

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS (CCJE)
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS (FACC)
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA E GESTÃO DE UNIDADES DE INFORMAÇÃO
(CBG)

GISELE DE SOUSA DUARTE

O *GRAFFITI* COMO FONTE DE INFORMAÇÃO E ELEMENTO DE CONSTRUÇÃO
DE IDENTIDADE CULTURAL NO CONTEXTO URBANO

Rio de Janeiro

2016

GISELE DE SOUSA DUARTE

**O *GRAFFITI* COMO FONTE DE INFORMAÇÃO E ELEMENTO DE CONSTRUÇÃO
DE IDENTIDADE CULTURAL NO CONTEXTO URBANO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia.

Orientador (a): Prof^a Dr^a Juliana de Assis

Rio de Janeiro

2016

Ficha catalográfica

D812

O *graffiti* como fonte de informação e elemento de construção de identidade cultural no contexto urbano / Gisele de Sousa Duarte. -- Rio de Janeiro, 2016. 44 f.

Orientadora: Juliana de Assis .
Trabalho de conclusão de curso (graduação) –
Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de
Informação, Faculdade de Administração e Ciências
Contábeis, Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas,
Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2016.

1. *Grffiti*. 2. Fonte de informação. 3. Identidade cultural. 4.
Coletivos urbanos. I. Assis , Juliana de, orient. II. Título.

GISELE DE SOUSA DUARTE

**O *GRAFFITI* COMO FONTE DE INFORMAÇÃO E ELEMENTO DE CONSTRUÇÃO
DE IDENTIDADE CULTURAL NO CONTEXTO URBANO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia.

Rio de Janeiro, 29 de julho de 2016.

Profª Drª Juliana de Assis –
Orientador (a)

Profª Drª Regina Dantas –
Membro interno

Prof. Thulio Gomes –
Membro externo

À minha mãe, pelo suor, lágrimas e
orações.

AGRADECIMENTOS

Ao Criador de todas as coisas. Aquele que é o Dono dos meus dias. O Começo e o Fim. Por Ele, para Ele e com Ele.

À minha família que amo com todo o meu coração. À minha mãe, Maria, por todo o esforço, os joelhos no chão em orações incessáveis pela minha vida, por tudo que sempre fez por mim nesses 21 anos de estrada. Pretendo retribuir todas as coisas maravilhosas que fez por mim. Minhas irmãs, Geicyelle e Gerlane, por serem minhas amigas inseparáveis, por sempre me ajudarem em todas as áreas da vida, por serem companheiras e sempre darem os melhores conselhos. Às minhas sobrinhas, Giovanna e Grazielle, sempre tão alegres, amáveis, enchendo a casa de brilho e cor. A vida é muito mais bonita com vocês por perto.

Ao amor da minha vida, Eduardo, por todo o apoio, consolo nas horas difíceis, por arrancar risadas nos momentos em que só queria chorar, por ser meu parceiro de vida, por ser meu companheiro inseparável e parte fundamental da nossa incrível equipe de dois. Amo você infinito.

Aos meus amigos queridos e fantásticos, a família que eu escolhi, por tornar a caminhada muito mais leve. E em especial para: Claudia, Felipe, Fernanda e toda família Thomaz por sempre me acolher com amor. Ao Marco e toda a família Bartolo por serem os incentivadores mais entusiastas que já conheci. Kamila, por ser a melhor amiga que alguém poderia ter e por ter ficado, apesar dos pesares. Thiago e Vitor, por serem os melhores. Franklin, Diogo e Carolina, por serem abençoadores e intercessores. Francielly, por enfrentar distâncias. Para todos os amigos que tiveram que me dividir com a faculdade. Obrigada por serem pacientes e pelo apoio.

À minha igreja, Igreja de Nova Vida de Piedade e aos meus irmãos queridos, por serem casa e cumprirem seu papel de amar ao próximo sem distinções. Obrigada por cuidarem de mim.

Aos meus biblioamigos, presentes que a Biblioteconomia me deu. Aos queridos da Escola de Biblioteconomia da Unirio pela amizade desde 2012. Aos amigos surpreendentes do CBG, da turma 2012.2, em especial o meu grupo de trabalho que seguiu desde o primeiro período e com muita qualidade: Francini, Solange, Julliana. Meninas, vocês são maravilhosas e o limite é o céu. E José Luiz, por ser amigo, irmão, parceiro e um presente na minha vida, amo muito você. Agradeço também à Stephanie, Suellen, Larissa, Maiara, Ana Leticia, Wivianne,

Juliana Moraes, Zilma Taninha, Nara, Rafael Simplício, Leticia Machado, Luiz, por tornarem o dia-a-dia mais leve e dividirem as pressões da vida acadêmica.

Aos professores do CBG que me inspiram e levam a docência a sério. Em especial, os professores Marianna Zattar, Danilo, Nadir e Ana Carvalho (minhas salvadoras da pátria, sou extremamente grata a vocês), André Araújo.

À minha orientadora, Juliana Assis, por ser parceira, por dar cor e perfume a este trabalho. Por todo o acompanhamento durante todas as etapas. Por acreditar em mim quando eu não acreditava. Por me auxiliar na condução deste trabalho, pelas broncas necessárias e por me inspirar e ver potencial onde eu não enxergava. Gratidão é uma palavra muito pequena para expressar minha gratidão. Me inspiro em você. Obrigada!

Àqueles que auxiliaram neste trabalho, com contribuições incríveis. Ao Thulio, pelas conversas incríveis virtuais. Guilherme Memi, pela ajuda incrível e pelo estímulo com a pesquisa. Aos amigos que me marcaram em todas as publicações possíveis sobre o tema e sempre lembraram de mim. Mil vezes obrigada.

Aos que acharam que eu nunca iria conseguir. Aos que disseram que uma filha de pedreiro e faxineira nordestinos, moradora de uma favela em Madureira, não conseguiria chegar ao ensino superior. Vocês me motivaram a conseguir e provar que a gente pode ser qualquer coisa que quiser desde que não precise pisar em ninguém. Sempre com honestidade e humildade, chegamos longe.

A todos que contribuíram direta e indiretamente com esse trabalho, meu muito obrigada!

“Ideias são melhores do que armas.”
(Frase grafitada na Central, por autor desconhecido).

RESUMO

O objetivo do presente trabalho é abordar o graffiti como fonte de informação e sua contribuição na construção da identidade cultural dos coletivos urbanos. São abordados os conceitos de graffiti, a noção de documento e de fonte de informação, identidade cultural, contexto urbano e coletivos urbanos. A pesquisa é de cunho qualitativo e exploratório e vale-se da Netnografia como principal abordagem metodológica. Foi realizado o mapeamento das imagens e dos sujeitos da pesquisa por meio da plataforma #StreetArtRio. Como instrumento de coleta de dados foi utilizado o questionário. A análise e sistematização de dados foram feitas com base nas respostas dos sujeitos e nas tags mapeadas, gerando seis categorias de análise. Por fim, conclui-se que a dimensão informacional do *graffiti* foi observada de forma unânime pelos sujeitos da pesquisa. Os indivíduos enxergam o potencial informativo do *graffiti* e focam, principalmente, na questão do acesso e democratização da arte. Sendo assim, o *graffiti* é uma forma do artista imprimir sua identidade, considerando-o como fonte de informação para auxiliar na formação do indivíduo. Sugere-se a partir dessa pesquisa estudos futuros acerca conceito de documento urbano nas áreas de Biblioteconomia e Ciência da Informação.

Palavras-chave: Graffiti. Fonte de informação. Identidade cultural. Coletivos urbanos.

ABSTRACT

The objective of this study is to address the graffiti as a source of information and its contribution to a cultural identity of urban public. Graffiti concepts are addressed, the notion of document and source of information, cultural, urban environment and urban public. The qualitative and exploratory research, it is worth the netnography main methodological approach. It was conducted mapping of images and research subjects through #StreetArtRio platform. Data collection instrument was used in the questionnaire. The analysis and systematization of data were based on the responses of the subjects and the mapped tags, generating six categories of analysis. Finally, it is concluded that the informational dimension of graffiti was observed unanimously by the research subjects. Individuals sighted informative graffiti potential and focus mainly on the issue of access and democratization of art. Thus, the graffiti is a form of artist print its identity, considering it as a source of information to assist in shaping the individual. It is suggested from this research further studies about urban concept document in the areas of Library and Information Science.

Keywords: Graffiti. Source of information. Cultural identity. Urban collectives.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 -	Quantidade de sujeitos que consideram o <i>graffiti</i> como fonte de informação.....	25
Figura 2 -	Participação em coletivos de arte urbana.....	27
Figura 3 -	<i>Graffiti 1</i>	29
Figura 4 -	<i>Graffiti 2</i>	30
Figura 5 -	<i>Graffiti 3</i>	30

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 PROBLEMA.....	11
1.2 JUSTIFICATIVA.....	11
1.3 OBJETIVOS.....	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	12
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	18
3.1 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS	19
3.2 A PLATAFORMA #STREETARTRIO	20
4 SISTEMATIZAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS.....	20
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
APÊNDICE A – TERMO DE COMPROMISSO DA PESQUISA	36
APÊNDICE B – FORMULÁRIO DA PESQUISA	36
APÊNDICE C – FORMULÁRIO DE PESQUISA PARTE 2.....	38

1 INTRODUÇÃO

Partindo da premissa de que o *graffiti* pode ser entendido como forma de arte e como manifestação cultural e crítica a diversas esferas da sociedade, é possível afirmar também que o *graffiti* pode ser visto sob a ótica da Ciência da Informação como uma fonte de informação.

Baseando-se na noção de documento e em seu caráter informativo, o *graffiti* pode ser entendido a partir desse contexto como algo que possui sentido e papel para determinado grupo social e seus atores.

Sendo assim, os coletivos urbanos são como grupos segmentados que encontram no *graffiti* não apenas uma forma de representar sua rotina, seu cotidiano, seus interesses ou expressões diversas, mas sim como uma construção de identidade cultural que se apropria do espaço urbano como razão de ser e pertencer.

Este trabalho visa apresentar o histórico do *graffiti*, como se deu seu surgimento e seu desenvolvimento, até se estabelecer no Brasil. Seu caráter informativo, seu entendimento como arte, como movimento periférico e sua efemeridade, além da sua ligação com os coletivos urbanos de grafiteiros.

Também serão abordados os conceitos de fonte de informação, focando na noção de documento, a informação como construção social, os critérios que definem uma fonte de informação e sua associação com o *graffiti*.

Além disso, o trabalho aborda o espaço urbano e seu contexto, como se deu o movimento de urbanização, o espaço urbano como lugar de troca e relações sociais, a conceituação de movimentos coletivos e coletivos urbanos. Aborda ainda a ligação do *graffiti* com o contexto urbano, apresenta os coletivos como grupos sociais e também evidencia a evolução do *graffiti* na cidade.

Por fim, é apresentado o conceito de cultura e identidade, perpassando o conceito de identidade cultural e seu entendimento como um processo de construção. Sendo assim, este trabalho visa integrar todos esses conceitos e suas relações.

1.1 PROBLEMA

Como o *graffiti* atua na construção da identidade cultural dos coletivos urbanos na cidade do Rio de Janeiro?

1.2 JUSTIFICATIVA

A motivação da pesquisa segue principalmente preferências pessoais. Esse interesse surgiu após contato mais direto com os grupos de *hip hop* cristãos ligados à Zona Norte do Rio de Janeiro e também a movimentos negros. Por meio desse contato que unia música e dança, foi também apresentado o universo do *graffiti*.

O interesse está ligado ao fato de entender o *graffiti* como uma fonte não-tradicional de informação, possuindo caráter informativo de suma importância para os coletivos de arte urbana, que atuam como usuários do grande acervo a céu aberto e também atuam como criadores de conteúdo. Além disso, vale salientar que a temática possui o desafio de adentrar às reflexões da academia, visto que o *graffiti* é de origem periférica e é um objeto não produzido pela academia ou especialidade profissional.

A importância deste estudo para área da Biblioteconomia e da Ciência da Informação é trazer o *graffiti* como uma fonte de informação alternativa, fugindo do padrão tradicional de informação técnico-científica. As discussões acerca das informações produzidas pela periferia ainda estão despontando na área.

O interesse também está em buscar nos elementos importantes da cultura urbana material de grande valia quando se trata de análise imagética. Além disso, é importante pensar no cunho social e cultural do *graffiti*, focando no espaço da cidade como ambiente de criação, troca, comunicação e reconhecimento de identidade.

1.3 OBJETIVOS

O objetivo geral do trabalho é abordar o *graffiti* enquanto fonte de informação visando compreender sua contribuição na formação da identidade cultural dos coletivos urbanos.

Os objetivos específicos são:

- a) analisar o papel do *graffiti* no espaço urbano;
- b) evidenciar a dimensão informacional da relação entre o *graffiti* e os coletivos urbanos;
- c) identificar quais critérios validam o *graffiti* como fonte de informação;
- d) mapear as diferentes facetas presentes na formação de coletivos urbanos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para entender o *graffiti*, é preciso analisar primeiramente suas origens históricas para assim, posteriormente, entender seu papel e suas características.

Gitahy (1999) indica que o nascimento do *graffiti* deu-se a partir dos primórdios das pinturas rupestres, manifestações antigas nas cavernas feitas pelos primeiros humanos. Essas pinturas representavam animais, ferramentas, retratavam o cotidiano dos povos e possuíam simbologias próprias que até os dias de hoje não foram decifradas completamente. Para realizar essas pinturas eram utilizados materiais diversos como gordura de animais e extratos de plantas, diferentemente dos sprays coloridos que são utilizados nos dias de hoje.

No decorrer das evoluções e mudanças da Humanidade, outras formas de expressões artísticas foram surgindo. É o caso dos murais egípcios antigos representados pelos túmulos de faraós, valendo-se de técnicas mais elaboradas de decoração. Esses modelos de murais também pertenciam às culturas de países como China e Índia. Além disso, os cristãos principalmente localizados em Roma utilizavam marcas próprias em catacumbas para se comunicar com irmãos de fé em tempo de perseguição (GITAHY, 1999).

Etimologicamente, a origem da palavra *graffiti* possui diversas teorias. Saraiva Junior (2012, p.11) afirma que “[...] *graffiti* significa rascunho e vem do italiano *sgraffio* [...]” e continua mais adiante dizendo que sua aparição ocorreu “[...] pela primeira vez na obra de Raphaele Garrucci, de 1856, que estudava as inscrições feitas nos muros de Pompeia.”

Já Gitahy (1999, p. 13) revela a origem italiana da palavra dizendo que “*graffiti* é o plural de *grafitto*. No singular, é usada para significar a técnica (pedaço de pintura no muro em claro e escuro). No plural refere-se aos desenhos (os *graffitis* do Palácio de Pisa).”

A partir do século XX, os murais mexicanos começaram a ser incorporados em edifícios urbanos, tendo autores como Diego Rivera. No Brasil, tal movimento também se iniciava, como o mural feito em um edifício em São Paulo por Di Cavalcanti (GITAHY, 1999).

Além dessas manifestações artísticas, o estopim do *graffiti* moderno culminou, segundo Silva (2008), na França em 1968, enquanto trabalhadores e estudantes estavam insatisfeitos com a situação política e econômica do país. Essa insatisfação denominada de primavera de 1968 gerou protestos pelas cidades e seus manifestantes deixavam suas marcas de reivindicação e revolta.

Outro detalhe histórico do percurso do *graffiti* é seu despontamento em Nova York (EUA), na década de 1960, com diversas inscrições manifestações nas estações de metrô. Muitos jovens de renda baixa residiam próximos ao metrô e conheciam todas as suas entradas, estações desativadas e funcionários. Desta forma, esses jovens espalhavam suas escritas por toda a cidade e transformavam as linhas de metrô em uma rede de comunicação (SARAIVA JUNIOR, 2012). É importante salientar que essas são marcas do *graffiti* moderno, entretanto, intervenções urbanas já eram realidade em Nova York por volta da década de 1940.

Já no Brasil, o *graffiti* despontou nos anos 1980, por meio da influência estadunidense e seu movimento hip-hop, no contexto de enfraquecimento da ditadura. Os artistas usavam as ruas, assim como os franceses em 1968, como espaço de reivindicação de liberdade política, cultural e ideológica. Apesar da influência dos EUA e suas manifestações periféricas, o *graffiti* começou suas atividades em São Paulo, sendo iniciado por uma classe média intelectualizada e engajada (SARAIVA JUNIOR, 2012).

Partindo do histórico e conceituação do *graffiti*, é preciso percorrer os caminhos que levam à noção de documento e também ao conceito de fonte de informação, para pensar como tais definições endossam o argumento de que o *graffiti* é uma fonte de informação.

A noção de documento, segundo Ortega e Lara (2010) está ligada ao conceito de informatividade, ou seja, o caráter informativo de um documento. Partindo desse conceito é possível entender que “a capacidade de um documento ser informativo implica o aspecto pragmático do objeto informacional à medida que revela o caráter social e simbólico da informação e, conseqüentemente, os ambientes e as situações concretas de uso.” (ORTEGA; LARA, 2010, *on-line*). A vertente da versão clássica

foi iniciada por *Paul Otlet* a partir da década de 1930 e consolidada a partir de seus discípulos franceses.

Jean Meyriat, um dos pioneiros da ciência da informação, baseando-se em conceitos apresentados por Otlet em seu *Tratado de Documentação*, foca no objeto e de que maneira ele pode tornar-se um documento, sendo um suporte à informação ou trazendo conteúdos para comunicação. Ortega e Lara (2010) apresentam o olhar de Meyriat, dissociando a escrita do documento, além de trazer a importância da mensagem para construção de significados:

Toda mensagem possui uma significação, e não se pode definir um documento sem ter em conta o significado da mensagem que ele tem a função de transmitir [...] Documentos escritos são, para ele, um caso privilegiado, por ser a escrita o meio mais comumente utilizado para comunicar uma mensagem. Mas pondera que os escritos não são os únicos objetos que têm por função transmitir uma informação, do que decorre que a noção de documento é muito mais ampla que a noção de escrita. (ORTEGA; LARA, 2010, *on-line*)

Sendo assim, Meyriat associa o documento como fruto da vontade de informar, além de trazer o uso como fator central para que essa vontade se cumpra. Ou seja, “seu uso como documento é que irá determiná-lo como tal, o que pode modificar-se com o tempo dependendo dos diversos usos do mesmo documento.” (ORTEGA; LARA, 2010, *on-line*). Para os discípulos espanhóis de Otlet, a questão do uso também é importante na caracterização do que vem a ser um documento.

Ao pensar sobre a noção de documento, reflete-se o que vem a ser fonte de informação. É possível afirmar que tal conceito, assim como o de documento, também é amplo visto que o próprio conceito de informação é largamente discutido. Porém, o intuito neste trabalho não é o de conceituar informação, mas se ater às definições de fonte de informação.

De acordo com Cunha (2001, p. 8), fonte de informação pode ser entendida como “[...] manuscritos e publicações impressas, além de objetos como amostras minerais, obras de arte ou peças museológicas [...]” Para Hartness (1999 *apud* PAIVA, 2014), fonte de informação é qualquer documento que possua alguma informação específica, mesmo que este documento não tenha sido visto anteriormente como uma fonte.

O conceito de fonte de informação também é definido de acordo com Assis, Tenório e Callegaro (2012, p. 14) como “[...] o suporte (físico ou não) onde a

informação está fixada e/ou registrada. Em outras palavras, fonte de informação é onde a informação está armazenada e é passível de recuperação.”

Ilustrando de outra forma, também há a definição de Brendón Rojas (2005 apud PAIVA, 2014) que entende fonte de informação como uma união entre dados e as estruturas interpretativas dos sujeitos, com o ato de se apropriar dos dados e dar significado a eles.

As fontes de informação podem ser divididas em fontes primárias, secundárias e terciárias. As fontes de informação primárias são aquelas que estão intimamente ligadas com o produto de uma pesquisa científica, caracterizadas por serem uma fonte com informação original, como por exemplo: artigos, teses, dissertações, anais de eventos e congressos. (GUIA DA BVS, 2011).

As fontes secundárias são aquelas que possuem informações que guiam os usuários às fontes primárias. São exemplos de fontes secundárias as enciclopédias, os dicionários, revisões de literatura, etc. (AZEVEDO, 2012.) Já as fontes terciárias podem ser definidas como “[...] sinalizadores de localização ou indicadores sobre documento primário ou secundário.” (AZEVEDO, 2012, p. 152).

É importante ressaltar também a diferença entre fontes de informação formais e informais. As fontes de informação formais são “[...] aquelas que transitam pelos canais convencionais da organização ou entre organizações.” (AZEVEDO, 2012, p. 151). Ou seja, são informações que estão estruturadas em suportes tradicionais, como livros e periódicos científicos. As fontes informais “[...] são consideradas temporárias, ainda não formalizadas, que não possuem caráter oficial.” (AZEVEDO, 2012, p. 151) e caracterizam-se por conter informação desestruturada. Como exemplo, pode-se citar as conversas, ligações telefônicas, encontros sociais.

Ao abordar a noção de documento e a apresentação de seu caráter informativo, além do conceito de fonte de informação e suas tipologias, é importante entender um dos conceitos mais amplos deste trabalho. Pode-se dizer que as fontes de informação auxiliam na formação de identidade cultural, visto que o contato com a informação possibilita ao indivíduo exercitar essa construção – tanto do conhecimento, quanto dos saberes que compõem o sentido de identidade cultural.

A identidade cultural é um dos pontos fundamentais que trata sobre as relações sociais e construções coletivas. Sendo assim, neste trabalho a identidade cultural está ligada a interação com os demais e nas trocas sociais. Pode-se definir, de acordo com o Dicionário crítico de política cultural, a definição de identidade

cultural é “[...] um sistema de representação (elementos de simbolização e procedimentos de encenação desses elementos) das relações entre os indivíduos e os grupos e entre estes e seu território de reprodução e produção, seu meio, seu espaço e seu tempo” (COELHO, 1997, p. 200).

Fazem parte do contexto de identidade cultural as tradições orais, as religiões, diversos ritos e manifestações artísticas. Coelho (1997) também afirma que o conceito de identidade vem perdendo seu significado e sendo substituído pelo termo identificação, no qual há um sistema com unidades de troca, repleto de significados. Nesses sistemas os indivíduos entram e saem a medida que há identificação nos mais variados grupos.

A identidade cultural é vista como um processo que se constrói por diversas fontes, sua formação pode ser influenciada pelos jornais, pelas revistas, pela televisão e por diversos veículos de comunicação.

Coelho (1997, p. 201) afirma que “O processo de identificação apontaria para o fato de que todo indivíduo compõe-se de uma série de camadas de significação, aproximadamente equivalentes a suas personae, ou personalidades, que podem ser vividas sequencialmente ou, no limite, concorrential mente, num mesmo tempo.”

É importante ressaltar que o conceito de identidade cultural é amplo e abre margem para discussões abrangentes sobre o tema. Para isso, primeiramente, é válido definir o que é identidade além de definir o conceito de cultura.

Bauman (2005) ao falar sobre identidade, toca na questão do pertencimento dizendo que tanto o primeiro quanto o segundo são questões negociáveis, ou seja, não perduram para sempre com os indivíduos, podem ser mutáveis e estão sempre em transição.

O autor narra as questões de identidade principalmente ligadas à nacionalidade ou localização geográfica, citando suas próprias experiências pessoais como uma exemplificação clara de quem faz parte ou não de determinada cidadania ou povo. Sendo assim pode-se ver a identidade como um tema controverso e cheio de facetas.

A cultura, sendo observada de modo amplo, caracteriza o modo de vida de determinada comunidade (COELHO, 1997). Ou seja, a cultura está baseada na individualidade e no coletivo, nos atos sociais, nos comportamentos, nos hábitos exercidos no cotidiano.

Stuart Hall (1992) apresenta três concepções de identidade, a saber: sujeito do Iluminismo, sujeito sociológico e sujeito pós-moderno. O sujeito do Iluminismo seria um indivíduo centrado, racional e que possui um núcleo interior inato. Esse núcleo é a sua identidade, que se desenvolve ao longo do tempo. Tal concepção mostra uma relação mais individualista do sujeito e de sua identidade. Já a noção de sujeito sociológico demonstra que o núcleo interior não se estabelecia de forma autônoma, mas sim derivado da relação entre o indivíduo e as pessoas importantes para ele. Ou seja, a identidade está centrada na interação.

Hall (1992) também apresenta a concepção de sujeito pós-moderno como um indivíduo que não possui identidade fixa, considerada como algo móvel em que se assumem diferentes identidades em diferentes momentos. Sendo assim, uma identidade unificada é considerada pura utopia.

Sendo assim, é preciso entender o contexto no qual essas relações sociais se estabelecem. O espaço urbano, de forma genérica, pode ser entendido como os diferentes usos de terra aplicados entre si formado pelo centro da cidade, atividades comerciais, áreas de lazer, indústria e residências. (CORREA, 1995). Esses diferentes usos de terras, fragmentados, são o que definem o espaço urbano.

Correa (1995) apresenta agentes sociais que produzem o contexto urbano: os proprietários dos meios de produção; os proprietários fundiários; os promotores imobiliários; o Estado; os grupos sociais excluídos. Os grupos sociais excluídos são os que não possuem renda suficiente para garantir moradia e estão propensos ao desemprego, às doenças e que encontram formas alternativas de moradia. Geralmente, estão ligadas às periferias.

As periferias se constituem como lugares com ausência do Estado, ocupados por populações de baixa renda, pouca inserção no mercado de trabalho, péssimas condições de vida e distantes geograficamente do centro da cidade. (MARQUES; BICHIR, 2001).

É nesse contexto que surge o *graffiti* no Brasil, caracterizando-se como uma arte de guerrilha surgindo dos grotões menos abastados da cidade.

O último conceito a ser abordado, após as reflexões que foram apresentadas, é o de folksonomia, presente neste trabalho como uma modalidade de representação da informação dos sujeitos caracterizada pela liberdade no uso da linguagem, evidenciando a visão de mundo dos sujeitos que a etiquetam. De acordo com Amstel (2007, *on-line*), estabelecendo uma relação da folksonomia com a

identidade cultural, ponto de convergência desse trabalho, “A escolha das etiquetas para registrar a visão do indivíduo sobre um determinado recurso a ser catalogado é um ato de identificação com um grupo, mesmo que o indivíduo não esteja consciente disso.” Ou seja, é possível que um indivíduo represente sua identidade e os vocábulos próprios de seu grupo para representar um conteúdo.

A folksonomia pode ser definida como “[...] uma classificação popular que se origina das ações de representação da informação desempenhadas por usuários de diversos serviços na web atual.” (ASSIS; MOURA, 2013, p.87). Teve seu surgimento no ano de 2004, quando o arquiteto da informação Thomas Vander Wall cunhou o termo para designar o ato de salvar links e atribuir palavras-chave (ASSIS; MOURA, 2013).

O conceito de folksonomia partiu do contexto dos avanços da web e seu novo paradigma, como sugerem Catarino e Batista (2009) no qual a organização dos conteúdos se dá pelos dos usuários. É o ato de realizar a etiquetagem (em inglês denominada *tagging*) de termos em linguagem natural, indexados de forma livre pelos usuários.

Dito de outra forma, a folksonomia pode ser entendida como “[...] o resultado da etiquetagem dos recursos da Web num ambiente social (compartilhado e aberto a outros) pelos próprios usuários visando a sua recuperação.” (CATARINO; BAPTISTA, 2007, p. 50 apud CATARINO; BAPTISTA, 2009). Sendo assim, a folksonomia deriva de um processo de representação coletiva, ou seja, social.

A folksonomia possui relação com este trabalho ao mapear as obras na plataforma *#StreetArtRio* por conta das tags utilizadas para indexar as imagens na plataforma serviram de objetos de análise e categorização, trabalhando em conjunto com os discursos dos sujeitos da pesquisa. Esta relação será vista com maiores detalhes na seção de sistematização e análise de dados.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo é de cunho qualitativo e exploratório. A pesquisa qualitativa, segundo Neves (1996) consiste em técnicas interpretativas que descrevem um vasto sistema de significados, utilizando o ambiente como fonte de dados direta, a descrição, o papel fundamental do pesquisador e interpretação dos fenômenos que

acontecem no cotidiano. A pesquisa exploratória tem como objetivo explorar o problema e as hipóteses de maneira mais explícita e familiar, podendo envolver levantamento bibliográfico, entrevistas ou análise de exemplos (SILVEIRA; GREHARDT, 2009).

A metodologia utilizada teve por base a Netnografia. Este termo foi criado na década de 1980 pelo pesquisador Robert V. Kozinets. Pode ser definida como a junção de técnicas etnográficas adaptadas ao contexto de comunidades virtuais. (PINTO; NETO, COSTA; et. al., 2007). Portanto, a netnografia é derivada da etnografia que “[...] consiste na observação e na compreensão das características particulares de determinadas culturas estruturalmente constituídas.” (PINTO; NETO, COSTA; et. al., 2007, *on-line*). A etnografia surgiu nos estudos de antropologia e, a partir dos contextos digitais e ciberespaços, a netnografia emergiu como uma nova forma de metodologia, para atender a esse contexto da *Internet*.

3.1 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

A plataforma #StreetArtRio foi utilizada como campo empírico da pesquisa e dela foram extraídos os dados que compuseram este trabalho.

Foram mapeados 36 sujeitos, baseados nas três principais divisões da cidade do Rio de Janeiro (Zonas Sul, Oeste e Norte). Os dados coletados foram: a que Zona da cidade pertencia o *graffiti*, o endereço, o usuário que realizou a publicação da fotografia, as *tags* utilizadas para caracterizar a imagem, o autor do *graffiti* e informações adicionais, como a utilização de filtros do Instagram, por exemplo.

Além disso, como técnica de coleta de dados, foi utilizado o questionário. Segundo Gil (2008, p.121) pode-se definir o questionário “[...] como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc.” Geralmente é proposto para que seja respondido por escrito e tem por função sintetizar de forma objetiva questões específicas da pesquisa. Pode ser formulado com questões abertas ou fechadas.

Desta forma, foram desenvolvidas onze perguntas abertas para que os sujeitos pudessem responder. As perguntas foram colocadas na plataforma de questionários *on-line* do Google, oferecida de forma gratuita. Os questionários foram

enviados via Facebook para 28 sujeitos dos 36 mapeados, observando aqueles que possuíam formas de contato.

3.2 A PLATAFORMA #STREETARTRIO

A plataforma foi criada pelos grafiteiros Rafo Castro e Marcelo Alves e tem por objetivo mapear a produção de *graffiti*, sendo assim, um mapa colaborativo de arte urbana. O site é alimentado por meio do aplicativo Instagram, por seus usuários, utilizando a *hashtag* #StreetArtRio, marcando a localização geográfica. Desta forma, são acrescentadas a autoria e a data, criando um catálogo vivo e diário das ruas do Rio de Janeiro.

4 SISTEMATIZAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

O questionário foi respondido por 28% dos sujeitos, entre os meses de junho e julho de 2016. De acordo com as respostas obtidas, foi possível traçar um perfil dos sujeitos. Os indivíduos, em sua totalidade pertenciam ao sexo masculino, com idade entre 24 e 36 anos.

Para analisar as respostas dos indivíduos, tomaram-se por base dois passos:

- 1) analisar isoladamente as respostas de cada uma das questões;
- 2) destacar as expressões-chave das ideias centrais dos discursos.

Seguindo estes passos, as respostas dos indivíduos e as *tags* estruturadas durante o mapeamento dos sujeitos foram analisadas e sistematizadas, seguindo seis categorias principais.

4.1 CATEGORIAS DE ANÁLISE

As categorias de análise presentes nas falas dos sujeitos da pesquisa estão delimitadas abaixo:

- a) localidade;
- b) iniciação;

- c) significado;
- d) informação;
- e) função;
- f) identidade.

A **categoria de localidade** foi definida a partir dos locais nos quais os sujeitos costumam expressar sua arte, além das justificativas para atuar nesses locais.

A **categoria iniciação** tem por objetivo descrever e analisar o início do sujeito no ambiente do *graffiti*.

A **categoria significado** integra as definições dos sujeitos do papel que o *graffiti* representa.

A **categoria informação** tem por objetivo analisar a dimensão informacional do *graffiti* investigando como os sujeitos interpretam o *graffiti* como fonte de informação.

A **categoria função** tem por objetivo analisar como cada grafiteiro enxerga seu *graffiti* no espaço urbano.

Já a **categoria de identidade** está ligada a função identitária do *graffiti* no espaço urbano, sendo dividida em duas subcategorias (nomenclatura e pertencimento), além da própria identidade como critério de análise.

Ao analisar as respostas referentes à **categoria localidade**, notou-se que, em sua maioria, os entrevistados costumam realizar suas artes em bairros da Zona Norte. Apesar de o mapeamento ter sido feito contemplando as três principais zonas de divisão da cidade do Rio de Janeiro, as respostas demonstraram este fato. De acordo com o Sujeito 3, nos bairros da Zona Norte “[...] o *graffiti* possui maior aceitação e porque tem mais muros.” O Sujeito 5 justifica sua escolha pela Lapa, Tijuca e Centro por serem ambientes que possuem bom diálogo com a arte urbana. O Sujeito 1 foi mais específico em relação aos bairros, descrevendo sua preferência pela Tijuca e por bairros da adjacência, pois:

É o local onde comecei a pintar, é próximo de onde resido (Vila Isabel) e meus amigos artistas residem no local, facilitando o armazenamento de ferramentas de suporte como baldes de látex e escadas. Geralmente pintamos em bairros que passamos com frequência. No caso da Tijuca, quando comecei foi aonde consegui autorização de moradores da época para testar os meus trabalhos e renovo-os até hoje.

Outra parte dos entrevistados costuma fazer suas obras em bairros da Zona Oeste e suas escolhas são motivadas pelo mesmo motivo, a proximidade de suas residências. O Sujeito 4 é aberto com as regiões dizendo: “Aonde me chamarem eu vou. Mas quando vou pintar sozinho eu costumo pintar pelo meu bairro, Realengo, pois é perto.” Sujeito 6 justifica sua escolha pelo bairro de Bangu: “Nascido e criado por lá, é aonde pinto com mais frequência.” Além da justificativa pela proximidade da residência, Sujeito 7 também é motivado por uma atividade que realiza na comunidade: “Zona Oeste do Rio de Janeiro. Mais precisamente em Sepetiba por eu residir no território e possuir um projeto de arte urbana do qual dou aula para jovens entre 13 e 30 anos de idade, além de realizar pinturas em homenagem aos moradores e comunidade tradicional pesqueira local oriunda do bairro.”

Nesta categoria também foram analisadas as tags que demarcavam geograficamente onde a obra pode ser encontrada. Quando o usuário deseja integrar a imagem fotografada do *graffiti*, é necessário marcar a geolocalização no aplicativo *Instagram*, para construir o mapa colaborativo. Foi percebido que, além dessa geolocalização, os usuários também atribuem à imagem tags referentes ao local onde foram feitas as fotografias.

É possível inferir que os bairros de zona norte e zona oeste possuem maior aceitação popular em relação ao *graffiti*. Ambas possuem bairros com menor poder aquisitivo, ligados a questões periféricas.

A zona norte concentra uma grande classe trabalhadora e com presença maior de comunidades de baixa renda.

A zona oeste é geograficamente afastada da região central da cidade, com algumas dificuldades de acesso aos outros lugares da cidade, apesar dos transportes e da conexão com a Avenida Brasil. Entretanto, é a maior da cidade tanto geograficamente quanto na população.

As duas zonas se diferenciam da zona sul da cidade, tanto em relação a infraestrutura de mobilidade urbana, quanto em relação a moradia dos entrevistados. Visto que os artistas preferem realizar seus trabalhos perto de suas residências, possivelmente evitando custos e problemas de logística no deslocamento, há a preferência de atuar na comunidade local.

Apenas um dos entrevistados não possui um bairro específico para a realização das pinturas, mas afirma que, por ter iniciado seus trabalhos pelo bairro

das Laranjeiras, na zona Sul da cidade do Rio de Janeiro. Desta forma, há uma grande parte dos seus trabalhos na região. Entretanto, este mesmo sujeito afirma que não tem preferência por locais e atua em onde for convidado para pintar, demonstrando flexibilidade quanto à atuação na cidade.

Na **categoria de iniciação**, há o relato dos entrevistados sobre a sua inserção no mundo do *graffiti*. Os entrevistados iniciaram seus trabalhos entre o final da década de 1990 e o início dos anos 2000.

O Sujeito 5 diz que visualmente, iniciou o *graffiti* em 1998, o que seria seu primeiro contato. No ano de 2002 pinta os primeiros “bombs¹”. O Sujeito 3 também narra seu início nos anos 2000: “Em 2004 eu comecei a observar os *graffitis* pelas ruas. Em 2006 comecei a pixar e só depois comecei a fazer *graffiti*.” Nesses dois discursos pode-se observar que o contato inicial foi feito de forma visual, observando o *graffiti* se inserir no ambiente urbano. Ambos começam a expressar na vertente subversiva da arte urbana, com o “bomb” e o “pixo”, para posteriormente se dedicarem ao *graffiti*.

Alguns entrevistados tiveram seu primeiro contato por influência de amigos. Sujeito 1 relata:

Meu primeiro contato foi através de um encontro que acontecia no Colégio Estadual Prado Junior, na Tijuca. Não fui aluno de lá, mas uns amigos já frequentavam esse encontro de *graffiti* e me interessei em participar já que desenhava, e era complicado ter esse tipo de informação em território nacional. Nós só encontrávamos informações em uma revista de São Paulo e em alguns vídeos antigos; internet só tinha *graffiti* de fora. Nesses encontros ministrados pelo Felipe Motta (Mottilla) e Tomaz Viana (Toz), pude enxergar uma forma de me expressar graficamente.

O Sujeito 8 relata que iniciou as atividades no ano de 2006 “[...] a convite de um amigo do bairro que andava de skate comigo. Como eu já gostava da estética da rua me interessei.” Há um outro relato do Sujeito 7 que comenta como um fato trágico marcou seu primeiro contato com o *graffiti* aos 14 anos. O amigo que lhe apresentou a arte foi morto por um grupo de milicianos. Ele continua dizendo que “[...] somente aos 19 anos assumi minha posição como artista e comecei a estudar arte.”

Ao analisar as respostas juntamente com a idade dos participantes, pôde-se perceber que todos começaram a se envolver ainda muito jovens com a temática do *graffiti*. A maioria estava no início da adolescência, entre 13 e 14 anos. Os que

¹ *Graffiti* feito de forma rápida ou ilegal, geralmente realizado na noite. (SOUZA, 2009).

tiveram seus contatos com mais idade, na época, tinham respectivamente 18 e 21 anos. O Sujeito 4 conta seu início, também marcado por influências:

Conheci o *graffiti* por causa de uma igreja que comecei a frequentar quando tinha 18 anos, que se chama Pingod'água, e lá alguns membros faziam *graffiti* por influência do pastor, grafiteiro que tenho como mestre no *graffiti*, que se chama Cety Soledad. Dai comecei a me interessar, e logo depois rolou um evento de *graffiti* aqui perto de casa e fiz meu primeiro *graffiti* com as tintas do meu amigo que era grafiteiro na época.

Foi possível observar que essas influências eram sempre ligadas a amigos, pessoas próximas ou pessoas com as quais os sujeitos se identificavam. Também foi possível perceber que o primeiro contato era dado de forma repentina, quase que “por acaso”, motivado pelo contato com as influências. O fato dos sujeitos serem de pouca idade contribuiu para o início de suas carreiras de forma prematura e fazendo com que ganhassem experiência ao longo do tempo.

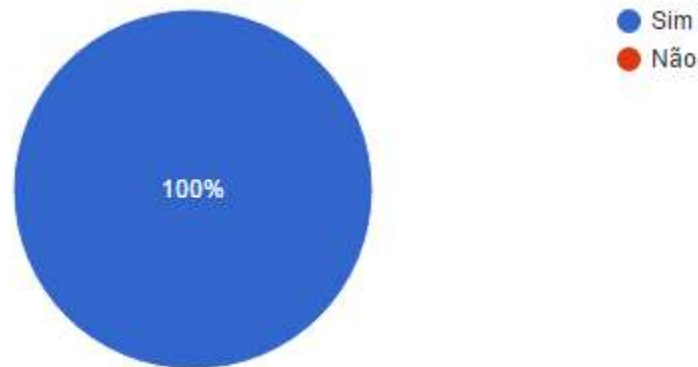
Na **categoria significado**, o objetivo foi identificar o que o *graffiti* representava para cada indivíduo. As respostas foram sucintas, porém trouxeram pequenas definições do papel do *graffiti* para cada participante.

O Sujeito 3 retratou o significado do *graffiti* como “Mudança de vida.” Seguindo a mesma linha, o Sujeito 5 responde com uma única palavra: “Vida!”. Também focado na mudança de vida proporcionada pelo *graffiti*, Sujeito 4 elenca os significados que enxerga sobre sua arte: “O *graffiti* levantou minha auto estima, me deu lugar em algum meio social e fez a minha pessoa alcançar muitas outras. O *graffiti* também tomou a posição na minha vida, como a coisa que mais gosto de fazer. Então, o *graffiti* é a minha vida.” O que pode ser observado é que o *graffiti* mostra-se potencializador do cotidiano de cada grafiteiro.

Ainda nesta categoria, algumas respostas também demonstram a trajetória da vida artística dos grafiteiros. O Sujeito 1 define o *graffiti* como a base de seu desenvolvimento enquanto artista. Já Sujeito 2 indica que o *graffiti* foi um dos caminhos que escolheu seguir juntamente com a ilustração, outra forma de arte. O Sujeito 7 levanta a bandeira de que o *graffiti* propicia a democratização da arte.

A **categoria informação** foi construída a partir das respostas dadas à seguinte questão: “Você considera o *graffiti* uma fonte de informação?” As respostas foram unânimes, como pode ser visto no gráfico a seguir:

Figura 1 – Quantidade de sujeitos que consideram o *graffiti* como fonte de informação



Fonte: A autora (2016).

Os participantes precisavam justificar suas respostas, caso fossem positivas ou negativas. Desta forma, os entrevistados construíram explicações que os fizeram dar as respostas afirmativas. Pode ser observado que alguns sujeitos possuem a perspectiva da arte para afirmar que o *graffiti* é uma fonte de informação. O Sujeito 1 propõe em seu discurso:

Através do *graffiti* é possível entender aspectos sociais direta e indiretamente. Além de poder entender diversos estilos e interpretações gráficas de movimentos artísticos consagrados, tendências nas áreas de design, moda, economia e publicidade. O *graffiti* tem o poder de contextualizar o que se passa em uma geração a partir do que é retratado no muro.

O Sujeito 4 afirma que o *graffiti* pode ser visto como fonte de informação de diversas formas possíveis e define “Ele pode passar a informação que o artista quiser. Além do que, o *graffiti* em si já é uma informação, pois ele é uma obra de arte no espaço urbano.”

Foi também levantado, neste tópico, o fato da democratização da arte, principalmente em relação ao acesso, visto que as obras estão localizadas na rua. De acordo com o depoimento do Sujeito 8: “*Graffiti* é a arte democrática, está nas ruas aberto a todos, sem restrição de classes.” Ainda pensando em democratização, Sujeito 7 diz que o *graffiti* “Por se tratar de uma linguagem direta, com um amplo público alvo, e por estar na rua possibilitando uma integração viva com o público que

talvez nunca teria contato tão próximo com a arte por nunca ter entrado em um museu de arte.”

O *graffiti* também pode ser entendido como fonte de informação porque muitos artistas utilizam os muros para contar histórias e fatos do cotidiano, como sugere o Sujeito 3.

Os discursos presentes na **categoria função** tratam claramente de como cada indivíduo percebe seu *graffiti* no espaço urbano e qual é o objetivo da sua arte. Uma das funções está ligada à educação. O Sujeito 3 afirma que suas obras “[...] tem o papel de informar e educar, porque tenho pintado bastante em favela. E isso acaba servindo como um exemplo, outro caminho para os jovens seguirem, invés do tráfico.” Sujeito 5 e Sujeito 6 dizem que seus *graffitis* possuem a função de transformar e impactar vidas.

A função do *graffiti* também pode ser definida como uma apropriação do espaço urbano, uma marcação de território e a sensação de pertencimento do ambiente da cidade. Sujeito 1 diz que: “Vejo o meu *graffiti* como forma de intervenção do espaço urbano, para transmitir uma linguagem diferente, gerar impacto positivo para quem o reconhece e promover interesse por arte de um modo geral.” O Sujeito 7 também acredita nas intervenções urbanas e afirma que seu *graffiti* tem a função de “Me apropriar da cidade, colocando um pouco do meu sentimento na parede, causar uma interação afetiva e emocional com as pessoas na rua que, ao se deparar com o meu sentimento materializado em cores no muro, de alguma forma param para olhar gerando algum tipo de sentimento que foge ao meu controle de entendimento por se tratar de um sentimento, emoção, etc.”

A **categoria identidade** foi analisada com base em duas subcategorias: **nomenclatura** (definida com base nos apelidos e explicações de seu surgimento) e **pertencimento** (ligado à participação em um coletivo de arte urbana). Além disso, se propôs a analisar o que motiva os sujeitos a pintarem, ou seja, quais são suas influências e suas inspirações e de que forma expressam a sua identidade nas obras que fazem.

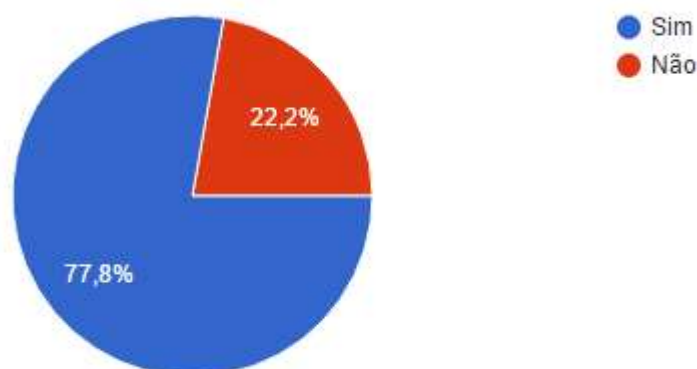
Seguindo a **categoria de nomenclatura**, pôde-se perceber que todos os sujeitos possuem algum apelido que os fazem ser reconhecidos no universo do *graffiti* e que são suas assinaturas a cada obra feita. Este fato foi observado no discurso do sujeito Sujeito 1:

A necessidade de assinar com um nome que fosse identificável para o início dos trabalhos na rua me levou a criar este nome. Inicialmente iria usar meu sobrenome, porém achei que poderia ter problemas com pessoas da família, tinha 15 anos na época (2004). Utilizei quase todas as letras e busquei um nome com sonoridade. Fui influenciado pela língua inglesa e acabei colocando dessa forma; não faria hoje em dia. O nome deveria ser curto, fácil de ler, de assinar, e não ter outro artista local assinando até então. A questão de ter sempre um trocado no bolso e emprestar aos amigos ajudou na escolha.

Também foi observado que o surgimento de alguns apelidos se deu a partir de elementos com os quais se identificavam na infância. Como relata Sujeito 2, sobre o apelido que nasceu a partir da “[...] similaridade ao temperamento do desenho Beaves and Butthead dos anos 90.” O Sujeito 3. que ganhou o apelido “Por causa do desenho X-Men.”. Há também o depoimento do Sujeito 4. que diz que ele mesmo se apelidou: “Eu mesmo me apelidei pois quando era adolescente eu era fã de um jogador de basquete que se chamava Jason Kidd.” Três entrevistados apenas citaram a existência dos apelidos, mas não justificaram o surgimento deles.

A **categoria de pertencimento** é baseada na participação dos sujeitos em coletivos de arte urbana. As respostas podem ser vistas de acordo com o gráfico:

Figura 2 – Participação em coletivos de arte urbana



Fonte: A autora (2016).

Como se pode observar apenas 22,2% dos participantes não fazem parte de nenhum coletivo. Dentre os 77,8% que responderam positivamente a questão, alguns fazem parte do mesmo, o NRVO, coletivo gráfico multidisciplinar carioca.

Considera-se relevante apontar que o *graffiti* deriva de um ambiente colaborativo, com parcerias e auxílios. Os coletivos tornam-se uma espécie de filiação ou clube que aproxima os grafiteiros que possuam interesses em comum, mesma temática ou linguagens próximas. Esses coletivos têm o papel de unificar os grafiteiros e fortalecer a cena local.

Alguns são motivados por elementos tanto da cultura brasileira, quanto de outras culturas. Como foi apresentado com os conceitos de Stuart Hall, sobre os sujeitos sociológicos que dependem da interação e relação dos indivíduos com aqueles com os quais se identificam, é possível entender as inspirações dos sujeitos. Além disso, Hall também afirma que a identidade não é algo fixo e pode-se modificar a todo instante.

O Sujeito 7 diz que expressa sua identidade “Através de elementos que remeta minha personalidade, vivências culturais e territoriais, utilizo elementos e referência de arte rupestre, de matrizes africanas, indígenas e abstratas que para mim simbolizam sentimentos, espiritualidade e uma busca de expressar meu universo interior.”

Além disso, o Sujeito 8 indica que sua maior referência é a cultura brasileira e continua: “[...] observo as cores em lugares improváveis, a forma através da arquitetura alheia, costume colher o que ficou marcado na minha infância e resgatar nos dias de hoje [...]”.

A identidade pode ser expressa com muitas cores, traços diferenciados e diversas inspirações de criação, particulares de cada grafiteiro. Os Sujeitos 2 e 5 demonstram sua identidade por meio de personagens, criados especialmente para suas artes.

Nesta categoria também foi feita uma análise e sistematização baseadas nas *tags* utilizadas pelos usuários para descrever e indexar as imagens na plataforma #StreetArtRio. Referem-se à descrição voltada para o autor do *graffiti* fotografado, contribuindo para que o mapa colaborativo também se mantenha atualizado em relação a autoria. Essa descrição também envolve os coletivos dos quais o artista faz parte ou que promove grandes murais com artes colaborativas. Abaixo seguem exemplos de fotos indexadas pela plataforma.

Figura 3 – Graffiti 1



O *graffiti* registrado é de autoria do Sujeito 1. Foi realizado na Rua São Clemente, em Botafogo e a foto foi feita pelo próprio sujeito. Algumas das tags utilizadas foram: #artenafaixa #botafoogo #nrvo #riodejaneiro.

Figura 4 – Graffiti 2



Este *graffiti* é de autoria do Sujeito 8 e a foto foi feita por outro usuário do Instagram. Encontra-se próximo ao Túnel Rebouças, no Cosme Velho. Algumas das tags utilizadas foram: #riodejaneiro, #graffitirio, #bombingbrasil.

Figura 5 – Graffiti 3



Este *graffiti* é de autoria do Sujeito 5, próximo a Avenida Maracanã, na Tijuca. A foto foi feita pelo próprio sujeito utilizando tags de seu apelido, sua assinatura e como é conhecido nas ruas.

A partir das análises feitas é possível perceber que as noções de identidade cultural tornam-se claras nos discursos dos sujeitos, mostrando que as referências e inspirações dos artistas partem de objetos que fazem parte de seu cotidiano, de sua história e do que consideram como pertencentes à sua realidade. É possível observar também o papel informativo do *graffiti* presente na fala dos sujeitos, além do papel educativo e transformador que os indivíduos evidenciam. Desta forma, pode-se inferir que o *graffiti* pode ser considerado uma fonte de informação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com as análises feitas ao longo do trabalho, é possível inferir que a identidade cultural é um processo com diversas facetas.

No caso dos sujeitos da pesquisa, que representam a figura dos coletivos urbanos, a identidade pode ser construída e expressa de formas distintas. Pode ser construída de acordo com a vivência do indivíduo, suas experiências, suas influências e suas inspirações.

Como se pode ver, a presença de elementos da infância, como personagens, além de elementos cotidianos da cultura brasileira, servem de base no processo criativo. Bem como a inserção do sujeito em coletivos e a influência que receberam de pessoas próximas, funcionam como fatores de construção de identidade cultural.

Ao tratar sobre como o artista expressa sua identidade, os elementos citados voltam à tona novamente, porém com funções educativas, transformadoras, visando informar, contribuir com a cena urbana e conversar com elementos de diversas culturas, seja com as cores da cultura brasileira ou os traços de matrizes africanas.

Como foi visto, de acordo com as análises de dados, o papel do *graffiti* é muito particular para cada grafiteiro que varia entre propagar cultura, apropriação da cidade, divulgação do *graffiti*, bem como formar pessoas por meio do *graffiti* como ferramenta educacional em comunidades. Foi possível observar que o *graffiti*

assume um grande papel transformador de realidades, de perspectivas e na mudança de visão de mundo.

A dimensão informacional do *graffiti* foi observada de forma unânime pelos sujeitos da pesquisa. Os indivíduos enxergam o potencial informativo do *graffiti* e focam, principalmente, na questão do acesso e democratização da arte. Ou seja, o *graffiti* pode ser visto como uma arte acessível, feita pelo povo e para o povo.

Além disso, é possível identificar aspectos sociais presentes nos *graffitis*, características de determinado grupo social ou a representação de um universo cotidiano. O *graffiti* possui diversas linguagens e pode transmitir diversas mensagens que o artista se propuser a passar.

Outro fator de dimensão informacional identificado pelos sujeitos são os diversos estilos de pintura, influências culturais e tendências no traço. O *graffiti* serviria de fonte de informação por reunir diversos tipos de arte, com cores e desenhos próprios de cada artista.

O *graffiti* é uma forma do artista imprimir sua identidade nos muros, feito muitas das vezes de forma colaborativa, pois os sujeitos fazem parte de coletivos de arte urbana como uma maneira de fortalecer a cena do *graffiti* no espaço urbano. Pode-se inferir que o *graffiti* é uma arte de integração, da relação dos artistas entre si, consigo mesmo, com a cidade e com a arte. Está totalmente ligado ao conceito de identidade cultural, que se constrói de forma plural.

É exatamente esse pluralismo que caracteriza as diferentes facetas dos coletivos. É possível entender que o *graffiti* enquanto arte é multidisciplinar e dialoga com diversos elementos como, por exemplo: música, dança, intervenções culturais urbanas e performances. A união de artistas diferentes motivados pelo *graffiti* faz com que os coletivos formem-se com indivíduos movidos pela arte.

Além dos objetivos alcançados, há uma grande impressão que pôde ser retirada durante a construção deste trabalho. A expressão do *graffiti* enquanto catalisador de uma mudança de vida, uma fala presente em quase todos os discursos dos sujeitos. A relação dos artistas com o *graffiti* é principalmente afetiva, principalmente por terem tido o primeiro contato no início da adolescência. Os indivíduos são envolvidos por paixão com a arte, afirmando que ele é base do desenvolvimento enquanto pessoa e como artista. A conclusão a que se chega é que o *graffiti*, de fato, é um transformador. Começa com o artista e pode se propagar

a milhares de pessoas. É uma arte feita para os demais, sem restrições e sem preconceitos.

A informação tem um papel fundamental na formação de identidade cultural dos indivíduos. É por meio do acesso à informação que é possível formar pessoas críticas, questionadoras e a procura de inquietações que possam ser respondidas. A informação atua no âmbito cultural, a partir do momento que o sujeito consegue acessar e se apropriar das informações, percebendo o seu papel enquanto produtor e usuário da informação. Ao abordar o graffiti enquanto fonte de informação, é possível entender que ele tem função de despertar essas inquietações e reflexões do cotidiano do contexto urbano e do artista, traduzindo em tinta e muro aquilo que precisa ser dito. É desta forma que o grafiteiro se apropria da cidade, marca sua presença enquanto indivíduo e deixa suas marcas para ser reconhecido.

A partir desse pensamento, pode-se sugerir estudos futuros para a área da Biblioteconomia e Ciência da Informação no que tange a noção moderna de documento. Valendo-se da cidade e suas produções de conhecimento, o conceito de **documento urbano**, proposto a partir dessa pesquisa, poderá ser desbravado, apesar da efemeridade que o espaço urbano proporciona.

REFERÊNCIAS

AMSTEL, Frederick Van. **Folcsonomia**: vocabulário descontrolado, anarquitectura da informação ou samba do crioulo doido? In: ENCONTRO BRASILEIRO DE ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO, 2007, São Paulo Disponível em: <http://www.usabilidoido.com.br/arquivos/folcsonomia_anarquitectura.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2016.

ARAÚJO, Sinay Santos Silva de. **Cultura informacional, representações sociais e educação a distância**: um estudo de caso de EAD na UFMG. 2011, 239f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação)- Escola de Ciência da Informação, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

ASSIS, Juliana de; MOURA, Maria Aparecida. Folksonomia: a linguagem das tags. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 18, n. 36, p. 85-106, 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2013v18n36p85/24523>>. Acesso em: 21 jun. 2016.

ASSIS, Regiane Alves de; TENÓRIO, Carolina Martins; CALLEGARO, Tânia. Literatura de cordel como fonte de informação. **CRB-8 Digital**, São Paulo, v.5, n.1, p. 3-21, jan. 2012. Disponível em: <<http://revista.crb8.org.br/index.php/crb8digital/article/viewFile/66/68>>. Acesso em: 15 jul. 2016.

AZEVEDO, Alexander Willian. Metodologia de identificação de fontes de coleta de informação: uma proposta de modelo para cadeia produtiva de couro, calçados e artefatos. *Perspectivas em Gestão do Conhecimento*, João Pessoa, v.2, n. especial, p. 149-158, out. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/pgc>>. Acesso em: 15 jul. 2016.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

CATARINO, Maria Elisabete; BAPTISTA, Ana Alice. Folksonomia: características das etiquetas na descrição de recursos da web. **Informação&Informação**, Londrina, v. 14, n. esp., p. 46-67, 2009. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/viewFile/3234/3221>>. Acesso em 21 jun. 2016.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

CUNHA, Murilo Bastos da. **Para saber mais: fontes de informação em ciência e tecnologia**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GITAHY, Celso. **O que é graffiti**. São Paulo: Brasiliense, 1999. (Coleção Primeiros Passos, 312).

GUIA da BVS. Biblioteca Referencial de Medicina, 2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1992.

MARQUES, Eduardo Cesar Marques; BICHIR, Renata Mirandola. Estado e espaço urbano: revisitando criticamente as explicações sobre as políticas urbanas. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, n. 15, p. 9-29, 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/n16/a02n16.pdf>>. Acesso em: 13 fev. 2016.

NEVES, José Luis. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 1, n. 3, não paginado, 1996. Disponível em: <http://www.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/pesquisa_qualitativa_caracteristicas_usos_e_possibilidades.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2016.

ORTEGA, Cristina Dotta; LARA, Marilda Lopes Ginez de. A noção de documento: de Otlet aos dias de hoje. **Datagramazero**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, 2010. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/abr10/Art_03.htm>. Acesso em: 01 fev. 2016.

PAIVA, Eliane Bezerra. Conceituando fonte de informação indígena. **Informação&Sociedade**, João Pessoa, v. 24, n.1, p. 61-70, 2014. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/16472/10876>>. Acesso em: 21 jun. 2016.

PINTO, Virginia Bentes; SILVA NETO; Casemiro; COSTA, Maria de Fátima; et. al. Netnografia: uma abordagem para estudo de usuários no ciberespaço. **ACTAS**, n.9, 2007. Disponível em: <<http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/582/418>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

SARAIVA JUNIOR, Sergio de Lima. **O grafite como prática espacial**: a produção do grafite para além da imagem. 2012. 123 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo)- Núcleo de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/BUBD-935FQ4/saraiva_junior__s__l__o_grafite_como_pratica_espacial_.pdf?sequence=1>. Acesso em: 01 fev. 2016.

SOUZA, Alice. **O vocabulário do graffiti**. Graffiti em movimento BH. Belo Horizonte: Fumec/UEMG, 2009. Disponível em: <<https://gembh.wordpress.com/2009/05/21/205/>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

APÊNDICE A – TERMO DE COMPROMISSO DA PESQUISA

The image shows a digital consent form for a research project. The form is presented in a white box with a purple header and footer. The header contains the text 'Pesquisa sobre o grafitti e a construção da identidade cultural no Rio de Janeiro'. The main content of the form includes the following text:

Pesquisa sobre o grafitti e a construção da identidade cultural no Rio de Janeiro

Você está convidado a participar de uma pesquisa que vai investigar o papel do grafitti na formação da identidade cultural dos jovens urbanos no estado do Rio de Janeiro. A pesquisa será realizada em uma instituição federal do Rio de Janeiro, como parte de uma investigação de Curso de Graduação em História e Sociologia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Esta pesquisa aborda questões relacionadas à sua história e situação de consumo de grafitti, para isso pedimos que se responda com clareza e sinceridade, sem deixar qualquer informação importante. Informações que serão usadas são produzidas a partir de um tipo de levantamento, não há risco algum de prejudicar ou sofrer qualquer discriminação e a participação é voluntária. Os dados coletados serão analisados e compilados para a elaboração de um relatório que será publicado após a conclusão. Também, gostaríamos que os participantes não sejam identificados, sendo sua identidade mantida em todo o processo. Desde já agradecemos sua disponibilidade em participar e nos ajudar.

Quem Somos
Acadêmicos do Curso de História e Sociologia e alunos de mestrado de referência
Universidade Federal do Rio de Janeiro
Contato: diana.guelli@gmail.com

Você aceita participar da pesquisa?

Sim

Não

Atenção: esta pesquisa é realizada para fins acadêmicos.

APÊNDICE B – FORMULÁRIO DA PESQUISA

The image shows a digital questionnaire interface. At the top, there is a purple header bar with the text "Pesquisa sobre o graffiti e a construção da identidade cultural no" on the left and navigation icons on the right. Below the header, the main content area is white. The title "Questões:" is prominently displayed. The questionnaire consists of seven numbered questions, each followed by a text input field:

- 1- Nome: *
- 2- Idade: *
- 3- E-mail: *
- 4- Você possui algum apelido? Em caso positivo, como surgiu? *
- 6- Em quais bairros você costuma grafitar? Por quê? *
- 5- Quando e como foi o primeiro contato com o graffiti? *
- 7- Você pertence a algum coletivo ou grupo urbano? *

On the right side of the questionnaire, there is a vertical sidebar with several icons, including a home icon, a list icon, and a search icon.

APÊNDICE C – FORMULÁRIO DE PESQUISA PARTE 2

← Pesquisa sobre o graffiti e a construção da identidade cultural no I

PERGUNTAS

Se sim, qual?

Resposta: _____

8- O que o graffiti significa para você? *

Resposta: _____

9- Você acha que o graffiti pode ser visto como uma fonte de informação? *

Sim.

Não.

Por que?

Resposta: _____

10- Na sua opinião, qual o papel do seu graffiti no espaço urbano? *

Resposta: _____

11- Como você expressa a sua identidade através do graffiti? *

Resposta: _____

APÊNDICE C – MAPA COLABORATIVO #STREETARTRIO

