



## **Vida na Metrópole: Comunicação Visual e Intervenções Juvenis em São Paulo<sup>1 2</sup>**

Profa. Dra. Silvia Helena Simões Borelli (PUCSP/SENACSP)<sup>3</sup>  
Profa. Dra. Rita de Cássia Alves Oliveira (PUCSP/SENACSP)<sup>4</sup>

### **Resumo**

O objetivo é desenvolver uma reflexão sobre cidades e culturas urbanas/juvenis: nas últimas décadas presenciamos a valorização das culturas de rua a partir das práticas juvenis, especialmente as intervenções urbanas. Da vida boêmia e os cartazes de Paris do século XIX, aos graffitis e pichações das paisagens metropolitanas contemporâneas, os espaços públicos das grandes cidades foram progressivamente ocupados por uma imensa diversidade de formas de comunicação visual. As culturas de rua atrelam-se aos jovens, suas formas de apropriações da cidade e suas expressões gráficas. Investigar as intervenções urbanas juvenis requer a configuração de um protocolo metodológico que parte da metrópole e da vida dos jovens na cidade para a compreensão dessas produções gráficas.

### **Palavras-chave**

cidade e culturas urbanas; vida cotidiana; comunicação visual e design; intervenções juvenis.

### **Corpo do trabalho**

#### **Vida na metrópole: de que cidade se fala?**

Apresenta-se aqui como princípio norteador da reflexão uma, entre outras concepções de cidade, que não se atém apenas ao cenário urbano/metropolitano “físico” – ruas, avenidas, monumentos – mas a uma cidade plena, ocupada e modificada pelas intervenções humanas e constituída também por ordens imaginárias:

... a figura da cidade tem menos a ver com a alta regularidade dos modelos expertos do edificar que com o mosaico artesanal do habitar. E isto nos revela que a geografia das identidades remete tanto às figurações que demarcam as ruas e as praças como às fissuras que introduz a desordem das experiências e dos relatos [...] a pista das fissuras torna possível des-cobrir outra visão e outra dinâmica: a das flutuações e dos fluxos nos quais se gestam outras ordens. (MARTÍN-BARBERO, 2004:277)

Intervenções desencadeadoras de ações intencionais que transformam homens e mulheres em personagens, sujeitos que se apropriam dos espaços públicos – com eles interagindo ora de forma harmônica e equilibrada, ora de maneira conflituosa e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP Comunicação e Culturas Urbanas, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Artigo entregue para publicação nos anais do II Simpósio sobre Espaços Urbanos. PPGCOM-UFPE, 2008 (no prelo).

<sup>3</sup> Antropóloga, pesquisadora e professora Livre Docente do Programa de Estudos Pós-graduados em Ciências Sociais (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP) e do Mestrado em Design, Comunicação e Cognição (SENACSP). siborelli@gmail.com.

<sup>4</sup> Docente e pesquisadora do Programa de Mestrado em Design, Comunicação e Cognição do Centro Universitário SENAC-SP e do Departamento de Antropologia (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUCSP). ritacao@uol.com.br.



insidiosa, na tentativa de converter os espaços em “lugares meus”. (BORELLI e ROCHA, 2005)

A cidade pode ser, como propõe Appadurai (2004), uma “etnopaisagem”:

...a paisagem de pessoas que constituem o mundo em deslocamento que habitamos: turistas, imigrantes, refugiados, exilados, trabalhadores [...] Não quero com isto dizer que não haja comunidades e redes de parentesco, amizade, trabalho e lazer, bem como de nascimento, residência e outras formas de filiação relativamente estáveis. Quero dizer que por toda a parte o tecido destas estabilidades é feito no tear dos movimentos humanos [...] No centro desses factos está a reprodução social, territorial e cultural da identidade de grupo em mudança [...] As paisagens da identidade de grupo – as etnopaisagens. (APPADURAI, 2004:51 e 71)

A “paisagem” é sugerida como “sufixo” para captar a “forma fluida e irregular destes horizontes”. E com o objetivo de analisar os fluxos globais e as “disjunturas” por eles provocadas, Appadurai propõe, ainda, uma classificação em quatro outras dimensões: tecnopaisagens, financiopaisagens, mediapaisagens e ideopaisagens (APPADURAI, 2004:50). Desta classificação podem-se retirar, em síntese, os seguintes pressupostos: a configuração mundial e fluída da tecnologia e a disposição globalizada das finanças e do capital; a capacidade de “distribuir e disseminar” informações e as “imagens do mundo” criadas pelas diferentes mídias. (APPADURAI, 2004:52-53)

Trata-se, de certa forma, de uma cidade cindida em cenários, assim como, cindida está a sociedade da qual ela é parte constitutiva; sociedade transformada e distanciada da idéia clássica que pressupõe uma “cena única e nacional”, em que as comunidades se vinculavam “a um território, a uma língua e a certas tradições” (SARLO, 2003:56-57). Uma cidade que hoje é parte de uma cultura globalizada e desterritorializada e distante dos padrões anteriores, em que ainda era possível conceber:

Um ideal de cidade relativamente homogênea, não porque as classes sociais deviam mesclar-se invariavelmente em cada um dos pontos da trama urbana, mas porque esta devia oferecer uma distribuição equitativa de espaços e equipamentos: parques, escolas, hospitais, bibliotecas [...] A cidade cresceu com este ideal homogêneo nunca realizado plenamente... (SARLO, 2003:53).

Ainda assim, sujeitos e personagens vivem a e na cidade atribuindo a ela um complexo sentido de diversidade – multicultural, intercultural, transcultural:

Não podemos nos contentar com a apologia da diferença [...] Numa época globalizadora – em que a cidade não se constitui apenas pelo que acontece em seu território, mas também pelo modo como migrantes e turistas, mensagens e bens procedentes de outros países a atravessam – construímos mais intensamente o próprio a partir do que imaginamos sobre os outros [...] num multiculturalismo democrático e inteligente. (CANCLINI, 1995:90 e 91)

Canclini desenvolve uma sugestiva reflexão sobre as mudanças nas formas de constituição das identidades de sujeitos que, anteriormente, incluíam-se e inseriam-se



pela pertença a uma sociedade nacional, a uma etnia – e por que não, a uma cidade, a um bairro? – e ali partilhavam de uma mesma língua e de duradouros laços, tecidos por *estruturas de sentimento* (WILLIAMS, 1997); e indaga sobre as alternativas de enfrentamento desta nova paisagem *transnacionalizada material e simbolicamente*:

As identidades dos sujeitos formam-se, agora, baseadas em processos interétnicos e internacionais, entre fluxos produzidos pelas tecnologias e pelas corporações multinacionais [...] Hoje imaginamos o que significa ser sujeitos não apenas de nossa cultura de origem, mas também de uma variedade de repertórios simbólicos e modelos de comportamento. Podemos cruzá-los e combiná-los. (CANCLINI, 2004:161)

Assim como se alteram as sociedades e as subjetividades, as cidades se transfiguram. Nesta *cidade disseminada* vive-se a tensão entre o modelo ilusório de autonomia dos bairros, dos lares e dos miniterritórios – onde ainda imperam algumas relações de vizinhança – e um novo modelo, das redes imateriais, dos laços difusos e dos rituais ligados à comunicação transnacional (CANCLINI, 1995:88-89). Entre a cidade gregária e a cidade nômade, articulam-se, conflituosamente, tradição e ruptura, velocidade e ritmo lento, cultura local e cultura de mercado.

Retomando os clássicos referenciais de Williams, pode-se conceber uma cidade miscigenada, ao mesmo tempo, por formas residuais e traços emergentes:

O residual, por definição, foi efetivamente formado no passado, mas se encontra ativo no processo cultural; não só como elemento do passado, mas como um efetivo elemento do presente [...] Por emergente quero denotar, em princípio, novos significados e valores, novas práticas, novas relações e tipos de relações que se criam continuamente [...] nesse sentido, melhor emergente do que simplesmente novo. (WILLIAMS, 1997:144, 145-146)

A cidade pode ser também analisada por meio da trajetória proposta por Certeau (1994) em suas “caminhadas”: da cidade como “irrupção urbana”, “lugares paroxísticos”, “palco de concreto, de aço e de vidro”, “cidade panorama”, para uma cidade onde vivem “caminhantes e pedestres, praticantes ordinários” de “práticas estranhas ao espaço geométrico ou geográfico” (CERTEAU, 1994a:169-172). Uma cidade que resulta das articulações entre “espaço e lugar”:

Existe espaço sempre que se leva em conta vetores de direção, quantidade de velocidade e a variável tempo [...] O espaço estaria para o lugar como a palavra quando falada, quando percebida na ambigüidade de uma efetuação [...] Diversamente do lugar, não tem a univocidade nem a estabilidade de um “próprio” [...] o espaço é um lugar praticado. Assim, a rua geometricamente definida por um urbanismo é transformada em espaço pelos pedestres. (CERTEAU, 1994a:202)

E outros autores, entre eles Martín-Barbero (2004), retomam de Certeau uma “concepção ativa de espaço” e recolocam a importância e o sentido que se deve atribuir ao “lugar”:



...nossa ancoragem primordial: a corporeidade do cotidiano e a materialidade da ação [...] ainda atravessado pelas redes do global, o lugar continua sendo feito do tecido e da proximidade dos parentescos e vizinhanças [...] este é o local que introduz ruído nas redes, distorções no discurso global, mediante os quais emerge a palavra de outro, de muitos outros. (MARTÍN-BARBERO, 2004:269-270)

Focando um pouco mais, Certeau salienta que os bairros e as ruas constituem-se também como significativos elementos da reflexão sobre a cidade e seus habitantes, em especial, como referência que reforça uma concepção ativa do espaço:

O bairro aparece como o domínio no qual a relação espaço/tempo se apresenta como a mais favorável para um usuário que se desloca “a pé a partir de seu habitat” [...] O bairro evidencia-se como uma noção dinâmica, que exige uma aprendizagem progressiva, ampliada pela repetição do envolvimento do corpo do usuário no espaço público, até exercer ali uma apropriação. (CERTEAU, 1994b:20)

Dos bairros e das ruas, pelos espaços e lugares desta cidade disseminada, circulam toda sorte de personagens que marcam a cidade deixando rastros; entre eles, aqui se destacam alguns coletivos juvenis que, com suas práticas e lógicas de usos e apropriações, negociam sentidos e permitem a reiteração das concepções de cidade múltipla até então apresentadas.

### **Espaços e lugares**

Nas últimas décadas vivencia-se uma intensa valorização das culturas de rua. A prática do *skate* e outros esportes, a produção de *graffitis*<sup>5</sup> e *pixações*<sup>6</sup> e a emergência da cultura Hip Hop, com sua característica sonoridade e uso do corpo, marcam alguns dos momentos em que as culturas de rua ganham evidência e importância no contexto da cultura contemporânea. Os campos da moda, publicidade e comunicação visual voltam-se, cada vez mais, para estas práticas e aí encontram suas referências estéticas e conceituais para manterem-se atualizados na tentativa de antecipar tendências e linguagens que poderão se tornar corriqueiras, poucas semanas ou meses depois.

Os jovens são responsáveis por boa parte dessas práticas culturais articuladas à vivência nas ruas das grandes cidades. Na virada do milênio, a vida na metrópole contemporânea está cada vez mais agitada e colorida. Os muros, paredes e postes da cidade enchem nossos olhos com mensagens gráficas dos *graffitis*, *pixações* e *stickers*<sup>7</sup>. As novas tecnologias digitais proporcionam uma relação mais autônoma e produtiva com os universos musicais e imagéticos; a facilidade de produção, distribuição e apropriações

---

<sup>5</sup> Optou-se aqui pela grafia internacional dessa palavra, *graffiti*. No Brasil costuma-se, vez ou outra, utilizar a grafia nacionalizada (*grafite*) que, no entanto, pode ser confundida com o material e a técnica de desenho também conhecidos como grafite.

<sup>6</sup> Nos dicionários de português encontramos a palavra *pichação* com *ch*; aqui, entretanto, optou-se pela grafia adotada pelos próprios jovens: *pixação*, com *x*.

<sup>7</sup> *Street stickers*, em inglês: adesivos de papel ou vinil, de produção caseira e individual que são espalhados pelas ruas como forma de manifestação artística anônima e sutil.



de sons e imagens transformam os jovens em *prossumidores* (KERCKHOVE, 1997), novos agentes sociais que aos poucos vão deixando de lado a postura passiva frente à produção industrial e massiva da cultura, para assumir o papel de produtores de estilos, linguagens e idéias. Nestes espaços de experimentação constante, a sensibilidade e o prazer estéticos característicos do *Homo sapiens* (MORIN, 1975) encontram aí solo fértil para seu desenvolvimento. Estas práticas ganham importância na medida em que as culturas juvenis vão se destacando na esfera cultural, social, econômica e política.

A juventude da virada do milênio desenvolve uma relação muito particular com a vida metropolitana: os jovens experimentam a cidade como *homens da multidão*; convivem com as aglomerações cotidianamente; resistem, como podem, à homogeneização e ao anonimato das “cidades disseminadas”; inserem-se no fluxo constante de pessoas, veículos, informações, imagens e têm uma relação particular com as ruas e com a cidade em sua totalidade. Nas cidades modernas há muitas maneiras de ser jovem: a metrópole apresenta-se como *panorama sumamente variado e móbil, que abarca seus comportamentos, referências identitárias, linguagens e formas de sociabilidade* (MARGULIS e URRESTI, 1998:3). A excursão pelas ruas organiza o ciclo da vida e articula a percepção do espaço urbano e o tempo cotidiano dos jovens (PÀMPOLS, 1988). Encontram-se em mobilidade constante: escolhem onde estar e aonde ir; invadem bairros e territórios sempre em busca de novidades, do desconhecido, do desafio.

O campo da comunicação contemporânea desenvolve-se em estreita relação com estas culturas de rua. São elas que informam, oxigenam e pressionam a transformação constante do design, especialmente o gráfico, que vai buscar na vida das ruas sua fonte de inspiração e renovação de tipografia, texturas, cores, imagens, signos e linguagens.

### **Cultura de rua, jovens e produções gráficas**

Apesar da constituição do campo do design estar atrelado a industrialização e a expansão da organização industrial dos séculos XVIII e XIX, os novos cenários urbanos traziam a comunicação visual moderna estampada nos vários setores do mercado editorial e da publicidade emergentes (CARDOSO, 2004).

A modernidade trouxe uma cultura imagética impulsionada pela reprodutibilidade técnica das imagens que alterou a paisagem urbana, o cotidiano e o *sensorium* destes homens metropolitanos (BENJAMIN, 1991). O imaginário moderno passa, então, a ser mobiliado por imagens e produtos culturais derivados da cultura de massas; segue sendo a fonte de onde jorram as imagens e os significados que vão compor a produção das indústrias da cultura (MORIN, 1987 e 1975).



A forte articulação entre a constituição do campo do design e a vida cotidiana das ruas metropolitanas passa pelos novos ares modernos que chegam com os cartazes de rua, *homens sanduíches*, cartões de visita e o emergente mercado editorial (HOLLIS, 2000). Entre os grandes *reclames* afixados as paredes e os anúncios nos jornais ou nos bondes, a publicidade começa a se definir *como expressão dos sonhos em comum e como arena predileta para a cristalização dos mesmos em uma nova linguagem inteligível por todos* (CARDOSO, 2004:81). As metrópoles foram invadidas pelos cartazes, que têm quase sempre um destino urbano e fazem parte da *cultura mosaica* da vida cotidiana nas cidades; em sua *função de paisagem urbana*, os cartazes provocam os choques visuais a que são expostos os transeuntes no mosaico de solicitações díspares nas vias públicas: *nenhum plano urbanista contribuiu para a sua realização; eles fornecem, entretanto, a cor da cidade* (MOLES, 1987:220).

A modernidade dos panoramas, galerias, exposições universais e da iluminação a gás nas ruas das metrópoles enfatizou o olhar a partir da articulação entre arte e técnica, cidade e multidão. As metrópoles ingressaram na era do espetáculo; os entretenimentos públicos multiplicavam-se em Londres e Paris aproveitando-se da grande concentração de espectadores dispostos a pagar para se divertir. A exuberância e imponência das exposições universais com seus cenários, edifícios e mundos fantásticos anunciavam que consumir com os olhos já era uma das principais características do regime do consumo como lazer e espetáculo.

Benjamin percebeu, de maneira original e fecunda, a força e a vitalidade das culturas de rua; frente a uma emergente cultura de massa, permeada pelas questões econômicas e industriais, Benjamin em “Paris do segundo Império” destacou a obra do poeta Charles Baudelaire baseada na vida boêmia, na *imprensa de bulevar* propagada pelos incontáveis cafés e, principalmente, pela *flanerie*, que encontra sua plenitude com as galerias. Com as galerias – estes *caminhos cobertos de vidro e revestidos de mármore, através de blocos de casas, cujos proprietários se uniram para tais especulações* (BENJAMIN, 1989:35) – desenvolveram-se a potência da cultura parisiense do século XIX. *De ambos os lados dessas vias se estendem os mais elegantes estabelecimentos comerciais, de modo que uma de tais passagens é como uma cidade, um mundo em miniatura. Nesse mundo o flâneur está em casa* (BENJAMIN, 1989:35).

Benjamin via as galerias como um meio-termo entre a rua e o interior da casa, elas transformavam os bulevares em interiores. O *flâneur* – este tipo urbano que se apresenta como observador, analista, detetive – sente-se tão a vontade nas ruas quanto o burguês





entre quatro paredes; os letreiros, muros, bancas de jornais e os terraços dos cafés são absolutamente estimulantes. Benjamin reconheceu o heroísmo no *espetáculo da vida mundana e dos milhares de existências desregradas que habitam os subterrâneos de uma cidade grande* (BENJAMIN, 1989:77). Enquanto os burgueses se entregam ao sono em seus confortáveis aposentos, os poetas modernos que o encantaram encontram seu assunto heróico no lixo da sociedade e nas ruas (BENJAMIN, 1989:78). A cultura da modernidade atrela-se, assim, a vida nas ruas, ao cotidiano das metrópoles, ao movimento das multidões, as imagens da cidade, aos personagens que ali trafegam.

Arelado ao cotidiano das ruas metropolitanas, o emergente campo da comunicação visual passa a desempenhar papel crucial na vida política dos países europeus, especialmente durante a segunda guerra mundial. *Os muros ficavam cobertos de pôsteres, as ruas de folhetos e faixas, cartazes proliferavam em comícios e demonstrações* (HOLLIS, 2000:109). Eram ilustrações depreciativas dos inimigos, imagens heróicas dos membros do partido, soldados, trabalhadores e camponeses; as imagens dos líderes políticos transformavam-se em ícones. Alguns pôsteres mantinham ainda viva a tradição da ilustração desenhada e pintada, mas o uso da fotografia começava a proporcionar inovações significativas, provando *ser um meio bem mais eficiente de protesto contra as atrocidades da guerra, do que as ilustrações caricaturadas da primeira guerra mundial* (HOLLIS, 2000:110). Estes pôsteres falavam uma linguagem direta, davam seu recado rapidamente e sem dúvidas de interpretação.

A década de 1960 imprimiu novos ares à comunicação visual dos espaços públicos: as reações à guerra do Vietnã, os protestos estudantis, a revolução cubana, a música pop e o uso de drogas alucinógenas começaram a ser expressos por meio de linguagem gráfica. No final desta década os estudantes e os grupos de protesto passaram a dominar técnicas de impressão e a utilizar as ruas e seus muros para externar sua visão política. Seus pôsteres demonstravam toda a intensidade e ardor dos compromissos políticos e ideológicos. Durante a revolta estudantil de 1968, em Paris, os pôsteres eram produzidos no Atelier Populaire, pelos estudantes da Escola de Belas Artes; a serigrafia era a principal técnica e os slogans inspiravam-se nos gritos de guerra de enfrentamento com a polícia nas ruas; as mensagens eram inequívocas e a produção feita em regime de urgência e colaboração (HOLLIS, 2000).

*Underground* passa a ser um termo de expressão da atitude de oposição ao *establishment* de muitos jovens de camadas médias que adotavam valores culturais e



posições políticas alternativas aos padrões sociais convencionais. A cultura do *faça-você-mesmo* passa a produzir revistas e periódicos caracterizados pela má qualidade da impressão *off-set* em papel barato; as impressões de textos sobre imagens coloridas tinham como objetivo garantir que ninguém *acima dos trinta* os lesse; este estilo, *cujas informalidade alimentava a idéia de que não era preciso ter nenhuma qualificação especial para produzir uma revista, espalhou-se rapidamente.* (HOLLIS, 2000:197).

Nos anos 1970, o estilo *punk* nasce nas ruas de Londres levando às últimas conseqüências o *do-it-yourself* e interferindo definitivamente no vocabulário gráfico da comunicação visual subsequente:

...os fanzines *punks* usavam imagens e letras arrancadas de jornais populares, textos escritos à mão e a máquina de escrever, imagens prontas, tudo colado junto para produzir um original que era reproduzido por meio de litografia ou fotocópia. O dadaísmo fora contra a arte; o *punk* era antidesign. (HOLLIS, 2000:203)

O movimento *punk* explodiu com sua música ágil e *autêntica*, em estreita sintonia com as experiências juvenis nas ruas. *Punk*, na língua inglesa, significa madeira podre, mas *também pode significar algo sem valor ou pessoas desqualificadas. Punk: inepto, podre, sujo e insano* (CARMO, 2003:125). Seus trajes – cabelos estilo moicano, coturnos pesados, couro, correntes, alfinetes, tatuagens – passaram a ter o mesmo significado anárquico das letras das músicas. Inicialmente visto como efêmero e localizado, o movimento *punk* repercutiu mais que o suposto, deixando seus desdobramentos evidentes nas décadas subsequentes. O lema *não há futuro* tornou-se palavra de ordem de toda uma geração; eram jovens que, insatisfeitos, buscavam a mudança por meio das críticas e furiosos ataques contra uma sociedade considerada estagnada, consumista e atolada na apatia.

A partir dos anos 1980, observa-se o movimento Hip Hop tomar conta das ruas e do cotidiano juvenil; DJ's começaram a atuar em festas nas ruas e praças, dando um novo sentido a estes espaços públicos, transformando-os em centros comunitários (CARMO, 2003:179). O termo Hip Hop *engloba todas as manifestações de rua: dos rappers aos DJ's, dos dançarinos de break aos graffiteiros. Não é só música, é uma cultura de rua* (CARMO, 2003:176). Exímio exemplar das culturas marginais, o Hip Hop surge como uma voz vinda das periferias, repleta de indignação e desejos de conscientização das comunidades negras ou empobrecidas. A estética desse movimento cultural – músicas, imagens, danças, cores, símbolos, tipografias – reflete o cotidiano das ruas e suas linguagens, rituais e vestuários, a vida dos grupos de bairro, a selva urbana e suas contradições, o orgulho de ser negro e da periferia. A moda Hip Hop foi marcante desde





o início: agasalhos esportivos, blusões coloridos e, depois, os jeans folgados, bonés, grossos colares dourados e tênis de grife, propositalmente desamarrados, passaram a ser a marca registrada dessa moda saída das ruas. O graffiti é a expressão gráfica do Hip Hop; as comunidades negras de Nova York começam a exibir uma profusão de rabiscos indicando/identificando caligrafias de indivíduos e gangues; aos poucos os contornos foram ficando mais largos e coloridos na tentativa de diferenciação e exclusividade<sup>8</sup>. Aos poucos essa cultura de rua vai construindo um profícuo diálogo com as artes gráficas: *identificados com essa arte juvenil, os rappers passaram a ilustrar capas de disco, folhetos de divulgação de festa, encartes de disco, videoclipes e jaquetas pintadas por grafiteiros* (CARMO, 2003:180); as linguagens gráficas do Hip Hop invadiram o campo da comunicação visual e do audiovisual.

Assim, na segunda metade do século XX, os jovens tornaram-se protagonistas das culturas de rua e, com eles, suas experiências e vivências metropolitanas transformaram-se em estéticas que, se inicialmente caracterizavam-se pelo tom alternativo e de pequenos grupos, aos poucos vão sendo absorvidas e legitimadas pelo campo da comunicação visual.

### **Narrativas da cidade: configurando um protocolo metodológico**

As intervenções urbanas juvenis podem ser pensadas pelo do prisma das culturas de rua e suas implicações estéticas. Para isso, pode-se partir de uma concepção ampla de cultura que envolve as formas e práticas culturais que organizam a vida cotidiana (WILLIAMS, 1992; MARTÍN-BARBERO, 1997), a observação e análise da experiência, dos modos de vida e dos cenários urbanos, questionando a hierarquização e cisão entre diferentes formas culturais: cultura popular, erudita e de massa. Cultura é arena tanto do consentimento quanto da resistência; é enfrentamento entre modos de vida diversos baseados na existência de relações de poder no campo das práticas simbólicas (GRAMSCI, 1986). Isso quer dizer que é preciso observar as articulações históricas estruturais de produção de significados e relações e desenvolver um olhar que pretenda recuperar a história para entender o presente.

Estas culturas de rua adquirem, assim, status de produtos culturais como elementos da vida cotidiana. As imagens, sons, linguagens, os objetos e ambientes do dia-a-dia podem – e devem – ser encarados a partir do contexto cultural de sua

---

<sup>8</sup> O Hip Hop é apenas um dos elementos de constituição do graffiti contemporâneo, mas existem outros não abordados neste artigo. Um breve inventário das trajetórias do graffiti e da pixação já foi considerado em OLIVEIRA, R.C.A. Lendo a metrópole comunicacional: culturas juvenis, estéticas e práticas políticas. **Diálogos de la comunicación**, <http://www.dialogosfelafacs.net/75/articulos/pdf/75ritaalves.pdf>



produção/apropriação. Isso envolve a complexa teia de significados produzidos e compartilhados pelos grupos de pertencimento e por agentes e sujeitos envolvidos nestes sofisticados processos que articulam o campo da comunicação visual e a dimensão estética da vida diária de qualquer ser humano. Desde os primórdios da humanidade essa dimensão estética cotidiana envolve ricos universos simbólicos que retratam a história visual de uma sociedade, documentam situações, estilos de vida, atores sociais e rituais; ou seja, o design gráfico insere-se no rol das questões relativas à compreensão da cultura material de uma época ou de um povo. O design pode ser tomado como uma *amostra de cultura, muito especial* (GEERTZ, 1989) que surge como um registro visual, produto de uma experiência humana coletiva.

As ações culturais juvenis provocam a emergência de novos códigos comunicativos que demandam o aprimoramento teórico e a construção de novos protocolos metodológicos de análise e interpretação. A investigação “Design, metrópole e culturas juvenis”<sup>9</sup> tem enfrentado os impasses metodológicos colocados pela complexidade de uma cidade nas dimensões de São Paulo e pela diversidade das práticas e apropriações juvenis nesta metrópole coberta de grafittis e pixações por toda parte. O protocolo metodológico elaborado propõe que se parta da metrópole e da vida dos jovens na cidade para a compreensão das intervenções urbanas juvenis.

E Canclini é acionado, mais uma vez, para reforçar a importância da construção de metodologias que sejam capazes de dar conta da interseção entre fatos e discursos:

...[que] as práticas múltiplas que transformam a cidade sejam levadas em conta: as práticas “reais”, dispersas, registradas pelas enquete ou trabalhos de campo, e os discursos que as reunificam ou segregam no imaginário urbano [...] relatos de informantes, crônicas periódicas e literárias, fotos, o que dizem o rádio, a televisão e a música que narram nossos passos urbanos [...] discursos literários, artísticos e de comunicação de massa, além de serem documentos do imaginário compensatório, servem para registrar os dramas da cidade, do que nela se perde e se transforma. (CANCLINI, 1995:90 e 96)

Além disso, desvendar como a cidade é imaginada por seus habitantes e perguntar-se sobre qual o sentido que eles atribuem à cidade em que vivem, demanda:

... indagar como os sujeitos representam para si mesmos os atos com os quais habitam essas estruturas e as suas experiências subjetivas. O sentido da cidade se constitui no que a cidade dá e no que não dá, no que os sujeitos podem fazer com sua vida em meio às determinações do habitat e o que imaginam sobre si e sobre os outros para suturar as falhas, as faltas, os desenganos com que as estruturas e interações urbanas respondem a suas necessidades e desejos. (CANCLINI, 1995:91)

---

<sup>9</sup> Desenvolvida, em convênio com a PUCSP, no Centro Universitário Senac (SP) pelas pesquisadoras Rita de Cássia Alves Oliveira, Sílvia Helena Simões Borelli e Andréa Almeida de Souza; participam também os bolsistas de Iniciação Científica Beatriz Serranoni, Adriano Grant, Rodrigo Bruno e Ivan Ordonha.



O ponto de partida desta prática de pesquisa encontra-se na investigação “Jovens urbanos: concepções de vida e morte, experimentação da violência e consumo cultural” (BORELLI, ROCHA, SILVA, OLIVEIRA e SOARES, 2003) desenvolvida na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, entre 2001 e 2003. O objetivo principal desse trabalho foi captar as noções de vida e morte articuladas à experimentação da violência e à complexa rede de apropriações simbólicas. A concepção de uma juventude nômade, ao mesmo tempo universal e particular (MORIN, 1987) mostrou-se fundamental para a compreensão das dinâmicas de apropriação territorial e sensorial, assim como para captar as aproximações entre universos sociais distintos da amostragem. Foram selecionados jovens entre 15 e 24 anos, moradores da cidade de São Paulo, em bairros de contraste e exclusão, das zonas sul (Jardim Ângela, Cidade Dutra, Capão Redondo) e oeste (Vila Madalena, Pinheiros, Perdizes e Lapa). Essa circunscrição do espaço de realização da pesquisa decorreu, por sua vez, de investigação anterior realizada também na PUCSP (MARCIGLIA, PAVEZ e OLIVEIRA, 2002); nesta última, foi fundamental como resultado a construção de uma cartografia da mortalidade juvenil do município de São Paulo que apresentava dois nítidos *bolsões* relativos a duas realidades socialmente díspares: a zona sul, região periférica, com altos índices de violência e mortalidade juvenil, poucas áreas de lazer e transporte público deficitário; e a zona oeste, área próxima ao centro da cidade, com uma juventude dotada de alto capital cultural, baixos índices de mortalidade juvenil, boa rede de transporte público e diferenciadas opções de lazer, inclusive públicos. No primeiro segmento, zona sul, a violência juvenil envolve as *mortes anunciadas* (MARCIGLIA, PAVEZ e OLIVEIRA, 2002), aquelas diretamente relacionadas às condições de vida do entorno e que podem, a qualquer momento, atingir os jovens. A zona oeste, a das *mortes inesperadas*, apresenta índices de mortalidade juvenil motivados principalmente por acidentes de trânsito, assaltos ou roubos de carros.

Assim, as condições de vida juvenis transformaram-se no recorte territorial fundante da pesquisa. Parte-se, portanto, da cidade e seus contrastes do ponto de vista da infraestrutura urbana, assim como da forma de ocupação e dos cotidianos juvenis, para se entender os códigos comunicacionais daí derivados. Deste ponto de partida é possível especificar a seleção das amostras territoriais baseadas, ainda, em um repertório conceitual sobre a metrópole e suas formas de apropriação pelos coletivos juvenis.

Pensar as metrópoles contemporâneas implica em considerar seus fluxos (AUGE, 1994; MARTIN-BARBERO, 1997). Os fluxos de pessoas, veículos e informações



caracterizam a sociabilidade e a ocupação dos espaços públicos. Os jovens inserem-se nestes fluxos e têm uma relação particular com as ruas e com a cidade. Nas cidades modernas há muitas maneiras de ser jovem: a metrópole apresenta-se como *panorama sumamente variado e móbil, que abarca seus comportamentos, referências identitárias, linguagens e formas de sociabilidade* (MARGULIS e URRESTI, 1998:3). A excursão pelas ruas organiza o ciclo da vida e articula a percepção do espaço urbano e do tempo cotidiano dos jovens (FEIXA, 1998). Estão em mobilidade constante: escolhem onde estar e aonde ir; invadem bairros e territórios sempre em busca de novidades, do desconhecido e do desafio.

As vias de fluxo são importantes, especialmente quando se fala em pixação. Dotadas de uma lógica publicitária, quanto melhor o local de sua aplicação mais resultados positivos trará para quem a produziu. Os melhores locais para a pixação são sempre as avenidas de intensa movimentação de ônibus, as linhas de trem e o centro da cidade. São nas vias de grande fluxo que as intervenções urbanas ganham a visibilidade e o reconhecimento desejados pelos jovens envolvidos com graffiti, pixação e a colagem de *stickers* e lambe-lambes.

Os territórios de apropriação juvenil são também indispensáveis nas investigações sobre as intervenções urbanas. Nas últimas décadas do século XX, todas as grandes cidades passam a ter regiões inteiras ocupadas por jovens que as transformam em espaços de lazer e de vida noturna. Nesses bairros, ruas e esquinas de ocupação juvenil eles sentem que podem desfrutar de certa liberdade; são locais de encontro de amplos grupos de adolescentes e estudantes que marcam a recuperação festiva da rua como lugar de articulação das relações sociais; são lugares de interação imediata. As esquinas tornam-se espaços *privados* dos grupos juvenis: ali se encontram, apropriam-se do território, constroem sua identidade; deixam suas marcas, explicitam suas idéias, exercitam suas sensibilidades, ocupam a cidade. Os muros, tapumes, postes, placas de sinalizações públicas e caixas de telefonia são, para os jovens, lugares onde os grupos inscrevem suas marcas e batizam o território; são parte importante de suas práticas territoriais. Ao se apropriarem simbolicamente dos espaços urbanos, esses jovens os transformam dando a eles novo *status* no cotidiano da metrópole: de lugares de passagem e pouco propícios às construções identitárias e às relações grupais, passam a ser territórios recheados de afetividades, memórias, relações e identidades (AUGÉ, 1994).

Existem ainda os lugares históricos da pixação e do graffiti; são espaços não exatamente de fluxo ou de permanência juvenil, mas que aos poucos, com o passar dos anos e com

as práticas juvenis foram transformando-se em territórios reconhecidos e apropriados pelos jovens para as suas intervenções. Escadarias, becos e paredes de algumas fábricas transformam-se em suportes de intensos diálogos gráficos que atravessam os anos, resistindo às rápidas transformações da metrópole que marcam a efemeridade das intervenções.

Baseada nestas categorias analíticas é possível realizar os registros fotográficos que comporão o banco de imagens que proporcionará o tempo necessário de análise deste objeto, sempre volátil e efêmero que cobre a superfície das metrópoles. A fotografia paralisa o tempo, congela o instante e eterniza a paisagem em constante transformação. A fotografia revela, segundo Benjamin (1985), o *inconsciente ótico* que permite a explicitação de elementos invisíveis ao olho humano. O resultado é um banco de dados histórico que permite a comparação no tempo e no espaço, aproximando épocas e cidades por meio das intervenções urbanas transformadas em registros fotográficos.

Criam-se assim bases de dados imagéticos e categorias de análise que possam oferecer respostas as questões colocadas pela investigação. É possível decifrar *o que dizem os jovens*: quais seus imaginários, visões de mundo, condições de vida, pertencimentos e identidades? Também se pode identificar *como eles dizem* estas coisas numa abertura à análise formal das intervenções: quais as linguagens, as técnicas e as referências gráficas empregadas? Por fim, *como ocupam a cidade*? Quais os suportes utilizados? Como se dá a apropriação dos equipamentos urbanos e a invasão dos espaços públicos e privados?

Estas e outras perguntas transformam-se em novos pontos de partida para novas etapas de uma investigação que privilegia a articulação entre a cidade e as culturas juvenis; uma investigação que se apropria de uma noção de cidade múltipla, disseminada, disjuntiva, mas sempre plena de moradores, passageiros e transeuntes, capazes de transformá-la, por meio de apropriações e ações intencionais, em novos lugares, em lugares para si.

### **Referências Bibliográficas**

- APPADURAI, A. **Dimensões culturais da globalização**. Lisboa: Teorema, 2004.
- AUGÉ, M. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papyrus, 1994.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BENJAMIN, W. **Obras escolhidas I**: Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1985.



- BENJAMIN, W. **Obras escolhidas III**: Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- BENJAMIN, W. Paris, capital do século XIX. In: KOTHE, Flavio (Org.). **Walter Benjamin**: Sociologia. São Paulo: Ática, 1991, pp. 30-44.
- BONSIEPE, G. **Design: do material ao digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.
- BORELLI, S. H. S. Jovens em São Paulo: lazer, consumo cultural e hábitos de ver TV, **Nômadias. La singularidad de lo juvenil**, nº 13, DIUC, Universidad Central, Bogotá, outubro/2000.
- BORELLI, S. H. S., ROCHA, R. M., SILVA, G., OLIVEIRA, R. A. e SOARES, R. **Jovens urbanos**: concepções de vida e morte, experimentação da violência e consumo cultural. Relatório de Pesquisa, São Paulo: Fapesp, 2003.
- BORELLI, S. H. S.; ROCHA, R. M. Temporalidades e territorialidades juvenis em uma metrópole brasileira. **Nômadias. Jóvenes contemporáneos**: entre la heterogeneidad y las desigualdades. Bogotá: IESCO, nº 23, out. 2005.
- BORELLI, S. H. S.; ROCHA, R. M.; OLIVEIRA, R. A. et alii. **Viver e morrer na metrópole**. Jovens, experiências urbanas, nomadismos. 2008 (no prelo).
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- CANCLINI, N. G. **Diferentes, desiguales y desconectados**. Mapas de la interculturalidad. Barcelona: Gedisa, 2004.
- CARDOSO, R. **Uma introdução a historia do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.
- CARMO, P. S. **Culturas da rebeldia**: a juventude em questão. São Paulo: Senac, 2003.
- CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**: Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994a.
- CERTEAU, M.; GIARD, L.; MAYOL, P. **L'invention du quotidien**. Habiter, cuisiner. Paris: Gallimard/Folio, 1994b.
- FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FEIXA PÀMPOLS, C. **La tribu juvenil**. Torino: L'Occhiello, 1988.
- GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- GRAMSCI, A. **Literatura e vida nacional**. São Paulo: Civilização Brasileira, 1986.
- HOLLIS, R. **Design gráfico, uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- KERCKHOVE, D. **A pele da cultura**. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.
- MARCIGLIA, R.; PAVEZ, G. A. e OLIVEIRA, I. I. M. C. Vidas nuas, mortes banais – nova pauta de trabalho para os assistentes sociais. **Revista Serviço Social e Sociedade**. No 70. São Paulo: Cortez, jul/2002, p. 5-43.
- MARGULIS, M. e URRESTI, M. La construcción social de la condición de juventud. In: Cubides, H. J.; Toscano, M. C. L.; Valderrama, C. E. H. (orgs.). **Viviendo a toda**: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades. Bogotá: Siglo del Hombre/DIUC, 1998, p. 3-21.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- MARTÍN-BARBERO, J. A cidade virtual. Transformações da sensibilidade e novos cenários da comunicação. **Margem**. São Paulo: Educ/Fapesp, nº 6, p. 205-221 dez. 1997, p. 205-222.
- MARTÍN-BARBERO, J. Arte/comunicação/tecnicidade no final do século. **Margem**. São Paulo: Educ/Fapesp, nº 8, p. 11-24, dez. 1998, p. 11-24.





MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo**. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

MORIN, E. **O enigma do homem**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. O espírito do tempo 1. Neurose. 6<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

MOLES, A. **O cartaz**. São Paulo: Perspectiva, 1989.

OLIVEIRA, R.C.A. Lendo a metrópole comunicacional: culturas juvenis, estéticas e práticas políticas. **Revista Diálogos de la comunicación**, <http://www.dialogosfelafacs.net/75/articulos/pdf/75ritaalves.pdf>.

SARLO, B. **Tiempo presente**. Notas sobre el cambio de una cultura. Siglo Veintiuno Editores Argentina. Buenos Aires: 2003.

WILLIAMS, R. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

WILLIAMS, R. **Marxismo y literatura**. Barcelona: Península, 1997.