

# O PAPEL DA VISIBILIDADE NAS MANIFESTAÇÕES DE GRAFFITI EM NATAL- RN

Pablo Raniere Medeiros da Costa<sup>1</sup>

**Resumo:** Lançar uma análise à cidade a partir da visibilidade inerente as manifestações de *graffiti*, nos permitiu entrever a visibilidade do espaço como recurso fundamental para determinadas práticas sociais, as quais requerem criar e/ou reforçar determinadas imagens e discursiva partirdapaisagem e do espaço público. Nosso intento é vincular o *graffiti* com a predileção visual que determinados espaços possuem, ou seja, reconhecer que as particularidades materiais e imateriais do espaço agem diretamente na promoção do *graffiti*. Destarte, abordamos o tema considerando o espaço como expressão da multiplicidade, produto de inter-relações, nos autorizando realizar associações entre as instâncias política e econômica com as manifestações de *graffiti* na cidade de Natal.

**Palavras-chave:** Visibilidade; Paisagem; Espaço Público; *Grffiti*.

## THE ROLE OF VISIBILITY IN THE EVENTS OF GRAFFITI IN NATAL- RN

**Abstract:** Launch a review of the city from the inherent visibility of graffiti demonstrations, allowed us to glimpse the space visibility as a key resource for certain social practices, which requerem criar and / or reinforce certain images and discurso sa partir da paisagem and public space. Our intent is to link the graffiti with visual predilection that certain spaces have, that is, to recognize that tangible and intangible features of the space act directly in promoting graffiti. Thus, we address the issue considering the espaço como expression of the multiplicity of interrelations product, authorizing us hold associations between political and economic bodies with graffiti demonstrations in Natal.

**Keywords:** Visibility; Landscape; Public Space; *Grffiti*.

## INTRODUÇÃO

Há muito tempo que o direito de modificar o espaço, atribuindo um novo conjunto simbólico, limita-se a cultura hegemônica que define a política e economia vigentes. A intervenção na cidade desvinculada de uma delas é imediatamente considerada marginal e automaticamente descartada como representação válida da sociedade, e por isso recriminada. A abordagem que damos aqui busca compreender o papel da visibilidade como elemento importante na compreensão do *graffiti* na cidade, bem como das práticas relacionadas a ele.

---

<sup>1</sup> Mestrando em Estudos Urbanos e Regionais do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Bolsista CAPES. pablolanmed@yahoo.com.br. *Número Especial da Revista Estudos Geográficos – XII Seminário da Pós-Graduação em Geografia*, Rio Claro, 13(0): 66-77, jan./jun. 2015 (ISSN 1678—698X) <http://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/estgeo>

Um olhar devidamente treinado, pouco se desviará dos regimes de visibilidade (GOMES, 2013a) que atuam na contemporaneidade, fundamentalmente definidos pelo modo de produção que tende a padronizar as relações sociais, bem como as formas espaciais fruto dela. De maneira que nossa abordagem sobre o *graffiti* se deu a fim de explorá-lo enquanto paisagem marginal, rica em símbolos e significados que aderem um novo conteúdo a paisagem, faz o contraponto com a paisagem dominante que tem nesta um dos meios pelos quais reforça seu domínio político, cultural e econômico (COSGROVE, 1998), e que se expressa pela normatização e padronização de uma imagem da cidade (LYNCH, 1997) cada vez mais homogênea e que reforça o poder institucionalizado.

No entanto, essa institucionalização da vida pode ser rompida quando praticada outras formas de agir e enxergar no/o mundo, “pois nos ajudam a escapar das miradas do olho único e da lógica da vida. Para contentar a vida não se pode ter um único modo de ver e viver.” (CAZETTA; SEEMANN, p.02, 2012), pois antes de tudo, a paisagem é uma maneira de ver (COSGROVE, 1998), nesse sentido podemos afirmar que suas particularidades podem ser enaltecidas ou minimizadas, dependendo do interesse do observador ou de seu ponto de vista, na medida em que “Vemos ou compreendemos coisas diversas a partir da possibilidade de termos diferentes pontos de vista, pontos de observação, contextos da observação.” (GOMES, 2013a, p.79), de modo que podemos apreender o *graffiti*, ora como sujeira e vandalismo, ora como arte e expressão cultural válida, fruto de uma autoafirmação do grafiteiro.

O *graffiti*<sup>2</sup> historicamente exerceu um papel que impele ao rompimento com os padrões estabelecidos na constituição da paisagem, de quem possui o direito de inscrever nela, pois a subverte atribuindo um novo significado simbólico, potencialmente atrelado a um discurso de reivindicação social e contestação política, econômica e/ou cultural, ou ainda como forma de auto-afirmação existencial do indivíduo ou grupo. Por outro lado, na contemporaneidade, o *graffiti* já pode ser visto enquanto prática associada à política e economia vigentes, elaborado segundo suas diretrizes; é possível reconhecer essa relação em várias partes do mundo, inclusive no Brasil.

## VISIBILIDADE COMO ESTRATÉGIA DE DIFUSÃO DISCURSIVA

Como escreveu Paulo César da Costa Gomes (Ibidem), para existir, lugares, pessoas etc., qualquer coisa deve obrigatoriamente possuir um suporte imagético, não seria diferente nos espaços públicos, onde o poder público busca a todo o momento reforçar sua representatividade por meio da imagem que é criada a partir dele, por isso a preocupação das prefeituras das capitais brasileiras – e Natal não foge a regra –, em cobrir de cinza seus muros – onde outrora havia pichação, estêncil e outras tipologias de *graffiti* –, a fim de reiterar sua presença institucional no espaço, fruto de uma urgência pela visibilidade da mesma enquanto expressão máxima da ordem, da norma etc., assentada numa base imagético-discursiva. De maneira que ao considerarmos o espaço público como expressão da isonomia

---

<sup>2</sup> O *graffiti* é entendido aqui como toda ação espontânea que utiliza tinta, colagem e outras ferramentas para atribuir um novo conteúdo simbólico à paisagem, buscando uma relação mais próxima e interativa das pessoas com o espaço (GITAHY, 1999, p.16).

Número Especial da Revista Estudos Geográficos – XII Seminário da Pós-Graduação em Geografia, Rio Claro, 13(0): 66-77, jan./jun. 2015 (ISSN 1678—698X) <http://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/estgeo>

espacial, estamos negligenciando o fato do mesmocompreender uma ordem mais subjetiva dos eventos, carregada de sentidos múltiplos, encontrada em manifestações como o *graffiti*, pois nos deixa frente ao inesperado e espontâneo, nos faz “encontrar em toda a cidade, os espaços e lugares de mobilização, resistência e solidariedade.” (SOJA, 2004, p.320).

Apesar de a pixação<sup>3</sup> ser o principal alvo das ações combativas realizadas pelos governos estadual e municipal no Brasil, na prática, não há distinção estética ou valoração artística por quem cobre a cidade de cinza, visto que o interesse é desobrepular qualquer outra prática social, que não esteja subjugada ao poder governamental, o qual busca reforçar um discurso de cidade limpa e de rejeição a manifestações visuais ilegais e supostamente inapreensíveis, em grande medida para reforçar sua presença em detrimento a outras representações sociais alternativas, como o *graffiti*. Elabora-se, assim, um discurso de desordem associado ao fenômeno.

Nesse sentido, ocorre que vincular o *graffiti* à ideia de sujeira e arruaça, ratifica o poder do discurso hegemônico presente na paisagem, que por meio de um discurso de desordem qualifica o *graffiti* como sujeira ou manifestação que se encontra deslocada, fora do lugar (out of place), “O discurso de desordem é uma linguagem que vincula ordem à paisagem e sugere que o graffiti, como sintoma da desordem, está fora do lugar” (CRESSWELL, 1992, p.332) e por isso precisa ser eliminado ou sujeitado à cultura dominante, como ocorre atualmente.

Cabe ressaltar, que a presença institucional na cidade, assim como a presença das manifestações de resistência a ela, é definida pelos lugares de maior visibilidade. Viadutos e muros da cidade recebem manutenção de forma estratégica por parte da prefeitura, isto é, de acordo com sua localização, os *banners* atrelados à prefeitura, por exemplo, que fazem referência à lei que proíbe a veiculação de publicidade em espaços públicos se encontram em sua grande maioria em viadutos, vias e muros de bairros com grande tráfego de pessoas e veículos, lugares com uma relativa baixa visibilidade são geralmente ignoradas pelo poder público.

Para tanto, a publicidade seja institucional, seja marginal, tem como premissa visual se estabelecer nos pontos mais vistos das cidades, de modo que as principais vias de acesso da cidade se tornam, do ponto de vista topológico, espaços de visibilidade, como nos explica FB, pixador e grafiteiro de Natal vinculado às *crews* (ganges) BDL (Bonde dos Loucos) de pixo, e FDM (Fim do Mundo Crew) de grafite. Sobre quais são as preferências do ponto de vista espacial, considerando as Avenidas:

As principais, Salgado Filho, Hermes da Fonseca, Bernardo Vieira. (FB, entrevista realizada 19 de novembro de 2012).

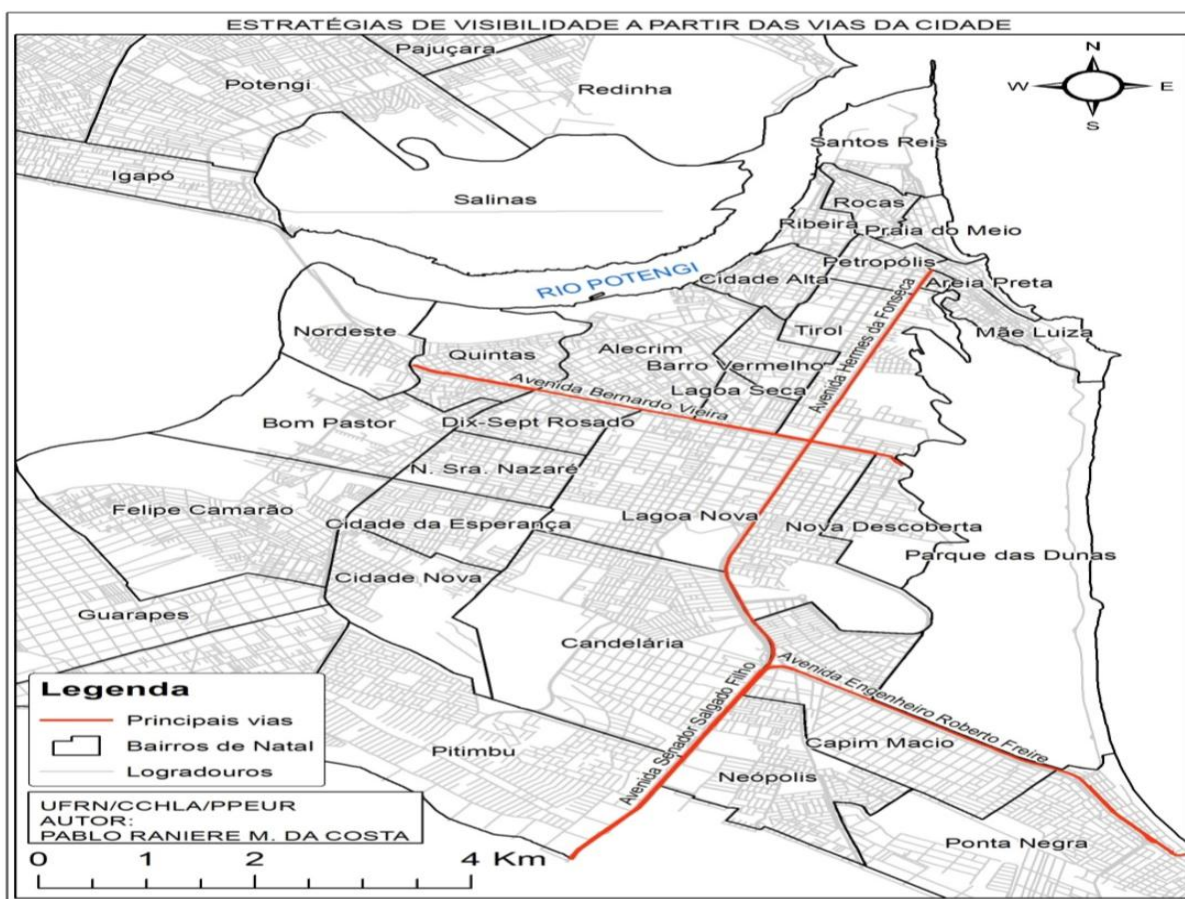
Fala esta que nos faz entrever que há, sim, uma predisposição em atuar em determinados lugares da cidade, em função de sua visibilidade. No mapa abaixo, destacamos de que maneira as vias citadas pelo mesmo, conformam percursos que levam a qualquer região da cidade, zonas norte, sul, leste e oeste,

---

<sup>3</sup> Cabe aqui uma diferenciação do termo pichação com “ch” e com “x”, na medida em que, segundo o pesquisador Gustavo Lassala (2010), a primeira diz respeito a qualquer tipo de pichação, uma frase de amor que se repita pela cidade, de cunho político, ou mesmo de cunho estritamente comercial etc., já a segunda diz respeito à pixação desenvolvida inicialmente em São Paulo no início da década de 1980, a qual possui um apelo estético específico de traços largos e extensos, vinculados a uma gangue ou *crew*, ‘especializada’ em atuar na cidade de forma mais contundente e competitiva.

entrevendo que para ganhar destaque não importa a quantidade, mas em grande medida estar bem localizado. Esse discernimento espacial é fundamental para quem deseja chamar a atenção, ser mais visto, pois quem não é visto não é lembrado, como diz o axioma. Ocorre que essa percepção de que o lugar onde se está importa, não compreende apenas aos pixadores e grafiteiros de Natal, como vimos, essa é uma estratégia que compreende diversas faces da nossa sociedade, independentemente dos pressupostos de legalidade e ilegalidade.

Em relação ao *graffiti*, não é difícil de observarmos na contemporaneidade, o uso deste fenômeno, dessa expressão cultural contestatória (marginal), pela cultura dominante (hegemônica), seja em outdoors, exposição ao ar livre ou em galerias, promovido pela esfera pública, por exemplo, a qual define a maneira, o formato, o período e o lugar adequado para expor o *graffiti*<sup>4</sup>, com o evidente objetivo de tutelar a primazia da criminalização a qualquer manifestação dessa natureza quando espontânea, ressaltando um discurso de autoridade e de penalização às manifestações que burlem as normas.



**Mapa 1** - Estratégia de visibilidade a partir das vias da cidade  
**Fonte:** Pablo Raniere M. da Costa

Buscamos representar no mapa acima, como a visibilidade associada a determinados lugares culmina numa constante disputa para ocupá-los, compreendendo todas as instâncias sociais, as quais utilizam o espaço cada uma a

4 Há inclusive uma discussão se é adequado chamar o trabalho exposto por grafiteiros em galerias ou exposições em geral como “graffiti”. Um dos argumentos se baseia por considerar que para ser graffiti é preciso ser espontâneo, efêmero, estar na rua e não em espaços fechados, limitando sua visualização. Número Especial da Revista Estudos Geográficos – XII Seminário da Pós-Graduação em Geografia, Rio Claro, 13(0): 66-77, jan./jun. 2015 (ISSN 1678—698X) <http://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/estgeo>

sua maneira, a fim de reforçar seus interesses que para serem valorizados precisam ser vistos. Os logradouros em destaque conformam um percurso comum a várias manifestações, seja de ordem hegemônica, seja de ordem contestatória, que dependem do olhar do outro, por isso sua predileção visual. De modo que não é difícil encontrar sinais dessa disputa espacial na cidade, mesmo por quem intervêm ilegalmente no espaço, na foto abaixo temos um exemplo de reivindicação de um espaço onde outrora havia *tags* – expressão escrita dos apelidos que cada pixador possui –, posteriormente coberto por propagandas que também ocupam de maneira ilegal o espaço, que não “respeitaram” a advertência deixada pelos pixadores, os quais, posteriormente, arrancaram a publicidade.



**Foto1** - Reivindicação pelo espaço

**Fonte:** Pablo Raniere M da Costa, 21 de Maio de 2014

Diante disso, apresentamos os meios pelos quais a visibilidade se tornou elemento central ao se discutir temas na geografia que possuem um conteúdo imagético preponderante, “pois cada cidadão tem vastas associações com alguma parte de sua cidade, e a imagem de cada um está impregnada de lembranças e significados.” (LYNCH, 1997, p.01) dos mais diversos, de identidade, territorialidade, orientação, medo etc., todas construídas por meio da leitura de um conjunto de signos presente na paisagem, onde “Essas informações se revelam à medida que se desvenda o código pelo qual elas se exprimem, ou seja, as regras que as erigem.” (GOMES, 2013b, p.29).

Num dos eventos de arte de rua que ocorreu numa galeria de arte, questionei uma das visitantes a respeito de seu ponto de vista acerca o *graffiti*, informação cuja importância é dada pelo fato de que, como nos recorda Paulo César da Costa Gomes (2001), aquilo que dá vida e sentido às formas espaciais é a maneira pela qual o espaço geográfico é vivido, valorizado e simbolizado:

Recentemente eles fizeram essas obras para a copa, e é tudo muito cinza, muito concreto, sabe, e eu acho que poderia ter mais cores. E o

grafite é a arte das ruas, mesmo, da cidade, é muito melhor do que o cinza. Igara, entrevista realizada em 17 de setembro de 2014.

As motivações para a realização do *graffiti* são as mais diversas, mas para a concretização de todas elas, a visibilidade de suas intervenções tem papel fundamental, de maneira que os lugares de maior visibilidade logo se tornam campo de disputa, “Isso significa que, nessa competição entre imagens, desenvolvem-se estratégias para seduzir os olhares, para chamar a atenção, para despertar o interesse.” (GOMES, 2013a, p.7). A partir desse pressuposto cabe destacar às estratégias desenvolvidas pelos pixadores para terem suas *tags* vistas e suas *crews* reconhecidas, e de como as especificidades do lugar contribuem para o entendimento delas, tendo em vista que “Os muros da cidade têm, eles mesmos, significados, os lugares onde estão também.” (Idem, p.292).

Algumas áreas da cidade agem como imã à arte de rua. A situação geográfica (SILVEIRA, 1999) preexistente se apresenta como uma categoria capaz de dar suporte a essa assertiva, a partir das fachadas, espaços ociosos, ruínas, lugares escondidos e com pouco movimento, entre outros. Todos eles, após certo tempo, revelam-se como espaços do *graffiti*, na medida em que é possível perceber que quando são tomados por outrem – principalmente pela publicidade – esses espaços são fortemente reivindicados; evidenciando o caráter territorial patente, como vimos anteriormente.

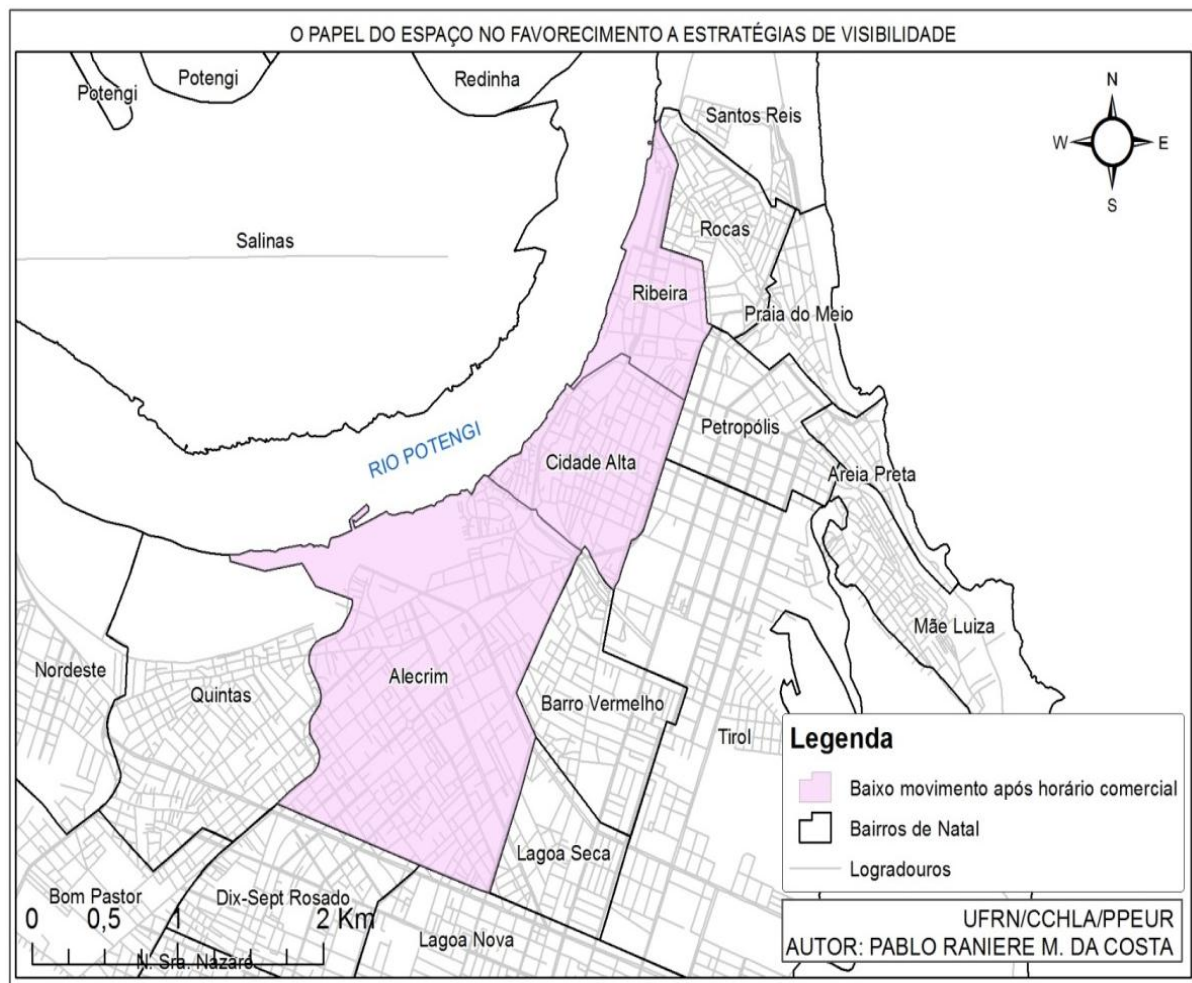
## **ESTRATÉGIAS DE APROPRIAÇÃO ESPACIAL PELO GRAFFITI**

Partimos do pressuposto de que a apropriação construída por meio do imaginário, sentimento, posse ou uso dos lugares, obedece necessariamente a um exercício efetivo de controle sobre os objetos e as práticas sociais que ocorrem nos lugares (GOMES, 2002, p.13). Tal reivindicação é apenas um exemplo do modo como os grafiteiros agem para salvaguardar os seus trabalhos ao máximo de tempo possível, um caso de apropriação na medida em que:

O artista urbano, o artista de rua, sobrevive disso, é a resistência. Não adianta você ficar pintando e repintando uma parede só, tem que pintar uma e quando a outra estiver descascando, você volta para continuar encontrando lugares. Isso faz com que você seja considerado (Pedro Ivo, entrevista realizada em 15 de maio de 2012).

Não obstante, o lugar age ativamente nas manifestações socioespaciais que possuem um apelo visual atrelado a elas, na medida em que considerando o centro da cidade de Natal, por exemplo, cujo papel comercial é preponderante, onde o comportamento de dia é completamente diferente do de noite, onde se torna um espaço bastante deserto, “facilitando” a ação de grafiteiros, basta um passeio mais atento – flana pelas ruas da cidade alta, Ribeira ou Alecrim – para notar os pixos, grafites, estêncis etc., que dada a grande movimentação que esses bairros recebem diariamente no horário comercial, as *tags* ou grafites serão mais vistas, e os grafiteiros ficarão, conseqüentemente, mais conhecidos. Destacamos no mapa abaixo, os bairros que possuem as características descritas.





**Mapa 2 - O papel do espaço no favorecimento a estratégias de visibilidade**

Fonte: Pablo Raniere M. da Costa

## FORMAS DE EXPOSIÇÃO DO GRAFFITI

O apelo visual se tornou uma das principais características da cidade contemporânea. Quando estamos a caminhar por elas, nos deparamos com todo tipo de representação, forma, cor, objeto e pessoas, do ponto de vista da imagem da cidade, tais descontinuidades são superadas quando percebemos que o que a define é justamente o sincretismo, a confusão estética, a descontinuidade (CANEVACCI, 2008). Uma das maneiras de amenizar essa confusão é reconhecer no espaço, determinadas narrativas e discursos, onde possamos estabelecer uma 'ordem' espaço temporal, tendo em vista a capacidade da imagem de "reproduzir ideias e cristalizar práticas sociais. [...] ideológico e coercitivo, representa e comunica unilateralmente." (ARRAIS, 2001, p.177).

O que vem ocorrendo com frequência na contemporaneidade é a apropriação dessa cultura marginal pela cultura dominante, o que por um lado reforça um espaço controlado, por outro, permite que o *graffiti* encontre outros suportes para sua difusão, imprimindo, em grande medida, novos significados às manifestações de *graffiti*, outrora fundamentalmente marginal e de cunho transgressivo. Muito embora o autor da obra que aparece na imagem a seguir, considerar extremamente pertinente a superação desse paradigma que opõe o

*Número Especial da Revista Estudos Geográficos – XII Seminário da Pós-Graduação em Geografia*, Rio Claro, 13(0): 66-77, jan./jun. 2015 (ISSN 1678—698X) <http://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/estgeo>

dinheiro da arte, sobretudo do *graffiti*, na medida em que sua obra, mesmo tendo a Copa do Mundo como pano de fundo, não deixa de ser fruto de um grafiteiro, tendo a cidade como suporte:

Sim cara, eu me surpreendi também, por que fui chamado muito em cima, do ultimo dia pra tirar fotos para o trabalho ir para a rua, como letreiro. Outra coisa é o fato de a curadoria ter sido independente da prefeitura, isso levou pessoas a mais a participar do evento, como eu e outros artistas menores e malditos na sociedade natalense e, sendo assim, como eles estão gastando mesmo nosso dinheiro com coisas bem pobres visualmente, por que não ajudar e ganhar algo em troca do que fiz em dois anos, o stencil que ta na imagem foi feito em dois anos, e outra, está na rua, não num salão fechado, isso é massa, sendo assim a copa é mero brinquedo, naquilo de mais importante, onde chegou a arte urbana, no próprio enfeite de rua publicitário, contradição? Acho que do sistema, que não bota logo agente lá pra pintar o lance mesmo na rua, em breve acho que rolará, aí será massa fazer a rua de palco. (Pedro Ivo, entrevista realizada em 20 de julho de 2014).

Esse fenômeno tem fomentado um grande debate sobre até que ponto isso esvazia as manifestações de *graffiti* ou não. Até que ponto o conteúdo político e cultural é perdido, quando não é produzido de maneira espontânea, de forma transgressiva. Não é raro observarmos na contemporaneidade, o uso do *graffiti*, dessa expressão cultural espontânea (contestatária), pela cultura dominante (hegemônica) por diferentes maneiras a fim de demonstrar controle sobre ela. É possível enxergá-la representada em outdoors ou mesmo numa exposição ao ar livre ou em galerias, eventos promovidos pela esfera pública, por exemplo, onde é definido a maneira, o formato, o período e o lugar adequado para expor o *graffiti*, com o latente objetivo de tutelar a primazia da criminalização a qualquer manifestação dessa natureza quando espontânea, ou seja, sem a permissão das autoridades, ressaltando um discurso de autoridade e de penalização às manifestações que burlem as normas.





**Foto 2 - Instalação da prefeitura de Natal para a Copa do Mundo contendo *Graffiti* de Pedro Ivo**

**Fonte:** Pablo Raniere M. da Costa, 27 de Junho de 2014.

Entretanto, não são todos que são chamados a expor em galerias e eventos como este. Há sempre uma interpretação que, dependendo da divergência, podem ser envolvidos ou excluídos do evento. Na rua, estão todos – os que escrevem na/a cidade – sujeitos a experiência e vivência diversas, associadas à contingência dos resultados, na medida em que podem – durante a realização das intervenções – receber elogios, questionamentos, serxingados, entrevistados, receber propostas de trabalho, ser presos, ter seus rostos pintados por policiais e tantas outras experiências fornecidas pela prática urbana, sejam elas boas ou ruins. O que implica num encadeamento narrativo bastante diverso, que singulariza o *graffiti* em contraponto a outras práticas culturais.

Cresswell chama a atenção que “o significado do graffiti nas ruas tem mudado para o significado do graffiti como arte – uma commodity.” (CRESSWELL, 1992, p. 339), atrelando-o à cultura dominante e, não mais, como prática marginal, pois dessa forma perde sua efemeridade, seu caráter enigmático, atrelado à própria dinamicidade da cidade e de seus espaços públicos. O *graffiti* deixa de ser visto por todos, há um período definido para contemplá-lo – ou pelo menos a representação dele em telas ou noutros formatos. O que de certa maneira descaracteriza o *graffiti*, pois deixa de ser a forma existencial de autoafirmação do grafiteiro (Ibidem, p.337) por meio da significação simbólica da paisagem com os seus códigos, os quais questionam as fronteiras simbólicas que impedem uma representação simbólica espontânea e particular dos indivíduos ou de grupos na sua própria cidade, os quais são levados a transgredi-la.

O movimento do *graffiti* vem crescendo em Natal, inclusive em termos comerciais, a ponto de chamar a atenção de empresas e instituições que, ao

reconhecerem o talento dos grafiteiros, os convidam, na maioria das vezes por intermédio da CUFA-RN (Central Única das Favelas) ou diretamente com as *crews* de grafiteiros, para realizarem trabalhos ora remunerados, ora com a concessão do material; o que de uma maneira ou de outra contribui para a disseminação e assimilação do *graffiti* pela população da cidade. Porém, existem aspectos da cultura do *graffiti* que, para alguns, se violados esvaziam o mesmo e o afasta de uma ideologia urbana, a qual abarca desde a transgressão espacial até a liberdade de grafitar com ideias próprias. Sobre isso, a grafiteira Doce (Fsc – FreeStyleCrew) comenta que:

Hoje já misturaram tudo, ninguém se importa mais com a ideologia urbana, se é mural ou *graffiti*. Em Natal está um cabaré, um cabaré em que se misturam as coisas, afirmando que um painel feito sob encomenda é *graffiti*, vendendo isso como *graffiti* potiguar, mas que é um trabalho comercial. *Graffiti* é quando você pinta o que você quer, com sua liberdade. Se tiver alguém dando suporte, sem problemas, tinta e apoio são sempre bem vindos. Mas quando há a interferência em suas ideias, quando se dita o que você deve fazer, para mim isso é só comercial (Doce Fsc, entrevista realizada em 12 de setembro de 2012).

Por outro lado, há grafiteiros que enxergam a cena com outro olhar. A discussão caminha para o entendimento que o que importa é não ferir a liberdade criadora do artista, não importando os suportes:

O espaço é de todos. Eu acho que não tem esse negócio, tanto é que a Pinacoteca está toda grafitada, então o grafite saiu um pouco da rua, tem as galerias que estão pagando para fazer grafites em casa, o que é legal, porque também os grafiteiros também têm que pagar conta, e nada melhor do que você pagar sua conta com sua arte. Não é problema algum cada um faz o seu. (Viviane Fujiwara, entrevista realizada em 17 de setembro de 2014).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a imagem de cidade que se deseja propagar mantendo um *status quo* da mesma, as formas de alteração do espaço público e, por assim dizer, da imagem da cidade, são muito bem delimitadas, e não acolhe o *graffiti* – quando espontâneo. No entanto, não importa a origem da intervenção, elas estão sempre em busca do olhar, de serem reconhecidas. O *graffiti* seja ele justificado por uma razão política, territorial ou estética, busca esse olhar.

É adequado afirmar que há muito se estabeleceu um modo ideal de ser e agir no mundo que vem moldando substancialmente nossas ações, bem como a forma como apreendemos o mundo, de tal modo que qualquer desvio seja imediatamente visto com estranheza, ora contestado, ora repreendido. As formas espaciais, bem como sua organização, conformam as bases de um aparelho de controle social semelhante a um encarceramento, a sociedade passou a estar sob um estado de confinamento e vigilância constante. Nosso intento aqui fora explicar como o *graffiti* se estabeleceu como uma das manifestações que subverte essa

ordem, a partir de estratégias socioespaciais, dentre as quais demos maior destaque a visibilidade.

Ao transgredir o espaço, o *graffiti* lhe confere um novo conteúdo simbólico, com novos significados, na medida em que é “ao destoar ou romper com o significado preexistente do lugar que a transgressão da norma espacial preestabelecida cria possibilidades de ruptura ou transformação do significado daquele lugar.” (MOREN, 2009), suscitando formas diferenciadas de enxergar e apreender os lugares, inclusive pela sua visibilidade. Foi o que buscamos provocar com o presente texto. O discurso do *graffiti* se renova junto com a sociedade. E os estudos com direcionamentos teórico-metodológicos diferenciados são importantes para não perder essa renovação socioespacial, visto que buscam trazer a seara geográfica fenômenos ainda muito pouco explorados.

## REFERÊNCIAS

ARRAIS, Tadeu Pereira Alencar. Goiânia: as imagens da cidade e a produção do urbano. In: CAVALCANTI, Lana De Souza. **Geografia da cidade: a produção do espaço urbano em Goiânia**. Goiânia: Alternativa, 2001.

CANEVACCI, Massimo. **Fetichismos visuais: corpos erópticos e metrópole comunicacional**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.

CAZETTA, Valéria; SEEMANN, Jörn. Despraticando as normas do olhar. **Geograficidade**, v.2, Número especial, Primavera 2012. p. 2 – 7.

COSGROVE, Denis. A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDHAL, Zeny (org.). **Paisagem, tempo e cultura**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1998.

CRESSWELL. Tim. **The crucial ‘where’ of graffiti: a geographical analysis of reaction to graffiti in New York**. *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 10, p.329-344, 1992.

GOMES, Paulo César da Costa. **O lugar do olhar: elementos para uma geografia da visibilidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013<sup>a</sup>

GOMES, Paulo César da Costa; RIBEIRO, Leticia Parente. A produção de imagens para a pesquisa em Geografia. **Espaço e cultura**. UFRJ, nº 33, p.27-42, jan./jun., 2013b.

GOMES, Paulo César da Costa. A cultura pública e o espaço: desafios metodológicos. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato. **Religião, identidade e território**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

GOMES, Paulo César da Costa. **A condição urbana: ensaios de geopolítica da cidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

GITAHY, Celso. **O que é graffiti**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

LASSALA, Gustavo. **Pichação não é pixação**: uma introdução à análise de expressões gráficas urbanas. São Paulo: ALTAMIRA, 2010.

LUCHIARI, Maria Tereza Duarte Paes. A (re)significação da paisagem no período contemporâneo. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato. **Paisagem, imaginário e espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. (trad.) Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

SILVEIRA, M. L. Uma situação geográfica: do método à metodologia. **Território**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 6, 1999.p. 21-28.

SOJA, Edward W. **Postmetropolis**: criticalstudiesofcitiesandregions. Oxford: Blackwell Publishing, 2004.

Artigo submetido em: 30/06/2015

Aceito para publicação em: 04/07/2015

Publicado em: 22/08/2015