

“Reconheço que os espaços ‘conquistados’ para a diferença são poucos e dispersos, e cuidadosamente policiados e regulados. Acredito que sejam limitados. Sei que eles são absurdamente subfinanciados, que existe sempre um preço de cooptação a ser pago quando o lado cortante da diferença e da transgressão perde o fio na espetacularização. Eu sei que o que substitui a invisibilidade é uma espécie de visibilidade cuidadosamente regulada e segregada. Mas simplesmente menosprezá-la, chamando-a de ‘o mesmo’, não adianta”<sup>1</sup>.

## 5

### Conclusão

Tomada como um aparato visual, a rua é apropriada de diversas formas e a todo o momento. Diversos são os agentes fazem isso: o artista de rua, o pixador, aquele que cola os cartazes de “encontra-se a pessoa amada”, as grandes marcas com seus outdoors, a prefeitura com suas placas de obras... Cada um desses lança mão daquilo que estamos chamando de capital visual para produzir objetos gráficos através dos quais busca se fazer representar visualmente no espaço da cidade, apropriando-se da rua como meio de publicidade. Essa apropriação se dá de maneiras formais e de maneiras informais. Quando passamos a observar de perto percebemos que não podemos caracterizar uma espécie de apropriação como formal ou informal definitivamente. Um mesmo agente pode realizar uma tipo de apropriação formal num determinado momento, ou até certo ponto, e realizar uma apropriação que seria entendida como informal, irregular ou mesmo ilegal em outro. Na maior parte das vezes, essa distinção encontra-se relacionada à maneira como essa determinada prática ou manifestação é percebida pelos outros e não a alguma característica intrínseca destas. E, conforme a abordagem de Howard Becker, essa percepção e as consequências dela dizem respeito a uma disputa política entre agentes antagonicos.

Embora tenhamos nos interessado aqui especificamente na análise da produção e recepção de objetos gráficos, a mobilização do capital visual é um processo cotidiano, desempenhado em diversas outras operações. Cada um de nós deseja se fazer ver e cada um utiliza os meios que tem disponíveis para isso. A pessoa quer comunicar aos outros aquilo que ela é, e para isso, manipula uma série de signos visuais, que agem como ferramentas de significação e de construção de identidade. Ela deixa seu cabelo crescer, raspa metade da cabeça, pinta ele de azul, usa uma camisa escrita “meat is murder”, um óculos escuros de brechó; compra pelo IBEI uma bota pintada por uma estudante de arte natural da Malásia que vive no Canadá, participa de uma bicicletada; transforma, modela, depila, define seu corpo; rabisca ele inteiro, e manipula esses elementos a seu favor, para se afirmar e para afirmar aquilo em que ela acredita. Se, para alguns, esse é um processo que se dá apenas na superfície, atuando como um tipo de diferença que não faz diferença nenhuma, para outros, esse é um processo socialmente transformador, que aponta para o fato de a cidadania, hoje, passar necessariamente por uma questão de visualidade, do direito à visualidade.

---

<sup>1</sup> HALL, Stuart, *Que negro é esse na cultura negra?* op. cit. p. 321.

Acreditamos que a mobilização de indícios visuais significativos como estratégias de afirmação da diferença seja um processo social e individualmente transformador, porque, através dele, grupos e indivíduos socialmente desfavorecidos têm a oportunidade de colocar-se, de enunciar-se, de reclamar o direito de serem levados em conta política, cultural e visualmente.

Entendida como o lugar onde estas diferenças são negociadas publicamente, a rua se mostra como uma arena de conflitos. No momento em que diversos agentes procuram se apropriar dela para se fazer ver, ela passa a ser o lugar de uma disputa territorial, ou seja, o lugar de uma disputa de poder... Conforme procuramos abordar nesse trabalho, para nós, essa é uma disputa que é “encenada” visualmente, que se dá por meio de imagens, da manipulação de imagens.

A disputa visual de que a rua é lugar pode ser acompanhada e documentada na história de um muro em particular. Uma pessoa vai lá e faz um grafite onde antes havia uma pixação, outro cara chega e cola um cartaz por cima; vem outro grafiteiro e arranca aquele cartaz, depois um pixador lança sua tag por cima, aquele primeiro grafiteiro cobre tudo e faz um painelão para em seguida, outro pixador ratear escrevendo, “Tem que respeitar!”... O trabalho de uma série de artistas problematiza e politiza essa disputa.

Nesta pesquisa não nos detivemos em discutir as obras e trajetórias singulares de artistas do “meio de arte de rua”. Chegamos até mesmo a negar aquelas espécies de interpretações que estabelecem uma linha mecanicamente evolutiva entre a prática de arte de rua e a inserção no sistema formalizado da arte, com a exposição e comercialização de obras em galerias e outros espaços institucionais. Estivemos mais interessados no processo de construção desse meio, na relação dele com o meio de arte “estabelecida” e com o campo, mais ampliado, de cultura visual de rua no qual, conforme procuramos apontar, este encontra-se inserido.

Acreditamos, antes de mais nada, que essa passagem “da rua para a galeria”, ou seja de uma condição informal para uma condição formal, não se dá unicamente por absorção, mas principalmente por engajamento e mobilização. De uns dez anos para cá, com a atividade de uma série de agentes, que são hoje merecidamente reconhecidos como os pioneiros dessa prática na cidade, o grafite e a arte de rua como um todo vêm conquistando uma visibilidade social cada vez maior. Esse é um processo que ultrapassa a atividade do artista e envolve toda uma movimentação cultural – uma mobilização interna. Basta ver a trajetória destes agentes para se ter uma ideia disso. Foram dez anos em que esses caras todos trabalharam, não apenas como artistas mas como produtores e agitadores culturais, para transformar o significado cultural de uma prática que, à princípio, era vista como marginal... Nesse processo, a arte de rua conquistou uma autonomia e diversos artistas conquistaram a possibilidade de legitimação cultural. Estamos falando de um processo de ativação cultural, de uma ação colaborativa, que colabora para uma diversificação dos mundos artísticos, como afirma Howard Becker.

Um meio se constituiu, o “meio de arte de rua”, que procura, ele mesmo, afirmar sua legitimidade dentro do meio de arte, que é um território em si, um território simbólico, no qual, como coloca Bourdieu, você precisa das chaves certas para entrar. No relato que apresentamos aqui, o designer e grafiteiro, Toz, integrante do grupo Feshbeck Crew, diz que o grafite é uma ferramenta para

furar o bloqueio, uma imagem da qual nos apropriamos. A partir do uso da rua como aparato visual, o grafiteiro, e o grafite como prática cultural, foram um bloqueio no mundo da arte: mesmo sem ter estudado arte e mesmo sem estar comprometidos com as discussões que os artistas estão, que são discussões internas, estes agentes reclamam o direito de legitimizar sua prática e conquistam um mercado, trazendo uma questão problemática para o próprio circuito da arte estabelecida: a indagação sobre quem a legitima...

Mas o meio de arte de rua também acaba se constituindo como um campo com regras e normas próprias. E aqueles que não as seguem sofrem duras sanções. Acontece (e isso é uma coisa contra a qual o grafiteiro e o artista de rua em geral vivem se digladiando) que, ao fundamentar-se na apropriação da rua como dispositivo de visibilidade, este meio encontra-se inserido em um outro campo, mais ampliado, que ultrapassa aquela esfera, *o campo da cultura visual de rua*. É aí, na sobreposição de interesses diversos, na interação de uma multiplicidade de manifestações e agentes, que muitas vezes desconhecem ou não reconhecem como legítimas aquelas regras que o meio de arte de rua institui ao se constituir, que se dá o conflito visual de que a rua é lugar.

A ideia de capital visual nos é conveniente por isso, porque ela leva em consideração e articula os meios disponíveis e o interesse pessoal e distinto de cada um desses múltiplos agentes em se fazer representar visualmente no espaço público. Capital visual é o repertório material e simbólico que cada agente mobiliza para construir a imagem com a qual busca se fazer representar visualmente e para construir o discurso com o qual procura justificar sua imagem. Um jovem que começa a sair para a rua para colar seus cartazes mobiliza a imagem de artista de rua (essa imagem construída pela atividade de toda uma primeira geração e já permeabilizada pela sociedade) para veicular o seu trabalho, para justificar e legitimar a sua própria prática. Essa noção nos permite, desta forma, compreender que o discurso em torno da afirmação da legitimidade de sua prática é parte intrínseca da tática visual de cada um desses atores.

O tempo todo, nos jornais, na mídia, no facebook e na fala de uma série de sujeitos, podemos perceber a distinção entre manifestações “legítimas” e “ilegítimas”. Em um momento político como o que estamos vivendo atualmente, em que questões sociais e de administração pública são articuladas em torno da ideia de ordenamento urbano, polarizadas nos conceitos de ordem e caos, esta distinção passa a ser representada no antagonismo primário entre manifestações “boas” e “ruins”, “positivas” ou “negativas”. No plano da cultura visual de rua, o grafite e a arte de rua são, em geral, considerados positivos pelas autoridades e pela sociedade leiga, enquanto a pixação, os outdoors e cartazes publicitários, por exemplos, são considerados negativos. No entanto, nem mesmo os próprios grafiteiros irão concordar com aquela visão de que o grafite é uma solução para o problema da pixação, que, no entanto, parece generalizada. Observando pela ótica do capital visual, o grafite é positivo para quem faz grafite e o cartaz é positivo para quem anuncia ali. Não queremos colocar aquele que reclama do cartaz colado por cima do seu grafite no papel do reacionário, apenas apontar para o equívoco em se reproduzir uma distinção que esconde mais do que revela os conflitos de poder que são encenados neste plano de visualidade.

Não nos preocupamos em discutir a “intenção artística” por trás das manifestações visuais que analisamos, por não acreditarmos que este seja um

critério confiável de abordagem. Quando se aprofunda um pouco mais a observação, deixando de lado a aparência formal dos fenômenos, percebe-se que esta intenção pode tanto estar presente em momentos que não supúnhamos quanto estar ausente quando mais esperávamos por ela. Aqueles que acreditam que a vontade de que seu produto seja recebido como artístico seja um critério decisivo para se classificar e qualificar as manifestações visuais que tomam a rua como dispositivo se surpreenderiam ao encontrá-la nas palavras de um pintor de letras e ao escutar que para uma artista-grafiteira que é convidada a participar de mostras de arte em diversas cidade do mundo seus grafites não são um produto estético, mas uma forma de ativismo social e feminista<sup>2</sup>. Por isso acreditamos que o investimento em torno da imagem de artista de rua e do entendimento público que esta imagem vem adquirindo no Rio de Janeiro, particularmente, seja justamente o aspecto mais interessante e pertinente para abordarmos as manifestações de grafite e de outras espécies de arte de rua.

“Arte” acaba se tornando aqui (ou melhor, voltando a se tornar) um sítio discursivo – o local de uma manobra que tem como propósito a afirmação da legitimidade cultural da prática de um determinado grupo. É em torno desse termo que os integrantes do chamado grupo de artistas de rua fazem suas reivindicações culturais. E é este o ponto mais complexo e aparentemente contraditório da coisa, porque, ao qualificarem sua prática como “arte” eles as distinguem de todas as outras manifestações que, no entanto, são as que demonstram o aspecto mais transformador e transgressor da questão: o fato de a apropriação informal da rua como meio de publicidade alternativa ser uma tática de resistência, de descentramento e construção de narrativas paralelas.

Esse investimento em torno do termo “arte” ocorre de uma forma não muito diferente daquela como Bourdieu descreve o processo de autonomização do campo artístico<sup>3</sup>. E, para ligarmos uma ponta a outra dessa história, este processo é o mesmo em jogo nas discussões acerca da “gravura de arte”, que levantamos no início deste trabalho. Da mesma forma que a necessidade de estabelecer o momento em que um impresso pudesse ser considerado como “artístico” cegou uma geração inteira para as características mais importantes de toda uma cultura gráfica – a saber, as relações sociais, culturais, econômicas e políticas que, materializadas na cultura visual oitocentista, podem ser e extraídas do estudo daqueles objetos – a necessidade de qualificar como “artísticas” uma série de imagens que se apropriam da rua como meio de publicidade ameaça arrastá-las à uma posição reacionária, nostálgica ou, pior ainda, ingênuas.

Mas de ingênuo, o discurso de nossos entrevistado tem muito pouco. O conhecimento do meio profissional em que atuam, das sutilzas e malandragens do seu campo de atuação, apontam, ao contrário, para um cinismo, nos termos definidos por Goffman. O investimento na imagem de artista de rua deve ser compreendido como parte da tática de visibilidade desenvolvida por aquele grupo. Se essa imagem é assediada pelo poder público, mobilizada por grandes marcas, estereotipada pela mídia, porque não pode ser, também, arregimentada pelos próprios agentes aos quais ela teoricamente representa como meio de

<sup>2</sup> Refiro-me ao depoimento de Anarkia Boladona para o filme, *Luz, Câmera, PICHANÇA*, de Marcelo Guerra e Gustavo Coelho. <http://www.luzcamerapichacao.com.br/>

<sup>3</sup> Já o fato que esse tenha sido um processo especificamente – localmente – ocidental e que a tarefa de arrastar um conceito desenvolvido num contexto determinado para outras realidades sociais seja uma operação complicada, que envolve certas dificuldades de tradução, isso quem vai dizer é um autor como Clifford Geertz.

potencializar, de negociar, de capitalizar a inserção social e profissional destes sujeitos?

Todo mundo quer ser visto, quer ser notado, quer fazer-se ver. Cada uma das pessoas que faz esse movimento de ir para rua, de apropriar-se da abertura relativa deste meio de publicidade, desde a marca Antártica ou o cara que perdeu sua calopsita de estimação, passando pelo grafiteiro e pelo pixador, cada um está mobilizando os meios que tem para isso, cada um coloca em ação as armas que tem para enunciar-se visualmente.

Cada agente, mesmo o mais fracos deles, possui seu capital visual e é capaz de manipulá-lo a seu favor. Um agente em situação de desvantagem material pode fazer uso de uma “trampolinagem” e virar o jogo do poder visual. O conceito de trampolinagem, que Certeau usa em seu discurso, tem como base aquilo que esse autor chama de “as artimanhas do fraco para tirar partido do forte”, “a arte de caçar na propriedade alheia”, ou as práticas de “caças não autorizadas”. Através dele, Certeau descreve como práticas ordinárias como falar, cozinhar, caminhar, etc., fundamentam-se na apropriação que um agente faz de um sistema de ordem que lhe é imposto. Ao falar, o falante se apropria da sintaxe de uma língua que lhe é apresentada como um sistema de regras, mas infiltra aí a sua própria dicção, e realiza transformações nesse sistema. Ele se apropria dele como o locatário se apropria de um apartamento alugado e o transforma com seus próprios gestos e objetos. Essa apropriação é como um contrato temporário.

Da mesma forma podemos entender o uso da rua, feito por parte do artista de rua, do pixador ou do cara que está colando um cartaz (seja esta cartaz “de arte” ou não)... O uso da rua como aparato visual é também nesses casos, um contrato temporário e também uma espécie de trampolinagem, de caça na propriedade alheia.