

Liberta o herói que há em ti

Risco, mérito e transcendência no universo *graffiti*

Ricardo Campos

Introdução

A reflexão que aqui se expõe decorre principalmente de uma pesquisa de natureza etnográfica realizada na área metropolitana de Lisboa entre 2005 e 2007, cujo objeto era o *graffiti* urbano (Campos, 2010)¹. Ao longo do processo tive oportunidade de conhecer diferentes jovens que se dedicam a essa atividade ilegal, procurando compreender modelos de atuação e as representações acerca desse universo obscuro. O trabalho etnográfico desenrolou-se durante cerca de três anos, com períodos de maior ou menor intensidade. A pesquisa envolveu estratégias múltiplas de pesquisa no terreno (Burgess, 1997), compreendendo a utilização de diferentes ferramentas de recolha de informação de categoria textual (entrevistas exploratórias e aprofundadas, individuais e em grupo) e visual (fotografia e vídeo), para além de uma recolha documental com origem em diversas fontes, tirando partido da triangulação de dados e fontes (Hammersley e Atkinson, 1983). O trabalho de terreno decorreu numa geografia delimitada pelos concelhos da área metropolitana de Lisboa, na qual vivem, estudam ou trabalham os jovens que conheci². Foram realizadas entrevistas aprofundadas, registradas em áudio, a treze jovens da região da Grande Lisboa a que acrescentei dezesete entrevistas aprofundadas no âmbito de um projeto de investigação anterior³. Além das metodologias mais convencionais, esta pesquisa envolveu

1. Projeto de investigação realizado no âmbito do doutoramento em antropologia na Universidade Aberta (UAb), Portugal.

2. A construção dessa rede social assentou no interconhecimento no interior do meio, através do recurso a um processo de *bola de neve* (Burgess, 1997). Os contatos foram-me gradualmente fornecidos pelos próprios jovens em função de suas ligações sociais.

3. Projeto realizado no Departamento de Sociologia da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, entre 2002 e 2004, intitulado “Subculturas juvenis urbanas: ideologia, performatividade e consumo cultural: o caso do movimento *hip-hop*”. No âmbito desse projeto, foram realizadas no total 38 entrevistas aprofundadas a protagonistas das quatro vertentes de *hip-hop* (o que equivale a 48 entrevistados, dado que algumas entrevistas foram coletivas), além de cinco entrevistas dirigidas a jornalistas e divulgadores que, de

alguma forma, possuem informações privilegiadas desse meio cultural (Grácio *et al.*, 2004).

4. Como diversos estudos têm demonstrado, a internet é uma ferramenta fundamental à produção cultural, comunicação e disseminação de bens culturais (músicas, fotografias, vídeos etc.) entre os mais jovens, fato que é igualmente verificado na cultura do *graffiti* (Campos, 2012, 2009c; Simões, 2012).

formas de comunicação e de análise em ambiente *on-line*. Desse modo, diversos circuitos de comunicação e de troca de informação entre mim e os jovens foram estabelecidos através da internet, a que se acrescentou uma análise de alguns dos *sites* e *blogs* desenvolvidos por eles e seus colegas sobre a temática do *graffiti*⁴.

O propósito deste artigo é contribuir para enriquecer o já extenso e complexo patrimônio de estudos dedicados à juventude, na medida em que aborda as questões da criatividade, agência e construção identitária num contexto que, como diversas pesquisas têm demonstrado, é basicamente ocupado por indivíduos jovens (Campos, 2009a; 2009b, 2013; Macdonald, 2001; Spinnelli, 2007; Cerejo, 2007). É, portanto, natural que todo o ideário e práticas vinculadas a essa cultura estejam diretamente associados aos modos de vida dessa faixa etária. Também os imaginários consumidos e criados ao abrigo dessa atividade estão fortemente articulados com horizontes e referências simbólicas juvenis.

Mas, quem são esses jovens? Este estudo não visou uma caracterização sociográfica do universo de jovens que fazem *graffiti* em Lisboa e, muito menos, em Portugal. Sendo um estudo de natureza etnográfica, a amostra com que trabalhei era reduzida e constituiu-se com base em redes sociais juvenis locais. Conheci jovens de idade variada, de ambos os sexos e de origens socioeconômicas distintas. Todavia, se há tendência que se afirma vincadamente esta diz respeito ao gênero. Estamos diante de uma cultura basicamente *masculina*, como têm demonstrado várias pesquisas (Campos, 2010; Macdonald, 2001; Cerejo, 2007) – daí a maioria dos meus interlocutores serem jovens do sexo masculino. Quanto ao estatuto socioeconômico, embora não haja estudos que mostrem alguma tendência muito marcada a esse respeito, na minha investigação deparei-me, basicamente, com jovens de classe média, a maior parte estudantes, em alguns casos frequentando o ensino superior público e privado.

Neste ensaio, argumento que o ingresso nesse meio social equivale à admissão num jogo que apela fortemente à capacidade de agência do ator, à sua autonomia e competência na mobilização de recursos para a configuração de uma biografia relevante. Os modelos e os valores assumidos como centrais para a formatação da imagem do *writer*⁵ remetem claramente a um ideal de vida heroica que é, de forma mais ou menos difusa, incentivado. Uma carreira excepcional, à margem das convenções, é glorificada como exemplo de sucesso num meio extremamente adverso. Trato, por isso, a fabricação de uma representação do *writer* como um *herói dos tempos mo-*

5. Aqueles que fazem *graffiti* respeitando a tradição representada pelo movimento originário de Nova York nos anos de 1970 e fortemente vinculada à cultura *hip-hop* denominam-se *writers*.

dernos. Para ser bem-sucedido e deixar uma marca indelével nesse meio, é necessário assumir e perseguir essa vocação heroica, superando, em ações perigosas e extraordinárias, as limitações do homem ordinário. As qualidades excepcionais são reveladas por feitos grandiosos. A imagem do herói é arquitetada a partir de dois horizontes de atuação que são, em larga medida, as bases de sustentação ideológica e praxiológica de quem se entrega a essa vida. Refiro-me, por um lado, ao *risco* associado à dimensão transgressiva dessa prática e, por outro, à *criatividade*, competência artística imprescindível a uma expressão de natureza pictórica. Entre esses dois polos, não antagônicos, constrói-se uma representação do *graffiti* como atividade alheia à banalidade, instigadora de gestos desmedidos. Argumento, pois, que o *graffiti* pode ser entendido como uma espécie de jogo: uma arena em que diferentes jovens jogam com identidades fabricadas, em busca de reconhecimento e glória, testando seus limites e ensaiando formas vibrantes e intensas de resistência à convenção e à autoridade.

Um jogo à margem

De acordo com vasta literatura, o *graffiti* surge no início da década de 1970 em Nova York (Cooper e Chalfant, 1984; Castleman, 1982); o *graffiti* norte-americano, atualmente hegemônico, segundo Gari (1995), deriva da cultura *hip-hop* emergente no período, a qual correspondia à expressão visual de um movimento composto, igualmente, pela vertente musical (DJing e MCing) e de dança (*breakdance*). O *graffiti hip-hop* é apenas um dos gêneros de *graffiti* norte-americano⁶, embora se tenha afirmado como o mais popular pela forma como se globalizou. A prática e a linguagem universalizaram-se, constituindo-se como sistemas de comunicação presentes em diferentes meios urbanos espalhados pelo planeta. Todavia, as particularidades locais são relevantes, em alguns casos, para demonstrar como os indivíduos localmente se apropriam e recriam idiomas culturais transnacionais. Este artigo trata do *graffiti* português que, como é natural, se encontra vinculado a um contexto social, cultural e expressivo europeu⁷. O caso brasileiro é distinto, embora mantenha traços comuns, pois esta é, como afirmei, uma linguagem global⁸.

O gesto do *graffiti* assenta, basicamente, na apropriação ilícita do espaço público para um ato de comunicação. A rebelião surge do uso ilegal do espaço e da fabricação de uma linguagem codificada inacessível à maioria. Do ato de rebelião desponta algo que é vital e que, provavelmente, justifica a imersão dos jovens nesse mundo: o gozo da transgressão. Gari (1995, p. 16)

6. Existem diferentes subtipos com as suas peculiaridades, alguns dos quais são anteriores ao movimento *hip-hop* (Figueroa-Saavedra, 2006).

7. Embora a literatura científica sobre essa matéria no contexto português seja escassa, para uma abordagem mais exaustiva, ver Campos (2013; 2010; 2009a; 2009b), Cerejo (2007), Pais (2002), Marques, Almeida e Antunes (1999).

8. Para um enquadramento da cultura do *graffiti* no Brasil, ver Gitahy (1999), Ramos (1994), Spinelli (2007), Manco, Art e Nelon (2005) e Ventura (2009).

fala da satisfação que se retira da desobediência à norma, uma capacidade humana de “converter os signos em violência discursiva dirigida ao poder (o pai, o professor: a lei)”. O *graffiti* mergulha, indiscutivelmente, nesse espírito. Representa um território de transgressão e subversão, de excessos e riscos vários, de prazeres e emoções intensas, que contrasta com as restantes atividades do quotidiano, rotineiras, regradas e vigiadas por instâncias diversas. Essa dimensão “noturna” da vida de muitos jovens encontra-se patente em muitas das denominadas tribos juvenis, pois, como refere o sociólogo Machado Pais (2002, p. 22): “Em sociedades sujeitas a uma planificação, ordenamento e controle acentuados, a tentação é a de subverter as ordens institucionais [...]. O que se passa é que os jovens se sentem particularmente atraídos por tudo o que excita os sentidos, inclusive quando essa busca de excitação se realiza mediante condutas de risco”.

Quando atualmente falamos de *graffiti*, reportamo-nos a um universo cultural sustentado por um conjunto de pessoas que partilham uma identidade e um sentido de comunidade, que dispõem de um vocabulário e de uma forma de expressão, conservando uma série de regras, valores e práticas que, em conjunto, servem como elementos de distinção perante outras comunidades. As expressões de *graffiti* assumem uma série de formatos ratificados, que apesar das mutações características ao meio e das inovações estilísticas se têm perpetuado. A nomenclatura, batizada há mais de trinta anos, acolhe o *tag* (Figura 1), o *throw-up* (Figura 2) e o *masterpiece*, mais geralmente chamado de *hall of fame* (Figura 3). O léxico verbal e icônico da cultura *graffiti* continua a manter vivas as referências originais. No entanto, a fusão, a mobilidade e a interferência de linguagens tornam essas categorias cada vez menos estanques, sendo, por vezes, difícil identificar algumas formas de expressão de acordo com os critérios tradicionais. Há, porém, uma simplificação dessa classificação com profundas consequências simbólicas. As expressões de *graffiti* são geralmente decompostas em duas grandes vertentes: a ilegal e a semilegal (ou legal). A primeira está associada a ações de natureza eminentemente ilegal, aquilo que alguns definem como *vandalismo* e que envolve as expressões mais elementares dessa linguagem de rua (*street bombing* e *train bombing*). A segunda envolve atividades e expressões socialmente mais comprometidas, tendo por objetivo a produção de murais decorativos ou artísticos (*hall of fame*), com o aval, em muitas situações, das entidades públicas e privadas com jurisdição sobre o espaço em causa⁹.

9. No Brasil, é comum distinguir *graffiti* de *pichação*, sendo que o primeiro está associado a uma prática de natureza artística enquanto o segundo é, basicamente, entendido como uma expressão ilegal sem motivação estética (Ramos, 1994; Spinelli, 2007; Manco, Art e Nelson, 2005; Ventura, 2009). Há, no entanto, em função de diferentes geografias, uma série de particularidades que revelam que esta é uma cultura e uma prática vividas de forma plural; o *graffiti* de São Paulo, por exemplo, apresenta particularidades que o diferenciam do *graffiti* do Rio de Janeiro, como foi demonstrado por Ventura (2009).



Figura 1 – Tags numa parede em Lisboa. O *tag* é uma assinatura que resulta, normalmente, de um gesto caracterizado pela espontaneidade e pela rapidez. Não tem grandes preocupações de teor estilístico, não exige grandes recursos técnicos e materiais nem preparação prévia; basta estar munido com um marcador ou um spray (usualmente preto).



Figura 2 – *Throw-ups* e *tags* num edifício desabitado em Lisboa. O *throw-up* é uma versão um pouco mais sofisticada do *tag* convencional, com a vantagem de ter um impacto superior ao simples *tag*, devido às suas dimensões. Em geral é relativamente simples de executar, embora exija uma destreza superior ao elementar *tagging*.



Figura 3 – Detalhe de um *hall of fame* em Lisboa. O *hall of fame* é caracterizado por uma maior complexidade pictórica, exigindo capacidade de composição e técnica na execução. Os cenários elaborados, a presença de personagens (*characters*), a profusão cromática e a grande dimensão das obras são elementos que caracterizam essa forma de expressão que geralmente é produzida coletivamente.

10. A clara distinção que é efetuada entre *graffiti* e *pichação* no caso brasileiro implica, igualmente, uma separação evidente entre o *pichador* e o *grafiteiro*, na medida em que cumprem papéis diversificados. No caso do *graffiti* europeu essa distinção não se verifica, sendo que o termo *writer* se aplica a todos, independentemente de sua área de atuação principal (ilegal ou semilegal/legal)

11. No caso brasileiro, de acordo com Spinelli (2007), esse grupo também pode ser designado *bonde* ou *coletivo*.

Os *writers*¹⁰ atuam sob pseudônimo, agindo de forma isolada ou, geralmente, em grupo, as chamadas *crews*¹¹. O pseudônimo é uma espécie de nome de guerra – o *tag* – que serve como identificador no interior da comunidade. É através do *tag* que os *writers* se tornam conhecidos, pois é esta a marca assinada que se torna presente no campo visual citadino. O estatuto de um *writer* decorre da apreciação de uma série de critérios (uns mais consensuais que outros) que invocam o mérito e a qualidade do seu trabalho e concorrem para a definição do lugar ocupado nesse universo. Os diferentes tipos de *graffiti* (ilegal e semilegal) apelam a competências distintas. Todavia, de forma genérica, interessa a quantidade e a visibilidade da presença (inscrições no espaço público), além da qualidade do trabalho (aquilo que, de forma algo enigmática, os *writers* definem como “estilo”). Este é um caminho exigente. As recompensas não são imediatas, resultam da persistência, devoção e manifestação de um espírito missionário que não está ao alcance de todos. Trata-se, como nos confidencia um *writer* que optou por manter o anonimato, uma vida dura: “É uma vida dura, isto não é toda a gente que é capaz de aguentar o tempo inteiro. Tem de se estar sempre atento ao que se passa, estar a levar com os problemas dos outros, andar

a correr, correr e não acabar e correr. Epá é chato [...] A gente gosta, mas nem toda a gente aguenta para sempre” (entrevista com *writer* anônimo).

Os dividendos são de ordem simbólica, afetiva e social. Segundo Nancy Macdonald (2001), estamos perante uma “carreira moral”, na medida em que a trajetória individual é orientada pela estima pública e pela reputação em vez de qualquer compensação de ordem material. O percurso espinhoso é, aliás, um dos ingredientes fundamentais à compreensão de um universo cultural que glorifica uma imagem do *writer* como herói, personagem que deve transpor todas as resistências para alcançar seus objetivos e conquistar aclamação dos seus pares. Featherstone (2001) entende a vida heroica como o reverso de uma vida cotidiana feita de rotinas e monotonias, que apela aos feitos extraordinários, à ruptura com o banal e com o adquirido:

Se a vida do dia a dia gira em torno do mundano, do garantido e do comum, então a vida heroica aponta para a rejeição desta ordem em favor de uma vida extraordinária que não só ameaça a possibilidade de retornar às rotinas de todos os dias como pressupõe também o risco deliberado da vida em si. [...] A vida heroica partilha de várias formas da qualidade de uma aventura, ou de uma série de aventuras (Featherstone, 2001, p. 16)

É esse sentido de aventura que se adivinha nos gestos e nas palavras de muitos *writers*. Adquirir estima ou ascender simbolicamente nesse meio depende da acumulação de feitos que, quanto mais grandiosos forem, mais valor transferem para seu protagonista. Assim, conquistar o estatuto de *king* equivale a angariar, da parte dos pares, o reconhecimento devido a quem tem uma carreira invulgar¹². Uma carreira invulgarmente longa e recheada de ações e realizações relevantes.

Macdonald (2001) entende essas manobras de transgressão e as proezas arriscadas como provas de virilidade numa cultura que é fortemente masculinizada. O sentido de aventura é transmitido por narrativas impressionantes de gestos de bravura, de percalços inesperados e acidentes trágicos. A carreira de um *writer* é, assim, marcada pela manifestação de resistência à adversidade e pela superação dos desafios que lhe são colocados. Este é, portanto, um jogo vibrante de fantasia em muitos sentidos. Através desse jogo, forjado a partir de regras que contrariam a norma e a moral dominante, os jovens *writers* testam seus limites, tornam-se agentes criativos na gestão de uma carreira pela qual são responsáveis.

12. No polo oposto da hierarquia encontramos os *toys*, como são chamados os *writers* em início de carreira, inexperientes e com um trabalho de qualidade inferior.

Risco e transcendência

Um dos elementos fulcrais para a construção da imagem heroica do *writer* é a convivência próxima como o perigo. Conforme Featherstone (2001, p. 17), a vida heroica pertence “à esfera do perigo e da violência, à provocação do risco”, domínios em que as capacidades desconhecidas do indivíduo podem sobressair, destacando-o do comum dos mortais. A ritualização em torno da gestão das ameaças e das condutas de risco adquire um papel central na cultura do *graffiti* e na construção da identidade *writer*. A vivência dos limiares é, assim, uma constante, como corroboram as palavras de FIRE: “O pessoal do *graffiti* abdica de muitas coisas na vida pelo *graffiti*. Para já, em primeiro lugar arrisca a vida, arrisca o seu bem-estar [...]. Como fazíamos, andar na cidade à noite, de trás para a frente, a arriscar, como nos aconteceu muitas vezes. Encontrar *dreads* e encontrar pessoal esquisito e assaltos e ter de andar à porrada para nos safarmos, implica o nosso bem-estar, não é?” (entrevista com o *writer* FIRE).

Não deixa de ser paradoxal que, como notaram diversos autores (Le Breton, 1991; Lupton, 1999), numa sociedade que aprecia grandemente a segurança e o controle das ameaças, os comportamentos de risco se tenham tornado centrais para tantas pessoas. O apelo do risco parece fortemente vinculado a um discurso que valoriza o escape ao controle e à regulação do corpo civilizado, que renuncia ao ideal do *eu* racional descarnado e enfatiza o visceral e o emocional externados pelo convívio com o perigo (Lupton, 1999). Nos jogos simbólicos em que se desafia a morte (Le Breton, 1991) há uma manifestação de transgressão, de rejeição de uma ideologia que preza evitar o perigo, que promove a vigilância e o controle das ameaças potenciais. O risco invoca a desordem provisória das certezas, o abandono ao imprevisível e às deliberações do destino. Esses gestos podem ser muitas vezes vistos como uma conquista da soberania do indivíduo que se desliga das amarras opressivas da norma e reivindica um estatuto diferente, à margem do ordinário. Daí que, como indica Lupton (1999, p. 155), há necessariamente algo de extraordinário em quem corre riscos.

A importância do risco e da natureza lúdica que o rodeia foi-me inicialmente sugerida por uma troca de palavras pela internet com um jovem *writer* de 16 anos. Uma frase dele deixou-me intrigado: “Fazer *graffiti* é um pouco como os jogos de computador, só que é a sério”, disse-me. O que era uma declaração nebulosa, naquele instante, passou a fazer sentido com o decorrer do tempo. Com o *graffiti*, a realidade do perigo, da adrenali-

na, da intensidade, da estratégia e da competição é vivida na pele e não é mediada artificialmente. As palavras do mesmo jovem sobre a pintura de comboios¹³ são elucidativas: “Eu gosto de pintar comboios. Não sei por quê. Vidro, chapa, o *feeling*, o ser difícil pintar, a estratégia. Para mim está tudo envolvido, também a estratégia de pintar num sítio onde é muito difícil e conseguir fazer uma grande cena, além de conseguir chegar lá sem que ninguém nos veja, conseguir estar lá e aguentar a pressão para fazer uma coisa com qualidade” (entrevista com *writer* anônimo).

13. *Trem*, no contexto brasileiro.

O risco procede da ilegalidade e dos contextos em que o *graffiti* é executado, os quais implicam ações que ameaçam a integridade física dos executantes. É, aliás, comum encontrar *writers* que falam abertamente de mazelas e “feridas de guerra”, ostentadas como testemunho de abnegação. O perigo está, também, associado à probabilidade de captura dos *writers* pelas autoridades. Existe, portanto, uma relação proporcional entre o risco e a glória (ou, pelo contrário, o infortúnio). Quanto mais arriscado e perigoso for um local ou contexto de atuação, maior o reconhecimento proporcionado. A vivência do risco, para além da estima social que possa trazer é, em si, um fator de motivação. Ou seja, o abismo é muitas vezes procurado pelo desafio que reclama e pelo prazer que propicia. Le Breton (1991) argumenta que as condutas de risco caracterizadas pela demanda deliberada da vertigem testemunham um engajamento lúdico com o mundo, que resulta num abandono relativo ou total ao ambiente circundante. Para muitos, é essa sensação única, essa espécie de “excitação incandescente” (Ferrell, 1996), que justifica a permanência pelo *graffiti* ilegal. A aproximação dos espaços limiares, esse jogo com a morte e com o imponderável, inverte o sentido ordenado do mundo e a hierarquia normal das emoções. Nesses terrenos, os jovens descobrem, muitas vezes, um outro *eu*. As situações-limite convidam a atos de heroísmo nos quais o medo não tem lugar, como testemunha DONA:

Eu acho que um *writer* tem de ser um bocadinho maluco da cabeça. Um *writer* tem de ser um bocadinho “avariado do sistema” [risos]. Porque é assim, porque não pode ter medo. Um *writer* não pode ter medo das coisas. Até pode ter medo, mas na altura o medo tem de ir embora para dar lugar a outra coisa. [...] se nós estamos numa missão, estamos todos: “é agora! é agora! Vamos embora!”. Tipo, aquilo tem de estar lá e temos de fazer aquilo, independentemente do medo que esteja dentro de nós, esquecer o medo e ir, não pensar... (entrevista com *writer* o DONA).

14. *Creative lawbreaking*, no original (Ferrel, 1996).

A “transgressão recreativa” (Ferrell, 1996)¹⁴ gera esse tipo de sensação e também uma ritualidade muito própria, carregada de adrenalina e extremamente viciante. Aliás, a dependência dessa atividade é algo que surge com frequência nos discursos dos *writers*: “[...] é assim, isto é uma droga [risos], é verdade, eu vivo com *graffiti* 24 horas por dia, é assim uma coisa... nem sei explicar como nem porquê, é uma coisa totalmente absorvente, absorve-me, mas absorve-me mesmo, mesmo [...] parece que é mais forte que eu, eu não consigo bem controlar isso, nem quero controlar isso por enquanto” (entrevista com o *writer* DONA).

Associado ao risco, está sempre latente a ideia de competição. Este é um jogo com rivais e inimigos que cumprem uma função fundamental no desenvolvimento das estratégias individuais e coletivas dos *writers*. Sobressai o eterno combate que opõe esses jovens às autoridades. Dos diálogos com os jovens retive as inúmeras narrativas que relatavam uma espécie de jogo do gato e do rato, envolvendo *writers* e policiais, com sucessos para ambos os lados. Poucos são aqueles que não passaram por um episódio mais atribulado, e é muito improvável encontrar alguém que não conheça uma série de incidentes ocorridos com amigos ou conhecidos. Aos encontros com a polícia somam-se os atritos com outros grupos que, em muitos casos, redundam em embates violentos.

Os que se debruçaram sobre o tema notaram a importância desse choque entre forças antagônicas, verdadeiro motor de uma cultura que se orgulha de afrontar as autoridades e as normas (Campos, 2010; Cooper e Chalfant, 1984; Macdonald, 2001; Ferrell, 1996; Castleman, 1982). A eterna luta do bem contra o mal é reconfigurada magicamente pelos *writers*, que se transformam em vândalos-heróis, fabricam máscaras e um *alter-ego* que importuna as forças incomensuravelmente mais poderosas ao serviço do Estado e das grandes empresas. “Os territórios de liminaridade são territórios de atrito, onde a ordem dominante é afrontada, transgredida, posta em causa”, afirma Machado Pais (2004, p. 18). Esse duelo é enaltecido. É evidente o orgulho com que jovens com pouco menos de vinte anos relatam inflamados a forma como escaparam a agentes e veículos da polícia.

As forças antagônicas não se resumem à polícia. É toda uma sociedade dominante que é concebida de forma algo difusa como oponente e que é identificada, muitas vezes, com o poder do Estado ou das grandes empresas. O ataque à propriedade pública e privada, o desprezo por uma cidade planeada, asséptica e vigiada, que é violentada através dos atos de *bombing*, revela a existência de uma permanente guerrilha simbólica. Um dos *writers*

que conheci confessava que essa era, sem dúvida, “a maior conspiração a nível mundial”. Daí as metáforas militaristas estarem bem presentes na representação dessa cultura, como notou Macdonald (2001), que associou essa propensão bélica à configuração das identidades masculinas dos *writers*. Esta é uma guerra pela conquista do espaço urbano, que encontra forte resistência por parte de grupos rivais, bem como das forças policiais e de vigilância entendidas como oponentes¹⁵.

Arte, dom, mérito e superação

Mas o *graffiti* não se resume a excessos, violência e adrenalina. Para muitos, essa prática oscila entre vandalismo e arte, não sendo inteiramente consensual para onde pende a bússola. Alguns consideram-no essencialmente uma atividade ilegal que visa atacar determinado patrimônio público ou privado, impondo uma presença incômoda na cidade. Outros acreditam que está em causa a afirmação de uma linguagem expressiva importante no contexto da arte pública contemporânea. Essas visões nem sempre coincidem.

Parece incontestável que nas últimas décadas o *graffiti* e a chamada *street art* começam a ser olhados pelos poderes públicos e pelo mercado da arte como bens estéticos legítimos e mercantilizáveis. Essa realidade tem sido notada por alguns pesquisadores que salientam, inclusive, as oportunidades profissionais que podem surgir do envolvimento nessa prática (Snyder, 2009; Campos, 2010). A reconversão simbólica operada sobre essas linguagens marginais está patente não apenas nas exposições que vêm ocorrendo em museus e galerias por todo o mundo, mas também em eventos que visam uma legitimação da arte urbana como forma de arte pública. Em Lisboa, nos últimos anos tal tendência tem se acentuado¹⁶, e algumas entidades públicas e privadas (por exemplo, a Câmara Municipal, galerias de arte, museus etc.) começam a se posicionar, cada vez mais, como atores relevantes para a construção da representação social do *graffiti* (e da *street art*) e da sua visibilidade pública. Ou seja, se em tempos mais longínquos o reconhecimento social dos *writers* se resumia a processos de avaliação internos, atualmente, dada a porosidade e a permeabilidade de fronteiras, a carreira nesse mundo poderá ser influenciada por uma série de fatores exógenos.

Apesar dessas alterações recentes que ocorrem fora do universo social dos *writers*, mas, obviamente, em estreita ligação com ele, é fato que desde os primórdios do *graffiti* encontramos a construção endógena de um discurso

15. Os estratagemas engendrados para contornar os obstáculos e tornar bem-sucedidas as missões revelam, em muitas circunstâncias, um grande investimento individual e coletivo na observação das rotinas e movimentos dos adversários.

16. Destacamos, por exemplo, o projeto da Galeria de Arte Urbana (GAU) dirigido pela municipalidade lisboeta (galeriaurbana.com.pt).

17. O trabalho de campo realizado, que deu origem às entrevistas e aos excertos que aqui reproduzimos, aconteceu antes dessas alterações significativas que ocorreram na cidade de Lisboa, principalmente a partir de 2009. Daí que se acredita que uma discussão sobre essas questões, se realizada atualmente, talvez pudesse trazer novos dados.

que visa a legitimação dessa expressão como forma de arte¹⁷. Nesse quadro, parece ser partilhada entre todos os *writers* a representação do *hall of fame* como uma manifestação artística: “O *hall of fame* é a vertente artística, mostrares o teu *skill* como designer, como pessoa... que gosta de desenhar e criar *pieces* abusadíssimos que uma pessoa fica ali: ‘hei!... comprava este quadro!’. Mesmo assim, é uma afirmação pessoal mas que não se destina só às pessoas dentro do *graffiti*” (entrevista com o *writer* RAPS).

O *hall of fame*, como obra singular, adquire um valor simbólico superior a qualquer outra produção visual. Primeiro, porque representa uma peça inédita, fruto de horas de trabalho e de um razoável investimento financeiro. Segundo, porque é a manifestação por excelência do *graffiti* como arte, um testemunho de virtuosismo técnico e de criatividade – daí que seja enaltecida a raridade da obra. Funda-se uma órbita do sagrado que é respeitada pela comunidade, a mesma que consagra os inspirados com um estatuto simbólico superior. Assim, em determinados lugares as obras são preservadas, contrariando as lógicas internas de um movimento que vive da fugacidade e efemeridade. Todavia, o *fame*, na medida em que ignora como fator fundamental a transgressão, avizinha-se dos exercícios artísticos convencionais, como o mural.

Há quem assegure que no *graffiti* o que está fundamentalmente em causa é aquilo que, de forma algo enigmática, os *writers* designam como “o estilo” – um roteiro de ordem visual que prescreve parâmetros de averiguação das propriedades das obras e do seu nível de qualidade, servindo de inegável indício de competências técnicas e criativas. O estilo emerge da obra, indiferente a questões de ordem contextual ou pessoal que distingam seu autor: “Para mim *graffiti* é mesmo uma arte, interessa que cada artista tenha o seu próprio estilo e depois pela sua própria cabeça vá arranjar a sua marca, a sua marca mesmo, o seu estilo, o seu estilo de letra, o seu estilo de *graffiti*” (entrevista com o *writer* QUÊ).

“Ter estilo” é uma expressão largamente utilizada, sendo sinônimo de conformidade com os padrões de qualidade exigidos. Ao contrário, não ter estilo ou ter um mau estilo equivale à produção de obras de qualidade formal duvidosa. A preocupação com o estilo aplica-se, principalmente, às obras com maior complexidade formal, sendo secundária, apesar de não estar ausente, na apreciação do *throw up* ou do *tag*. O discurso sobre o estilo é fundamental para a estruturação dessa cultura. É um discurso funcional, pois permite, simultaneamente, fundar preceitos de seriação qualitativa e educar os iniciados nas regras do gosto. O estilo aprende-se. Sauvageot

(1994, p. 17) afirma que “cada ato perceptivo alimenta uma experiência que se torna progressivamente memória”, situação que se verifica nessa educação do olhar, na experiência que se torna reminiscência e ajuda a compreender o mundo de modo descomplexificado. Um *writer* pode ter maior ou menor capacidade para desenvolver um bom estilo, mas sabe, contudo, assinalá-lo, pois adquiriu as bases de apreciação formal das obras:

É subjetivo a cena dos estilos, mas no *graffiti* dá para perceber facilmente os estilos. O que é que é melhor e o que é que não é melhor, o que é que é mais bonito e o que é que não é mais bonito, o que é que tem estilo próprio e o que é que não tem estilo próprio, o que é que é “bitado” [copiado] não sei de quem, o que é que está muito bonito mas foi puxado não sei de onde [...]. Para mim *graffiti* é mesmo uma arte, interessa que cada artista tenha o seu próprio estilo e depois pela sua própria cabeça vá arranjar a sua marca, a sua marca mesmo, o seu estilo, o seu estilo de letra, o seu estilo de *graffiti*. [...] No *bombing*, no *fame*, no *tag*, em tudo, estilo é estilo e o estilo vê-se, vê-se nas linhas (entrevista com o *writer* QUÊ).

Combinar o olhar com a técnica é o segredo de qualquer *writer*. A instrução do olhar acompanha o desenrolar da execução técnica ao longo do tempo. Para muitos *writers*, a aprendizagem é um caminho vagaroso, que passa pelo domínio de diferentes técnicas na busca de uma coerência estilística pessoal. O estilo pode e deve ser, também, cunho de individualidade no universo *graffiti*. É suposto haver algo de congruente e regular na obra de um *writer* que, independentemente de sua assinatura, permite identificar a marca e o legado disperso pelas paredes da cidade. Compete a quem possui alguma ambição, laborar para desenvolver um modo singular de pintar, com efeitos pictóricos inconfundíveis, apurando o *seu* estilo que, na medida do possível, deverá ser distinto de todos os outros:

É assim, vamos fazendo projetos [...] fazemos um estilo, desenvolvemos. Às vezes não temos ideias para mais. Eu vou tagando outras coisas [...] como eu tenho um estilo mesmo meu, eu posso fazer outros tags que quem passa na rua e vê de repente: “ah, é o CRIA!” (entrevista com o *writer* CRIA).

Desse modo, o *writer* pode afirmar-se como artista, alguém que possui um dom ou que funda uma gramática e uma técnica visual digna de registro. Consagra-se a ideia do artista como alguém que produz bens estéticos únicos, alvo de apreciação por parte da comunidade. É essa comunidade

18. Não podemos, no entanto, menosprezar o papel que outros atores podem assumir nessa dinâmica. Desde o início do *graffiti*, o papel do campo artístico (artistas, galerias de arte, críticos etc.) é preponderante no reconhecimento e na promoção de determinados *writers* que, dessa forma, adquirem uma extraordinária visibilidade pública.

que, com base nas suas convenções estilísticas, reconhece a capacidade dos executantes e, conseqüentemente, outorga valor artístico¹⁸.

Todavia, um estilo individual, para ser detectado, necessita deixar uma marca incisiva no tecido da cidade. Deve corresponder ao corolário de uma obra relativamente volumosa que com o tempo se impõe. O volume e a qualidade da obra são duas dimensões fundamentais para a validação do estilo. O reconhecimento coletivo corresponde, então, a uma legitimação do autor e da obra, à concessão de um espaço de autoria que é conquistado e salvaguardado. Aos que não têm estilo – por exemplo, iniciantes – não são outorgados privilégios de autoria e autoridade, pois não se lhes reconhecem qualidades satisfatórias para ocuparem condignamente um espaço de excelência. Suas obras, além de ignoradas, podem ser menosprezadas e mesmo violadas.

Autoria e estilo pessoal são, portanto, elementos indissociáveis; adquirem-se com esforço e trabalho e representam um patamar seguro na carreira de um *writer*. A partir do momento em que o estilo é autenticado como um produto de autor, ou seja, como um modelo estilístico criado por alguém e ratificado por todos, ele se converte numa propriedade do seu criador. A paternidade de um estilo é poder, representando a conquista de um limiar simbólico e a consagração de um estatuto. Existem, por isso, direitos simbólicos sobre o estilo que, de acordo com normas de conduta invocadas, devem coibir sua cópia.

A vocação artística apenas toca uma parte daqueles que contatei; os restantes simplesmente confessam as reduzidas ambições no domínio da arte. Todavia, todos procuram alguma forma de apuramento técnico, tendo sempre por móbil confesso o desenvolvimento individual de uma expressão visual. O bom estilo é fruto da união íntima entre o trabalho e o dom. A versatilidade plástica do *graffiti* permite criar gramáticas pictóricas de autor com base num legado coletivo mais lato. O *lettering* usado, a forma como é trabalhado, os cenários e os *bonecos*, o cromatismo, o traço, entre outros elementos, facilitam sua decifração. A perseverança e a disciplina são essenciais, pelo que as limitações podem ser vencidas pelo esforço e labor intensos, como indiciam os seguintes testemunhos:

Hall of fame, para mim funciona um bocado mais como testar-me a mim próprio, na técnica, é uma coisa mais trabalhada, mais pensada [...] antes de tudo, para mim, no sentido artístico do *graffiti* eu tenho um dever para mim que é conseguir evoluir, ver que estou a evoluir, tecnicamente para mim é uma coisa que é muito importante (entrevista com o *writer* MOLIN).

É preciso é treino, treino. As pessoas dizem, “ah, mas tu tens mais jeito!”. Não é jeito, é treino. Eu não desenho como desenhava há dois anos atrás, nem nada que se pareça. Por quê? Porque continuei sempre a desenhar, se continuares sempre a desenhar consegues [...] se tiver força de vontade consegue [...] Isto está sempre dentro de nós qualquer coisinha, é preciso é explorá-la ao máximo” (entrevista com o *writer* SMILE).

Entendo que estamos perante a construção de uma representação do artista como herói: aquele que, por determinado ato, sobressai da mediania do homem comum; aquele que, através de uma linguagem singular, é reconhecido como alguém que possui um dom ou se destaca pelo apuramento do gesto estilístico; aquele que inaugura um discurso e uma técnica expressiva que os demais reconhecem ser digna de figurar na herança estética da comunidade, abrindo caminhos para outros. Essa imagem mitificada invoca o ideal do artista como *gênio* forjada durante o romantismo (Santos, 1994; Tota, 2000), que confere ao artista um “halo misterioso e sagrado” (Tota, 2000, p. 73). O talento artístico é socialmente valorizado pelo discurso dominante, sendo, igualmente, reconhecido pelos membros da cultura *graffiti* como fator essencial para a construção de uma carreira com mérito. A genialidade é procurada e incentivada. A busca por uma expressão cada vez mais apurada do ponto de vista técnico e estilístico é algo que é realçado como princípio de base para o desenvolvimento pessoal do *writer*. *Evolução* é a palavra-chave, implicando a transposição das dificuldades e limitações pessoais, numa lógica de superação constante:

Nós acompanhamos [...] a evolução da pessoa, dos outros *writers* e vamos vendo o estilo a melhorar, ele a adaptar-se a uma vertente, a fazer mais comboios, ou a fazer mais paredes, ou a fazer mais tags, qualquer coisa... e o estilo a melhorar e a ficar mais alto, a ficar maior (entrevista com o *writer* FIRE).

O sentido de heroísmo pode detectar-se também na nobreza do ato artístico tal como é perfilhado pelos *writers*. Para eles, esse gesto é, sempre, uma expressão autêntica e emancipada de qualquer tipo de pressão externa. Ou seja, o *graffiti* legítimo deve estar completamente arredado do mercado, ser realizado em função de uma vocação individual, não estar monetariamente comprometido. Esta visão que opõe a “pureza da arte” à perversão proporcionada pelo mercado não é exclusiva do mundo do *graffiti* (Simões, Nunes e Campos, 2005). O *writer* é, assim, visto como uma espécie de resistente,

de alguém que atua contra tudo e contra todos em prol da sua vocação artística. Há, por isso, algo de sublime nessa atitude, uma perpetuação do ideal do ser que deve permanecer completamente livre e impoluto perante pressões morais ou financeiras. A propósito dos trabalhos encomendados, conforme o relato do *writer* FIRE:

É *ótimo* receber dinheiro a fazer o que se gosta, é *ótimo*. Quer dizer enquadrar o nosso estilo num trabalho para uma discoteca, um bar, uma empresa qualquer que ela seja, mas quer dizer, não é *graffiti*, para mim não é... É uma vertente do *graffiti*, paralela, que não é importante sequer. É importante em termos próprios, mas não vai entrar no *graffiti*, a comunidade do *graffiti* não avalia esse tipo de trabalho (entrevista com o *writer* FIRE).

Podemos considerar que existe, latente, a ideia de imersão num outro mundo, na periferia das rotinas diárias, dos valores, das normas e dos hábitos de cidadãos comuns. Essa opção implica, igualmente, um sentimento de superioridade que é de certa forma cultivado pelos participantes nesse universo. Ultrapassar as condicionantes culturais e pessoais, invertendo a ordem normativa, testando as capacidades individuais de resistência à adversidade ou apurando o gênio, transportam o *writer* para um outro plano que é sentido, por muitos, como uma espécie de libertação, como atestam as palavras do *writer* RAPS sobre sua entrega inicial à prática do *graffiti*:

[...] aí houve identificação com o que é que representa o *graffiti*, da adrenalina, da constante procura de fazer uma cena radical, uma cena fora, que está fora da normalidade, da vulgaridade da sociedade e libertares-te um pouco e acredita que dá-me muito prazer [...]. É um momento percebes? E na vida deves ter momentos em que te abstrais de tudo o resto e só ficas ali (entrevista com o *writer* RAPS).

É um combate que se dirige, igualmente, às circunstâncias da existência que se impõem de alguma forma com sua força coerciva. Ao escalam os edifícios, ao penetrarem nos subterrâneos do metropolitano e ao fugirem da polícia, os jovens *writers* desafiam os limites da vida e da norma social. Afrontam a morte, as sanções morais e judiciais. A grandeza dessa missão revela-se não apenas na superação dos difíceis obstáculos, mas, sobretudo, por esta se anunciar como uma atividade verdadeiramente despojada e abnegada. Está sempre presente uma glorificação do espírito missionário e altruísta de quem integra o meio.

Ao ultrapassarmos os limiares, não estamos apenas a aventurar-nos nos caminhos do heroísmo; estamos, também, a jogar simbolicamente com a alteridade, com o domínio do *outro* que se apresenta como o desconhecido, o inominável, o diferente (Lupton, 1999). Daí a sensação de libertação e de autonomia, de fuga ao controlo disciplinador da norma e dos hábitos mundanos que leva tantos *writers* a enveredarem por caminhos perigosos ou a dedicarem-se abnegadamente ao desenvolvimento de uma expressão visual marginal. De acordo com Le Breton (1991), numa sociedade securitária, dominada pela racionalidade e pela tecnologia, o perigo transforma-se em espaço de liberdade e de afirmação do *eu*. A liberdade advém dessa escolha pessoal pelo risco e pela transgressão, do desejo de ser diferente, de jogar com identidades liminares.

Notas finais

Cada vez mais, as pessoas se interrogam sobre as suas identidades, esforçando-se por moldá-las de acordo com narrativas e imaginários diversos. A formação da identidade pessoal e cultural parece ancorar num processo relacional e dinâmico, não determinado rigidamente pela história e cultura. A construção da identidade lida com a capacidade de adaptação e de gestão estratégica, tem a ver com a “utilização dos recursos da história, da linguagem e da cultura para a produção não daquilo que somos, mas daquilo no qual nos tornamos” (Hall, 2005, p. 109). No mesmo sentido, Agier (2001, p. 10) argumenta que toda a identidade “é então múltipla, inacabada, instável, sempre experimentada mais como busca que como um fato”.

A “reflexividade da vida moderna” (Giddens, 1992; 1994), o alargamento do campo de possibilidades e a erosão da capacidade prescritiva e orientadora das instituições sociais mais tradicionais redundam naquilo que muitos denominam “crise de identidades” (Hall, 2004, 2005; Woodward, 2005). Essa condição contemporânea parece favorecer a emergência de “projetos individuais” (Velho, 1987) que remetem para uma conscientização de um percurso individual no interior de um *campo de possíveis* que, sendo socialmente induzido, não determina irremediavelmente as vias pelas quais se delineia o futuro pessoal. Há, por isso, uma progressiva consciência, por parte dos atores, de que a vida é feita de escolhas e é, em certa medida, um jogo não completamente irreversível. Podemos em diferentes contextos metropolitanos ensaiar diferentes estilos de vidas, modalidades de identificação, distintas pertenças e vínculos sociais. Esse

jogo faz parte da forma como vamos, ao longo de nossa vida, traçando nossa identidade pessoal e cultural.

A experiência fragmentada do *eu* parece ser particularmente problemática no caso dos jovens que têm de lutar por impor alguma coerência no seu mundo, atribuindo um rumo aos seus projetos (McDonald, 1999). É uma batalha travada a fim de confirmar a capacidade de ação do indivíduo, soberano de sua biografia, tendencialmente emancipado de estruturas que longe de indicarem balizas culturais consistentes, exigem cada vez mais indivíduos criativos e versáteis. Conforme McDonald (1999, p. 216), “não somos mais induzidos a adotar um papel, devendo antes procurar o nosso herói interior”. Esta é uma dimensão bem visível na cultura *graffiti*.

O jogo de identidades faz-se da exploração de novos papéis, do ensaio de formas imaginadas e glorificadas de viver o dia a dia que recolhem do perigo, do sublime estético e da vida nas margens – instrumentos para sonhar vidas heroicas. Destacando-se da vulgaridade e da rotina enfadonha, os jovens paralisam suas identidades socialmente reconhecíveis, criam um *alter ego* que se insurge contra as instituições dominantes e a ordem social. Portanto, o *graffiti* pode ser entendido como um campo de emancipação e *empowerment* para muitos jovens.

Primeiro porque, como é evidente, a integração nesse universo à margem resulta de uma opção pessoal convicta, apesar das resistências morais e legais óbvias. Ao fazerem essa escolha, os jovens têm consciência de que embarcam num empreendimento condenado socialmente e punido legalmente; sabem que estão indo contra a maioria, que podem enfrentar dolorosas sanções morais e legais. Esta é, contudo, uma atitude de autonomia e uma expressão de resistência e soberania dos jovens perante o mundo dos adultos e de suas instituições opressivas.

Segundo porque é um campo que favorece a emergência de gestos que reivindicam um convívio com capacidades desconhecidas dos atores, que exigem provações várias e uma vivência dos limites. A entrega ao risco e à vertigem do inesperado e a busca da genialidade estética envolvem a superação do adquirido e dos hábitos cristalizados, requerem uma suspensão provisória da segurança e uma atitude de audácia. A transposição de limitações individuais e a violação de barreiras sociais e culturais transportam uma saborosa sensação de vitória, de transcendência de quem subjugou vícios e obstáculos.

Entendo, por isso, que a imagem do *writer* como herói é algo que sustenta ideologicamente essa prática social com mais de trinta de anos. Seja pelos feitos extraordinários de coragem no confronto com as forças da ordem e na

conquista da cidade, seja pela singularidade das obras estéticas que produz, o *writer* deve distinguir-se do homem comum abraçando uma vida paralela, privilegiando “a coragem de lutar e atingir objetivos extraordinários em busca da virtude, da glória e da fama” (Featherstone, 2001, p. 17).

Referências Bibliográficas

- BURGESS, Ernest. (1997), *A pesquisa de terreno*. Oeiras, Celta.
- CAMPOS, Ricardo. (2013) “Graffiti writer as superheró”, *European Journal of Cultural Studies*, 16 (2): 155-170
- . (2012) “A pixelização dos muros: graffiti urbano, tecnologias digitais e cultura visual contemporânea”, *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, 9 (2), 543-566
- . (2010), *Porque pintamos a cidade? Uma abordagem etnográfica do graffiti urbano*. Lisboa, Fim de Século.
- . (2009a), “Entre as luzes e as sombras da cidade. visibilidade e invisibilidade no graffiti”. *Etnográfica*, 13 (1): 145-170.
- . (2009b), “A imagem é uma arma, a propósito de *riscos* e *rabiscos* no Bairro Alto”. *Arquivos da Memória*, 5/6: 47-71.
- . (2009c) “Movimentos da imagem no graffiti: das ruas da cidade para os circuitos digitais”. In: CARMO, Renato do & SIMÕES, José. *A produção das mobilidades: redes, espacialidades e trajectos*. Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais.
- CASTLEMAN, Craig. (1982), *Getting up: subway graffiti in New York*. Cambridge (MA), MIT Press.
- CEREJO, Dalila. (2007), *Risco e identidade de género no universo graffiti*. Lisboa, Edições Colibri/Socinova.
- COOPER, Martha & CHALFANT, Henry. (1984), *Subway Art*. Londres, Thames & Hudson.
- FEATHERSTONE, Mike. (2001), “A vida heróica e a vida quotidiana”. *Revista Comunicação e Linguagens*, 30: 11-34.
- FERRELL, Jeff. (1996), *Crimes of style. Urban graffiti and the politics of criminality*. Boston, Northeastern University Press
- SAAVEDRA, Fernando FIGUEROA. (2006), *Graphitfragen: una mirada reflexiva sobre el graffiti*. Madri, Ediciones Minotauro Digital.
- GARI, Joan. (1995), *La conversación mural: ensayo para una lectura del graffiti*. Madri, Fundesco.
- GRÁCIO, Sérgio et al. (2004) *Subculturas juvenis urbanas: ideologia, performatividade e consumo cultural: o caso do movimento hip-hop*. Relatório de projeto financiado pelo Programa POCTI. Lisboa, FCSH/UNL.
- GIDDENS, Anthony. (1992), *As consequências da modernidade*. Oeiras, Celta.

- . (1994), *Modernidade e identidade pessoal*. Oeiras, Celta.
- HALL, Stuart. (2004), *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro, DP&A.
- . (2005), “Quem precisa da identidade?”. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença. A perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, Vozes.
- HAMMERSLEY, Martyn & ATKINSON, Paul. (1983), *Ethnography: principles in practice*, Londres/Nova York, Tavistock Publications.
- LE BRETON, David. (1991), *Passions du risque*. Paris, Éditions Métailé.
- SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos. (1994), “Cultura, aura e mercado”. In: MELO, Alexandre (org.). *Arte e dinheiro*. Lisboa, Assírio & Alvim.
- LUPTON, Deborah. (1999), *Risk*. Londres/Nova York, Routledge.
- MACDONALD, Nancy. (2001), *The graffiti subculture: youth, masculinity and identity in London and New York*. Hampshire, Palgrave Macmillan.
- MANCO, T.; ART, L. & NEELON, C. (2005), *Graffiti Brasil*. Londres, Thames & Hudson.
- MARQUES, Filomena; ALMEIDA, Rosa & ANTUNES, Pedro. (1999), “Traços falantes (a cultura dos jovens *graffiters*)”. In: PAIS, Machado (org.). *Traços e riscos de vida*. Porto, Ambar.
- MCDONALD, Kevin. (1999), *Struggles for subjectivity: identity, action and youth experience*. Cambridge, Cambridge University Press.
- PAIS, José Machado. (2002), “Praxes, graffitis, hip hop”. In: FEIXA, Carles; COSTA, Carmen & PALLARÉS, Joan (eds.). *Movimientos juveniles en la Península Ibérica: graffitis, grifotas, ocupas*. Barcelona, Ariel.
- . (2004), “Introdução”. In: PAIS, José Machado & BLASS, Leila Maria (coords.). *Tribos urbanas: produção artística e identidades*. Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais (ICS/UL).
- SAUVAGEOT, Anne. (1994), *Voirs e savoirs: esquisse de une sociologie du regard*. Paris, Presse Universitaires de France.
- SNYDER, Greg. (2009), *Graffiti lives: beyond the tag in New York's urban underground*, New York, New York University Press.
- SIMÕES, José. (2010), *Entre a rua e a internet. Um estudo sobre o hip-hop português*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais.
- SIMÕES, José; NUNES, Pedro & CAMPOS, Ricardo. (2005), “Entre subculturas e neo-tribos: propostas de análise dos circuitos culturais juvenis: o caso da música rap e do hip hop em Portugal”. *Fórum Sociológico*, 13/14 (2): 171-189.
- SPINELLI, Luciano. (2007), “Pichação e comunicação: um código sem regra”. *Logos*, 14 (26): 111-121.
- TOTA, Ana Lisa. (2000), *A sociologia da arte*. Lisboa, Estampa.
- VENTURA, Tereza. (2009), “Hip-hop e graffiti: uma abordagem comparativa entre Rio de Janeiro e São Paulo”. *Análise Social*, XIV (192): 605-634.

WOODWARD, Kathryn. (2005), "Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual". In: SILVA, Tomaz Tadeu da. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, Vozes.

Resumo

Liberta o herói que há em ti: risco, mérito e transcendência no universo graffiti

Este artigo baseia-se numa pesquisa de natureza etnográfica realizada na área metropolitana de Lisboa, entre 2005 e 2007, cujo objeto é o *graffiti* urbano. Este é um contributo para o património de estudos dedicados à juventude, na medida em que aborda as questões de criatividade, agência e construção identitária num contexto social que, como diversas pesquisas têm demonstrado, é basicamente ocupado por indivíduos jovens. O risco e o gênio artístico são elementos que permitem avaliar o mérito de seus atores, fomentando a fabricação de uma representação do *graffiti writer* como um herói desalinhado, um virtuoso que se destaca do comum dos cidadãos. Seja pela vivência intensa do perigo na execução de *graffiti* ilegal em contextos ameaçadores, seja pela busca de uma linguagem estética singular e inovadora, o *writer* transcende fronteiras normativas e limitações pessoais. Argumentamos por isso que o *graffiti* é um fator de capacitação individual, um recurso vital na construção de identidades pessoais e coletivas à margem dos padrões hegemônicos.

Palavras-chave: *Grffiti*; Juventude; Risco; Arte; Heroísmo.

Abstract

Free the hero inside yourself: risk, merit and transcendence in the world of graffiti

An ethnographic research project developed in Lisbon's graffiti community between 2005 and 2007 forms the starting point for exploring the social condition of young members from this community. This article looks to add to the theoretical debate on urban youth cultures, invoking key concepts like creativity, agency and identity in this particular cultural universe. The graffiti writers live between two social and cultural worlds, evolving complex strategies to manage identities and everyday life. For many young people, graffiti represents a ground for their struggles and transgressions, a chance to reject the law and hegemonic norms, an arena where they can experience excitement, risk, behave heroically and, sometimes, suffer painful sanctions. In a safety-obsessed society, danger becomes a space for freedom where young writers can challenge the limits of life and normative boundaries. This is why there is often a feeling of release and autonomy, of escaping the disciplinary control of social norms and worldly habits and why their exploits appear to be imbued with greatness and heroism.

Keywords: Graffiti; Youth; Risk; Heroism; Art.

Texto recebido em 13/10/2011 e
aprovado em 24/1/2013.

Ricardo Campos é investigador-auxiliar do Centro de Estudos da Migrações e Relações Inter-culturais da Universidade Aberta, (CEMRI-UAb), Portugal. E-mail: rmcampos@yahoo.com.br.