, 1985.
- CARVALHO, O. de. *O imbecil coletivo: atualidades inculturais brasileiras*. Rio de Janeiro: Ed. da Faculdade da Cidade, 1996.
- CALLIGARIS, C. *Adolescência*. São Paulo: Publifolha, 2000.
- CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- _____. *A cultura no plural*. Campinas: Papyrus, 1995.
- GINZBURG, C. *Mitos, emblemas e sinais: morfologia e história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- HARENDT, H. *Sobre a violência*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.
- HERSCHMANN, M. *O Funk e o Hip Hop invadem a cena*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.
- JERUSALINSKY, A. N. Traumas de adolescência. In: APPOA. *Adolescência: entre o passado e o futuro*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1997.
- KERCKOVE, D. de. *A pele da cultura*. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.
- LEMINSKI, P. A Paixão da linguagem. In: NOVAES, A. (org.). *Os sentidos da paixão*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- OLALQUIAGA, C. *Megalópolis: sensibilidades culturais contemporâneas*. São Paulo: Estúdio Nobel, 1998.
- PIGNATARI, D. *Letras, artes, mídia*. São Paulo: Editora Globo, 1995.

- _____. *Informação. Comunicação. Linguagem*. São Paulo: Perspectiva, 1970.
- RASSIAL, J.-J. *O adolescente e o psicanalista*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 1999.
- _____. *A passagem adolescente: da família ao laço social*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1997.
- RUIZ, M. D. *Ciudad líquida, ciudad interrumpida*. Medellín: Universidad Antiqua, 1999.
- SORDI, R. *A construção subjetiva do conhecimento*. In: RENEDO, A. *Revista da E.PSI.B.A.*, n. 4, 1997.
- SOUSA, J. T. P. de. *Reinvenções da utopia: a militância política dos jovens*. São Paulo: Hacker Editora, 1999.
- SOUZA, E. L. A de. *O eu nos textos: escritos adolescentes*. In: APPOA. *Adolescência: entre o passado e o futuro*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1997.
- _____. *O Inconsciente entre o escrito e o escritor*. In: *Revista da APPOA. Psicanálise e Literatura*, n. 15, Ano VIII, novembro, 1998.

ANEXO



M.C. Escher, *House of stairs*, 1957