



**Cidade e Mediação:  
Os *Stickers* como Intervenção Urbana e Interação em Rede<sup>1</sup>**

Ana Carolina Souza Coelho Jácome<sup>2</sup>

José Márcio Pinto de Moura Barros<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC)

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)

**Resumo**

Este trabalho pretende mostrar como a prática dos *stickers*, adesivos urbanos, dialoga com as questões da cidade contemporânea e ressignificam os espaços urbanos. Como os meios de comunicações, sua distribuição nas cidades e suas formas de uso no espaço urbano influenciam nessa prática e como as pessoas subjetivam a cidade por meio das suas apropriações e criam um imaginário coletivo através das redes criadas pela prática dos *stickers*. Essas questões foram analisadas em pesquisa multi-metodológica, por meio de entrevistas em profundidade com dez realizadores da prática e através de fotoetnografia na região centro-sul de Belo Horizonte, local onde se concentra os *stickers* na cidade.

**Palavras Chave**

Cultura urbana; intervenção urbana; subjetivização urbana; mídia radical; arte de rua

**Corpo do Trabalho**

As cidades não são apenas prédios, casas, ruas e avenidas. Elas são o resultado material e imaterial da concentração dos seres humanos que há séculos tem este local como seu habitat físico e simbólico. Seus espaços e construções destinadas à moradia, ao comércio, ao trânsito e a outros tipos de relações sociais vão além do significado material. Os significados da cidade transcendem sua estrutura física, e revelam como os seus usuários e passageiros a refundam através de suas apropriações e usos marcados por particularidades e subjetividades.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 8º período do Curso de Jornalismo da PUC - Minas, email: caroljacome@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social – PUC Minas, email: josemarciobarros@gmail.com

Dessa forma, elas são o espaço dos signos pertencentes a um universo particular, de um coletivo, de um sistema social que os utilizam para se comunicar nesse lugar. Isso acontece através de vários suportes e linguagens, que conformam signos dinâmicos, dos quais surgem novos significados que podem reformular significados anteriores, ou agregá-los.

Ruas, avenidas, praças, monumentos, edificações configuram-se como uma realidade sógnica que informa o seu próprio objeto: o contexto urbano. Nele se aglutinam, num único conjunto, várias outras linguagens: a urbanização, a arquitetura, o desenho industrial dos equipamentos, a publicidade, a programação visual, a tecnologia decorrente do processo de industrialização, os veículos de comunicação em massa. Entretanto, o elemento que aciona esse contexto é o usuário, e o uso é a sua fala, sua linguagem. A transformação da cidade é a história do uso urbano como significado da cidade. Sua vitalidade nos ensina o que o usuário pensa, deseja, despreza, revela suas escolhas, tendências e prazeres. (FERRARA, 1988, p.4)

Sendo a cidade a mistura de significados, de pessoas de variadas origens, ela é vista e interpretada de diferentes formas, dependendo do ponto de vista e de quem a observa. Isso espelha a maneira com que se dá a experiência com a cidade de determinados grupos e indivíduos, os usos e hábitos nesse local. A posição do olhar, das significações a respeito desse espaço é chamada de percepção urbana.

A percepção urbana é uma prática cultural que concretiza certa compreensão da cidade e se apóia, de um lado, no uso urbano, e de outro, na imagem física da cidade, da praça, do quarteirão, entendidos como “fragmentos habituais” da cidade. Uso e hábito, reunidos, criam a imagem perceptiva da cidade que se sobrepõe ao projeto urbano e constitui o elemento de manifestação concreta do espaço. (FERRARA, 1999, p.18)

Dessa forma, cada grupo social se expressa e estabelece significados de maneira diferente nas cidades. Os seus construtores idealizam e tentam materializar seus ideais quando eles constroem as edificações, quando imaginam como elas vão ser utilizadas pela população e o que elas representarão para esse público. De acordo com Pesavento (1995),

[...] os portadores de tais ideias seriam identificados no interior das classes dominantes ou das elites dirigentes, com destaque especial para o que se chamaria os "profissionais da cidade": arquitetos, urbanistas, engenheiros, médicos sanitaristas e os demais técnico-burocratas encarregados de implementar os equipamentos necessários à intervenção urbana. (PESAVENTO, 1995, p.8)

Porém, nem sempre o que esses idealizadores pensam é o que realmente acontece com o mecanismo simbólico criado pelos moradores da cidade.

Há aqueles cidadãos, por exemplo, que têm uma visão privilegiada, aqueles que o olhar sensibilizado se direciona para a cultura desse espaço, suas particularidades e suas contradições. “É o caso dos citados escritores, fotógrafos, e pintores do urbano, que resgatam as sensibilidades do real vivido, estabelecendo com a cidade uma relação privilegiada de percepção”. (PESAVENTO, 1995, p. 10)

Embora cada grupo social ou cada sujeito ter percepções diferentes sobre a cidade devido à grande complexidade que a envolve e também pelo fato do pensamento ser subjetivo e eles serem baseados na experiência de cada um (CANEVACCI, 1997), a leitura dos seus signos é ofuscada pela homogeneidade dos espaços urbanos. As cidades e seus fragmentos se fundem e são percebidas pelos habitantes como uma massa homogênea. Isso acontece porque nossa capacidade de adaptação ao ambiente se sobrepõe a nossa capacidade de percepção (FERRARA, 1999). O excesso desses signos e a falta de conteúdo crítico deles resultaram na sua banalização pelos usuários da cidade.

Decerto, nas cidades contemporâneas a presença cada vez mais intensa dos veículos de comunicação e informação institui padrões que unificam os espaços públicos e privados e empobrecem a percepção do cidadão. A situação, no entanto, acarreta consequências imprescindíveis para o homem contemporâneo. O imaginário urbano transforma a mercadoria em forma de conhecimento. (BARROS, 2005, p. 85)

Sendo assim, a cidade, com defende Baudrillard, passa a ser “o lugar de execução do signo como uma sentença de vida ou morte” (BAUDRILLARD, 1972, p.2). Não é possível andar em suas ruas e não ver as propagandas, jornais, revistas e TVs espalhados em todas as brechas urbanas.

A partir de então, todos são separados e indiferentes sob o signo da televisão e do automóvel, sob os signos dos modelos de comportamento inscritos por toda a parte nos media ou no traçado da cidade. Todos alinhados no seu delírio respectivo de identificação e modelos diretores, a modelos de simulação orquestrados. Todos comutáveis como estes modelos em si mesmos. É a era dos indivíduos de geometria variável. Mas a geometria do código, ela permanece fixa e centralizada. É o monopólio deste código, difuso por toda a parte no tecido urbano, que é a forma verdadeira da relação social. (BAUDRILLARD, 1976, p.4)

Esta relação sígnica configurou uma circunstância habitual no nosso cotidiano, a estetização (PALLAMIN, 2000). A partir disso, a realidade adquiriu uma dimensão estética, transpondo o superficial, incluindo-se na essência das coisas.

Os meios de comunicação são ferramentas importantes para a introdução desses valores porque permitem mudanças na realidade através de interferências de pequena ou grande proporção. Mudando o real, não só o aspecto material das coisas é influenciado, mas também o imaterial, alterando toda nossa concepção. Os resultados dessas interferências podem ser percebidos nas ruas, na atuação da mídia, na nossa maneira de pensar e de agir.

Esses processos de estetização possuem diferentes significados conforme seus diversos campos de atuação: nos espaços urbanos, referem-se à remodelagem cenográfica de áreas, reconfigurando-as em espaços elegantes, bem iluminados e arejados; na propaganda refere-se à divulgação e consumo de certos estilos de vida e conduta; no âmbito tecnológico, significam a simulação e a produção virtual, associando-se à modelagem de informações sobre a realidade por parte da mídia. (PALLAMIN, 2000, p.74)

### **Cidades da apropriações**

Mas o que acontece quando nos deparamos com dois processos divergentes da sociedade: a percepção urbana homogênia dos habitantes da cidade e o misto de significados do urbano criado pelos usos e hábitos de seus moradores? De acordo com Barros (2005), as duas vertentes são antagônicas, mas convivem juntas. A sociedade do simulacro, como denomina Baudrillard (1976), e a sociedade da linguagem total, em que são utilizadas diversas maneiras de se expressar, têm as cidades como seu território.

A constatação da crescente iconização da sociedade contemporânea vem produzindo duas reações antagônicas em relação ao poder das imagens (ALMEIDA JR., 1994)<sup>4</sup>. Por um lado, a visão de que vivemos na sociedade do simulacro, entendida como a sociedade do mundo artificial, que sobrepõe o virtual ao mundo natural e social, gerando perdas culturais e cognitivas para o homem. Por outro lado, a idéia de que estamos experimentando uma nova organização social, que produz uma

---

<sup>4</sup> ALMEIDA JR., João Batista de. A aceitação ou condenação da imagem. *Revista Comunicarte*, Campinas, v. 11, n. 19, p.24-35, 1994.

subjetividade múltipla. Assim, a sociedade das imagens não seria a da alienação imagética, mas da linguagem total, ou seja, uma sociedade que disponibiliza informações em diversas linguagens, fazendo da paisagem urbana um suporte icônico e iconográfico da atualidade. (BARROS, 2005 p.80)

### **Cidade das interfaces**

As várias facetas do urbano, representadas pelos diversos usos de seus habitantes no seu espaço e tempo, podem ser entendidas de acordo com as teorias de Deleuze e Guattari<sup>5</sup>, citadas por Matedi (2007), dos espaços-tempo lisos e estriados. O espaço e tempo estriado seriam marcados pela institucionalização de hábitos e afazeres deste lugar, onde seus elementos se comportariam segundo um sistema, uma regra. Sendo assim, podemos relacionar o espaço estriado com o modo de vida no sistema capitalista, em que se têm prioridades como a produtividade, a eficácia, a agilidade, as formas de acumulação de capital. E as pessoas que vivem nele se adaptam a esses valores. Segundo Matedi (2007), este tipo de conformação do espaço limita a subjetividade humana, porque ele dita formas de comportamento ao invés de experimentá-las e criá-las.

Já o espaço liso, estaria em constante transformação, com uma grande quantidade de fluxos materiais e imateriais, de múltiplos sentidos e direções. É aonde a experimentação do seu tempo e espaço é valorizada. Entretanto, estes dois tipos de espaços se confundem na cidade porque se interpenetram, podendo acontecer simultaneamente em um mesmo espaço e se comunicam de diversas maneiras. Na comunicação entre o espaço-tempo liso e estriado, encontram-se variáveis das duas referências.

Guimarães (2007), baseada na obra dos mesmos autores, apresenta as diferentes formas de associação de dois fenômenos urbanos. Para isso, devemos perceber também a diferença entre o espaço urbano e o território. O espaço urbano é a concentração de edifícios, avenidas, ruas, casas, praças que estão ali como o a parte física da cidade. E o território significa a extrapolação do espaço urbano. A cidade transcende sua

---

<sup>5</sup> DELEUZE, Gilles, GUATTARI, Félix. Mil platôs. Capitalismo e esquizofrenia. Trad. Peter Pál Pelbert e Janice Caiafa. São Paulo: Editora: 34, 1997

materialidade e passa a ter características subjetivas. Ele se transforma em símbolos que remetem às pessoas algo afetivo e identitário.

A territorialidade constitui dimensões sociais e políticas, que afetam as percepções do sujeito em relação à sua posição e papéis na dinâmica urbana, considerada como território de ação social. O território não é entendido somente pela perspectiva do domínio físico, mas também de uma apropriação que incorpora a dimensão simbólica e, pode-se dizer, identitária, afetiva. (GUIMARÃES, 2007, p. 3)

O que acontece é que esses espaços não são estáveis e a todo o momento eles se transformam. Desta forma, um espaço pode ser reterritorializado, o que significa que ele cria novos significados ou agregam a outros já existentes. Ou o espaço pode ser desterritorializado, quando ele perde seus significados subjetivos, distanciando das suas raízes sociais.

Para Guimarães (2007), as intervenções no espaço urbano querem retomar o vínculo subjetivo deste lugar. Portanto, elas se configuram como uma maneira de reterritorializar o espaço das cidades. A autora usa a expressão de Guattari – “condensadores de subjetividades”<sup>6</sup> - para estes tipos de intervenção. Ou seja, os condensadores são locais onde os homens expressam sentimentos e fatores da sua intimidade como sujeito em meio aos espaços urbanos. Sendo os condensadores lugares de expressão das subjetividades, eles também trazem para estes espaços questões pessoais de identidade, por isso, podemos chamá-los também de espaços existenciais.

Enquanto, a desterritorialização compreende os mecanismos que separam o território das suas "raízes" sociais e culturais, a reterritorialização vem a ser a criação de novos vínculos em substituição aos perdidos. Se as intervenções no espaço urbano pretendem recompor esses vínculos perdidos, os espaços públicos recriados devem funcionar como “condensadores de subjetividade”, capazes de superar os espaços, transformando-os em territórios existenciais. Contudo, ainda permanece a questão: como encontrar os condensadores de subjetividade ou condensadores semióticos que, em cada lugar, permitam superar os espaços para construir territórios existenciais? (GUIMARÃES, 2007, p. 3)

Arroyo (2007) define o espaço e tempo do entrecruzamento das diversas facetas da cidade como bordas. Elas se inserem entre as múltiplas características do cenário urbano como a territorialidade e o espaço público, o espaço da subjetividade e da

---

<sup>6</sup> GUATTARI, Felix. “Espaço e poder: a criação de territórios na cidade”. Espaço e Debates, n. 16, ano V; RAFFESTIN, Claude. Por uma geografia do poder. São Paulo, Ática, 1993.

objetividade e o espaço do estável e do instável nas cidades. Nesses espaços, há uma tensão resultante da conflituosa relação de transição entre estas múltiplas características. Nas bordas, portanto, se concentram “os conflitos físicos e sociais, materiais e simbólicos, da cidade contemporânea” (ARROYO, 2007, p.5). Dessa forma, ela é marcada pela experiência do atravessamento, do diferente, do conflito na cidade.

Vistas a partir dos lugares que ficam encerrados ou separados pelas bordas, estas se percebem de um modo diferente: é o limite que marca a abertura ou fechamento para outro lugar distinto, dando lugar à experiência do atravessamento. As tensões de atravessamento são complementares às tensões de percurso na borda, constituindo ambas uma experiência existencial fundada na percepção dinâmica do trajeto. (ARROYO, 2007, p. 1)

Elas representam diversas temporalidades e espacialidades na cidade. E principalmente retratam uma peculiaridade contemporânea, a descentralização, a segregação, “[...] a interrupção da cidade como totalidade sistêmica” (ARROYO, 2007, p.2). Além disso, elas podem ser a consequência do modo de vida urbano atual, em que as pessoas não produzem ações estratégicas na cidade, como cita Arroyo (2007) através das teorias de De Certeau, mas ações táticas, do momento, não planejadas, mas oportunistas, sem locais pré-determinados.

São nas bordas da cidade que acontecem essas ações táticas, momentâneas e o tempo de ocorrência dessas ações “não é o mesmo do cronos (contínuo, sequencial), mas o de *aión* o [...] tempo sem medida, o tempo do acontecimento” (ARROYO, 2007, p. 4). O conceito das bordas se dá nesta temporalidade *aiónica*, ou seja, não tem um marco, uma hora certa de acontecer, mas ocorre num momento indefinido.

Os espaços de borda da cidade são concomitantes com esta temporalidade aiónica que impõe à vida cotidiana âmbitos do desdobramento de uma ação contingente que em seu devir marca territórios, desenhando ou confirmando bordas. (ARROYO, 2007, p.4)

### **Quando passam de observadores para autores**

Passando pelas “bordas” (ARROYO, 2007) das cidades contemporâneas, há um grupo de pessoas que passam nesse espaço e tempo de transição e ressignificam a cidade. São os interventores do urbano, que agem nesse lugar de diferentes formas, mas deixando sua marca subjetiva e reflexiva sobre o uso das cidades. Destacaremos nesse

artigo os grafiteiros<sup>7</sup>, pichadores<sup>8</sup> e produtores de stickers. De acordo com Borelli (2008), esses grupos urbanos são compostos na sua grande maioria por jovens, que, de certa maneira, reagem contra a iconização do espaço urbano e agem na cidade. Eles criam formas de micro-resistência no espaço urbano, uma vez que a macro não está a seu alcance.

Os muros, paredes e postes da cidade enchem nossos olhos com mensagens gráficas dos graffitis, pixações e stickers. As novas tecnologias digitais proporcionam uma relação mais autônoma e produtiva com os universos musicais e imagéticos; a facilidade de produção, distribuição e apropriações de sons e imagens transformam os jovens em prossumidores (KERCKHOVE, 1997)<sup>9</sup>, 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 ideias. (BORELLI; OLIVEIRA, 2008, p.4)

### O que é sticker?

Os *stickers* ou lambe-lambes<sup>10</sup> são constituídos de mensagens veiculadas através de imagens e/ou textos em peças feitas de papel ou de vinil de diferentes tamanhos e qualidades afixados em espaço público. Suas mensagens não contêm uma ideologia em si, mas podem possuir várias ou nenhuma dependendo da vontade de seus produtores.

O sticker, na verdade, todo mundo tem seu estilo, mas o fato de todo mundo pregar na rua é tudo igual, né? Então, só muda mesmo a ideologia, estética, o estilo mesmo, o que cada um pensa. Que um gosta de gravura, outro gosta de colocar uma mensagem. Então é mais ou menos isso<sup>11</sup>. (Karol-Red Nails/F/18/2008)

Colados em equipamentos urbanos como hidrantes, abrigos de ônibus e bancas de revistas, latas de lixo, caixas de telefones, postes, placas de trânsito, os *stickers* circulam de forma intensa pela web, habitando bancos de imagem, *blogs*, *fotologs* e

---

<sup>7</sup> Grafiteiros são os realizadores do grafite. Usaremos a grafia grafite ao invés de *graffiti* por ser a forma comumente usada no Brasil.

<sup>8</sup> Pichadores são os jovens que fazem pichação, intervenção urbana caracterizada pela utilização de tags, assinaturas.

<sup>9</sup> KERCKHOVE, D. A pele da cultura. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

<sup>10</sup> Os produtores brasileiros os chamam também de lambe-lambe, porém, há divergências com relação a esta nomenclatura. Nas entrevistas em profundidade com os produtores de stickers, alguns dizem que sticker são os adesivos feitos com vinil e são autocolantes. Já os lambe-lambes, são de papel e afixados com grude (cola caseira). Outros chamam de stickers os adesivos estrangeiros e lambe-lambe os brasileiros. Nesse artigo usaremos sticker como nomenclatura dessa forma de expressão por ser a mais conhecida entre as pessoas.

<sup>11</sup> Entrevista em profundidade realizada com o coletivo Red Nails composto por quatro mulheres, entre 16 a 20 anos em 12 de março de 2008. Entre parênteses está o apelido usado no coletivo pelas componentes, o sexo, F – Feminino ou M – Masculino, idade no ano da entrevista e ano da entrevista.



outros meios de relacionamento da rede. Porém, de acordo com o Yellow Dog, o sticker é validado como tal se estiver no espaço público:

Adesivo você pode fazer adesivo de qualquer coisa. Mas acho que como manifestação artística, realmente ele só funciona quando tá na rua. O valor dele é ele estar na rua, mais do que isso a imagem que vem daquilo<sup>12</sup>. (Yellow Dog/M/28/2008)

A partir daí os *stickers* se fortaleceram e se multiplicaram como forma de expressão artístico-midiática, produzidos como uma alternativa aos meios de comunicação tradicionais. O advento da internet e outras transformações produzidas pelo desenvolvimento tecnológico a partir do final do século XX, deram à produção de adesivos urbanos um impulso enorme. Além da importância no processo de produção e distribuição dos *stickers*, a internet e as tecnologias contemporâneas de composição e reprodução de imagens criaram um ambiente propício para a sua disseminação.

Uma mídia manual, portátil, democrática de espalhar uma idéia (...). Realmente um potencial de disseminar uma idéia muito forte e muito rizomático. A coisa não parte de um centro, ela não vem de um núcleo central (...). Você tem diversos elementos individuais, artistas, que tem suas idéias e que elas estão construindo esse tecido, que é a cidade (...). O sticker não está vindo de um comerciante, ou de um partido político, ou da prefeitura, que são coisas centrais. O indivíduo está de certa forma espalhando isso para a cidade. Vários artistas, vários indivíduos que mandam a sua mensagem na cidade. (Yellow Dog/M/28/2008)

### **Gostos em comum**

De acordo com as entrevistas, o principal ponto em comum entre os produtores de stickers é a experiência urbana, o olhar diferenciado para com a cidade. Geralmente são jovens que gostam de andar a pé, observar as mudanças no cotidiano das ruas e fazem uma crítica à ocupação do espaço urbano.

Acho que é comum que as pessoas gostem de andar a pé e de dar rolé a pé na cidade. Tem um macro da cidade. Eu acho que essas pessoas que andam a pé e gostam de andar a pé elas se preocupam com o micro também, né? Você vê às vezes uma coisa que o Xerel gruda que só com muita atenção que você vê, nuns lugares bem escondidos. É tipo uma brincadeira de caça ao tesouro, “ah, deixa eu ver se tem algum aqui”. Então eu acho que isso tem em comum. Mas a trajetória de cada um e o porquê de cada um ir colar acho que são motivos bem diferentes<sup>13</sup>. (Neca/F/31/2007)

---

<sup>12</sup> Entrevista em profundidade com o produtor de sticker que se reconhece pelo nome de seu personagem urbano “Yellow Dog” em 28 de janeiro de 2008.

<sup>13</sup> Entrevista em profundidade com a produtora de sticker Neca identificada por seu apelido usado entre os amigos da prática dos sticker em 18 de dezembro de 2007.



Além de gostarem de experimentar as cidades, um fator em comum entre eles é a ligação com algum setor da comunicação. “Eu gosto da área de design, da área de artes visuais”<sup>14</sup> (Morgan – Red Nails/F/16/2008). De dez entrevistados, dois são jornalistas, uma publicitária, um desing gráfico, três candidatas ao vestibular de comunicação, uma design de moda. Dos dois produtores restantes, um faz Artes Plásticas na Escola Guignard da Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG) e outro já trabalhou com desenho industrial.

Todos têm uma relação forte com a arte, de admirar, gostar e consumir (no sentido de experimentar) arte em galerias, nas ruas, no curso de graduação. A entrevistada Neca é um dos exemplos de como a ligação entre as artes e a comunicação existem entre os produtores. A produtora é formada em publicidade e artes plásticas pela Escola Guignard.

Além disso, os produtores manifestaram gostar muito de mídia alternativa, por exemplo, o fanzine e outras formas de arte urbana ou expressão urbana. Outro ponto em comum entre os entrevistados é a atração pelo subversivo, em transgredir as regras. Em estilos musicais alternativos como o *punk rock*, *hard core* e o *hip hop*.

Eu gostava de fotografar não coisas familiares, sempre quis fotografar a rua, as prostitutas, os mendigos, as escritas. Eu sempre gostei desse universo que ninguém dava valor<sup>15</sup>. (Xerel/M/38/2007)

(...)quando eu era adolescente eu gostava muito de punk rock e sempre ia a show de hard core, de punk rock e tal. No movimento punk, no meio punk, a cultura do fanzine é muito forte. Entre as bandas, sei lá, em grupos de amigos sempre produz fanzine, como meio de comunicação alternativo mesmo. Foi aí que eu comecei a gostar do fanzine e tal. E ao mesmo tempo eu gostava de hip-hop que é um outro estilo musical que também é cultura urbana que tem a coisa do grafite. Grafite é um dos elementos do hip-hop<sup>16</sup>. (Lois – Culundria Armada/M/23/2007)

## O Neo-Flâuner

---

<sup>14</sup>Entrevista em profundidade realizada com o coletivo Red Nails em 12 de março de 2008. Morgan é uma das quatro integrantes do coletivo.

<sup>15</sup>Entrevista em profundidade realizada com o produtor de stickers Xerel em 17 de janeiro de 2008.

<sup>16</sup>Entrevista em profundidade realizada com o coletivo de stickers Culundria Armada em 22 de outubro de 2007. O coletivo é composto por dois produtores: João e Lois.

No final do século XIX e início do século XX, algumas pessoas se preocupavam em ter um olhar mais “calmo” e crítico sobre a cidade. De acordo com Jacques (2004), a partir das principais mudanças urbanísticas em Paris dessa época, apareceu uma figura chamada *flâuner*, intitulada assim por Walter Benjamin (1989) nos seus escritos sobre a obra do poeta francês Baudelaire. O termo, de um modo geral, significa andarilho da cidade, observador das ruas, sensível aos detalhes do espaço público e desta forma, grande crítico das mudanças sociais.

Por meio dos poemas de Baudelaire, Benjamin descobriu que a expressão “se sentir em casa” não fazia muito sentido para o poeta, porque o seu lar era nas ruas.

A rua se torna moradia para o flâuner que, entre as fachadas dos prédios, sente-se em casa tanto quanto o burguês entre suas quatro paredes. Para ele, os letreiros esmaltados e brilhantes das firmas são um adorno de parede tão bom ou melhor que a pintura a óleo do salão do burguês; muros são as escrivatinhas que apóia o bloco de aprontamentos; bancas de jornais são as bibliotecas, e os terraços dos cafés, as sacadas de onde, após o trabalho, observa o ambiente. (BENJAMIN, 1989, p.35)

Na contemporaneidade, os *boulevards*, as ruas, e o centro da cidade, que eram os locais de observação do *flâuner*, não são mais o local do “ser visto”. Esse local foi transferido para os bares, shoppings, cinema, televisão e computador (PRYSTHON, 2003). O indivíduo contemporâneo é visto virtualmente através da imagem virtual, na televisão e nas novas mídias.

Vivemos num tempo em que funções importantes do ambiente público, como, por exemplo, a de ser visto, desapareceram das praças para serem substituídas – de modo insatisfatório – por aqueles quinze minutos de fama dos talk shows da TV a que, segundo Warhol, todos têm direito. Hoje os protestos contra a construção de garagens subterrâneas em lugar das vagas de estacionamento na frente dos prédios se transformam numa luta em defesa da última oportunidade de representação que restou ao indivíduo que, ao menos na Alemanha, há décadas fez do seu automóvel o símbolo do seu status social. (BÜTTNER, 2002, p.85)

O *flâuner*, símbolo do modernismo, terá que conviver com “a descentralização, os meios de comunicação de massa, as redes de informação, a diferença, os novos espaços urbanos”. (PRYSTHON, 2003)

Porém, a cidade contemporânea é o espaço dos shoppings, que não deixam de ser uma espécie de desenvolvimento das galerias e dos *boulevards* do século XIX por concretizarem os valores dessa época, como a simultaneidade, a velocidade e o

consumo. O *flâuner*, como figura crítica central das mudanças no comportamento urbano na modernidade, acostumado a andar e admirar a cidade e seus fenômenos, terá lugar na cidade contemporânea? Da mistura do virtual e real, das “*highways*” e dos grandes estacionamentos? (PRYSTHON, 2003).

Os produtores de sticker, por terem essa relação forte com a cidade, de vivenciarem esse espaço não somente como local de deslocamento, mas de experiências, de observação, de inspiração, mostraram que o *flâuner* ainda resiste às mudanças urbanas. Porém, o “neo-flâuner” não observa passivamente a cidade, ele intervêm e apropria o urbano como forma de ser representado nesse local.

Eu sempre observo lugares, eu sempre fui um observador da rua. Então eu sempre me observei. Tudo, o comportamento, as pessoas, né? Eu sou um observador nato do cotidiano urbano. Eu tô nesse meio, eu adoro esse universo. É um exercício fundamental. Um observador constante, de tudo. Eu gosto de pregar na área central. Onde tem variação de pessoas diferentes. (Xerel/M/X/2007)

### **Subjetivização no/do Espaço Urbano**

Além de andarem pelas cidades observando as mudanças sociais, urbanas que acontecem nesse local, os produtores de sticker usam esse espaço como forma de expressar suas inquietações e de se sentirem representados no espaço urbano, que na contemporaneidade é tomado pelas manifestações do capitalismo, como o excesso de propaganda, a especulação imobiliária, a privatização do público e publicização do espaço privado e como local de deslocamento, de trânsito.

Quando dizemos que algo é subjetivado, quer dizer que o sujeito, autor da subjetivação, busca referências externas e as interiorizam (RIBEIRO, 2007). Há dois modos de referências externas, aquelas do intelectual, ou seja, vindas do raciocínio e por causa disso são objetivas. E o outro modo é as referências subjetivas originadas dos sentimentos, das sensações, do emocional. No caso dos interventores, eles interiorizam essas referências e as expressam nas ruas.

A idéia de subjetividade tem sua origem na concepção do sujeito que, a priori, seria o elemento fundador do conhecimento, ou seja, condição para tal. Porém, essa construção, a princípio individual a que chamamos de subjetividade, se faz pelo mesmo processo em que produzimos o conhecimento compartilhado socialmente: por apropriações das referências externas. Essa apropriação pode ser intelectual, ligada à cognição e o entendimento racional, realizada de

forma objetiva. Pode, no entanto, ser de caráter emocional, associada aos sentidos, sensações e sentimentos, realizando-se de forma subjetiva. O que chamamos de subjetividade é a assimilação particular de construções simbólicas coletivas. O substrato que preenche de forma mais veloz esse espaço do subjetivo individual é a matéria do visível, são as imagens geradas na superfície do mundo, de seus objetos, ambientes e corpos. (RIBEIRO, 2007, p.17 e 19)

Os interventores urbanos são praticantes “ordinários” da cidade, como denomina De Certeau (JACQUES, 2008), que a explora de dentro e não possuem um olhar panorâmico e generalizado sobre ela. São aqueles que andam pelas ruas e têm uma relação lúdica, subjetiva e amorosa com a cidade.

Sendo assim, os interventores, tendo o contato direto com a cidade, subjetivam seus elementos acrescentando a eles valor simbólico. O conceito de reterritorialização (subjetivar algo que era subjetivo e perdeu essa característica) pode se encaixar quando ocorre uma intervenção no espaço urbano, e também essas ações podem ser nomeadas de “condensadores de subjetividade”, e como o próprio nome já diz, elas são ações no urbano que concentram níveis de subjetivação dos habitantes da cidade.

Eu acho que sim. Quando surgiu meu trabalho, o cachorrinho, a idéia era fazer um personagem urbano, mas a forma que a coisa tomou, hoje olhando assim de longe, ele assumiu uma forma de um ícone, uma forma bem simplificada, uma forma sintética que eu acho que é uma conseqüência natural do que eu sou e da minha prática como designer gráfico, essa coisa de criar um ícone, uma coisa simplificada. E eu tinha uma idéia na época de fazer ele virar uma coisa que parecesse uma sinalização urbana, então já tinha uma coisa racional de fazer aquilo aparecer graficamente na cidade. (Yellow Dog/M/28/2008)

## **A rede**

A prática dos stickers criou uma rede na internet e nos espaços urbanos. Na internet, a relação entre os produtores de sticker acontece por meio dos sites de relacionamento e armazenamento de imagens, como o *fotolog*, *flickr* e *orkut*. No ato de afixar o sticker na rua, os produtores têm o hábito de fotografarem o feito e colocar a imagem nesses sites de armazenamento e sociabilidade.

A intenção de colocar a foto do trabalho na rede é a de registro, ou seja, de manter a memória da instalação do sticker na rua e a de abastecer a rede de contatos por meio dos comentários e visitas de outros produtores ou de pessoas que gostam e acompanham a prática dos stickers.

A postagem de fotos na internet possibilita o reconhecimento do grupo de produtores, porque de acordo com alguns entrevistados, a única forma de identificação

do trabalho é as fotos na internet. E geralmente, o espaço dentro do site de relacionamentos possui o nome ou do coletivo de produtores de stickers ou da identificação do produtor de stickers, que geralmente é um apelido.

### **REFERÊNCIAS:**

ARROYO, Julio. Bordas e espaço público. Fronteiras internas na cidade contemporânea. Arqtextos n081, fev. 2007. Disponível em: <[http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq081/arq081\\_02.asp](http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq081/arq081_02.asp)>. Acesso em: 18 set. 2007.

BARROS, José Márcio. “Cultura e Comunicação nas avenidas do contorno em Belo Horizonte e La Plata”. Belo Horizonte. Editora PUC MINAS, 2005. 228p.

BAUDRILLARD, Jean. L'échange symbolique et la mort. Paris:Gallimard, 1976, p. 118-128. Tradução: Vera R. Veiga França

BENJAMIN, Walter. 1989. "Paris, capitale du XIXe siècle", Le livre des passages. Paris, CERF

BORELLI, Silvia Helena Simões; OLIVEIRA, Rita e Cássia Alves. Vida na Metrópole: Comunicação Visual e Intervenções Juvenis em São Paulo. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0580-1.pdf>>. Acesso em: 12 jul.2009.

BÜTTNER, Claudia. Projetos Artísticos nos Espaços Não-Institucionais de Hoje. In: Cultura e Cidade, São Paulo

CANEVACCI, Massimo. “A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana”. 2. ed. São Paulo. Studio Nobel. 1997. Tradução Cecília Prada. 238p.

FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. Olhar periférico: informação linguagem, percepção ambiental. 2.ed. São Paulo: Edusp, 1999.

FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. Ver a cidade cidade, imagem, leitura. São Paulo: Nobel, 1988. 81p.

FREITAS, Mariana Fonseca. Intervenção urbana: subversão no espaço público. 2006. Monografia (conclusão do curso Publicidade e Propaganda) – Faculdade Estácio de Sá de Belo Horizonte, Belo Horizonte.

GUIMARÃES, Cristina Maria de Oliveira. Espaços públicos ou espaços para o público?.Arquitexto 448.novembro de 2007. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp448.asp>>. Acesso em: 16 jul.2008.

MATEDI, Josana. Cidade, quilt e patchwork: composições para um corpo sensível. In: MACIEIRA, Cássia; RIBEIRO, Juliana Pontes (Orgs.). Na rua: pós-grafite, moda e vestígios. Belo Horizonte, 2007. p.24-29.

PALLAMIN, Vera Maria. Arte Urbana: São Paulo: Região Central (1945-1998): obras de caráter temporário e permanente. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2000. 82 p.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Muito Além do Espaço: Por Uma História Cultural do Urbano. Cultura e História Urbana. n.16. Rio de Janeiro, 1995. Disponível em: <<http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/178.pdf>>. Acesso em: 12 de jul.2009.

PRYSTHON, Ângela. O Cosmopolitismo e as Cidades: transitando por velhos e novos conceitos. Espaço & Debates. 2003. São Paulo, v. 23, n. 43-44, p. 60-70.

Disponível na internet  
<http://www.eca.usp.br/alaic/boletin18/comunicacionyciudad/AngelaPrysthon.htm>.  
Acessado em 11/02/2008

RIBEIRO, Juliana Pontes. A cidade na superfície. In: MACIEIRA, Cássia; RIBEIRO, Juliana Pontes (Orgs.). Na rua: pós-grafite, moda e vestígios. Belo Horizonte, 2007.