

GRAFITECIDADE – COMUNICAÇÃO TRANGRESSORA E OBSCENA NO ESPAÇO URBANO¹

José Geraldo de Oliveira²

Resumo

Os símbolos e signos gráficos da paisagem urbana permitem uma diversidade interpretativa e produzem um poderoso processo comunicativo integrado às metrópoles polifônicas. O grafite é uma dessas vozes que articulam signos com técnicas semelhantes às dos *mass media* para se comunicar com a cidade e os transeuntes, gerando um espaço de circulação de informações. O presente trabalho visa discutir relação entre a cidade, a comunicação e o grafite, que constrói estratégias de ocupação, visibilidade e a formação de identidade de seus agentes num universo social, complexo e paradoxal.

Palavras-chave: Grafite. Comunicação. Pichação. Cidade. Identidade

INTRODUÇÃO

O presente trabalho é uma tentativa de entender como se configuram e se entrelaçam a comunicação, a cidade e o grafite, e como esses três elementos se organizam com a comunicação cotidiana.

A cidade se revela um campo de estudo que constitui um espaço de circulação de informações, como Lucrecia D'Alessio Ferrara acertadamente observa em *Olhar Periférico*, sobre a questão básica que envolve a noção de espaço a partir do conceito de informação:

Informação não é um dado, mas uma produção que decorre da capacidade de inferir, da e sobre a realidade, novos conhecimentos suficientes para provocar aprendizado e mudança de comportamento. [...] Espaço de informação é aquele ambiente físico, social, econômico e cultural que agasalha um tipo de comportamento decorrente de um modo de vida, um modo de produção. Esses comportamentos revelam-se através de uma linguagem que tem como signos usos e hábitos (FERRARA, 1999: 151).

¹ Texto original, como recebido pela coordenação do Interprogramas.

² Mestrando em Comunicação pela Faculdade Casper Líbero, Programa de Pós- Graduação em Comunicação. zegeira@hotmail.com

7º Interprogramas de Mestrado

Caminhando pelas metrópoles não ficamos indiferentes aos signos-símbolos que surgem entres as gigantescas massas populacionais que se deslocam nas inúmeras artérias e labirintos que compõem a urbe e que nos mobilizam todos os sentidos. O lugar é uma manifestação concreta do espaço, os usos e hábitos constroem a imagem do lugar, mas a rotina cotidiana impede sua percepção, resultando em todo homogêneo e ilegível, sem codificação. Ainda segundo Ferrara,

(...) Percepção é informação na mesma medida em que informação gera informação: usos e hábitos são signos do lugar informado que só se revela na medida em que é submetido a uma operação que expõe a lógica da sua linguagem. A essa operação dá-se o nome de percepção espacial (FERRARA, 1999: 153).

O homem na cidade não é um mero receptor passivo, ele interage, codifica e decodifica e devolve a essa cacofonia de elementos a sua (re)significação. Portanto, o espaço urbano não é fruto apenas de uma formação geográfica ou espacial, mas é parte de um processo histórico onde ocorre um debate de ordem simbólica, e as gramáticas visuais fabricadas coletivamente desencadeiam-se na intersecção entre a estrutura que se impõe aos cidadãos, que imprimem no espaço suas biografias individuais e coletivas (CAMPOS: 2009).

A cidade de São Paulo, segundo dados do IBGE, tem uma população de 10.886.518 habitantes. Se for considerada a região metropolitana pode chegar a 19 milhões.

O grafite e a pichação ao apropriar-se do espaço urbano, desempenha um papel importante na legitimação territorial, revelando os vestígios da atuação dos cidadãos, suas idiosincrasias e anseios na edificação da cidade transformada em suporte artístico.

(...) a informação se dissolve em complexos tão amplos que, freqüentemente, só se mantém em nível teórico ou abstrato, ou seja, na hipótese de um contato direto com o espaço determinado, é possível deparar com uma informação espacial de que não se tinha notícia (FERRARA. 1999:152).

Dentro desta perspectiva, podemos entender a *Paulicéia desvairada* de Mário de Andrade como um emblemático objeto comunicacional, com reconhecimento internacional, no que tange aos processos locais de produção de uma *Street Art*, conectada visualmente com outros núcleos urbanos espalhados em todo o mundo.

GÊNESE DA ARTE “BASTARDA DAS RUAS DE MÁ FAMA”

Estas são palavras do fotógrafo e ensaísta francês Brassäi (Gyula Halász). O grafite/pichação é uma presença urbana dotada de uma linguagem secreta e codificada. Essas manifestações não surgem por mero acaso ou como iniciativa isolada. O fenômeno está ancorado em grupos que partilham um mesmo sentido, objetivo ou propósito que

comungam: um código de comunicação, estilo e proposta artística de com alguma similaridade.

Em *Trespass-História da arte urbana não encomendada* (SENO, 2010:50) encontramos que grafite, usando a grafia brasileira, vem do termo latino que significa um desenho cru ou inscrição riscada em uma superfície dura, e que o termo deriva do italiano *graffiare*, e é uma das formas mais antigas de arte pública sem permissão, da qual evoluíram todas as formas de afirmações estéticas ou radicais produzidas na geografia do espaço público, portanto é uma denominação para todas as inscrições feitas em paredes.

A tentativa de “datar” uma origem incorre na incerteza, pois se tomarmos isso como certo, voltaremos até as primeiras pinturas rupestres ou nos exemplos encontrados no *National Gallery* [figura 1, 2 e 3].



Figura 1. Imagem de figura humana egípcia, provavelmente de 2500-1450 AC, encontrado em Kerma.
Figura 2: Desenho de uma Gazela, cerca de 6200 A.C., encontrado em Dhuweila, leste da Jordânia.
Figura 3: Fragmento de uma parede grafitada de Hucclecote, Gloucestershire, provavelmente de 1932.

O que dizer então das inscrições de Pompéia, a cidade do Império Romano destruída pela erupção do vulcão Vesúvio no ano 79 d.C.? A catástrofe natural transformou a cidade em um sítio arqueológico, possibilitando uma visão privilegiada da vida cotidiana e onde ainda é possível encontrar exemplos de escritas de cunho políticos, xingamentos, anúncios de prostituição e poesias eróticas nas paredes e muros.

Exemplos singulares também são encontrados no Mosteiro da Batalha, em Portugal, num belo trabalho de recuperação e catalogação dos historiadores Saul António Gomes e Jorge Estrela (GOMES e ESTRELA, 2010). Letras, antropônimos (nomes de próprios de pessoas), cruces de Santa Maria, rostos humanos, embarcações [Figura 4] realizados há cerca de 500 anos. Em uma exposição realizada em Leria, no início de 2010, *Grafitos medievais do Mosteiro da Batalha*, é possível visualizar um conjunto de grafites [fotos] localizado no Claustro Real e nas “Capelas Imperfeitas”. No reino das hipóteses, esses

7º Interprogramas de Mestrado

grafites foram produzidos com um ponteiro, talvez de argila, que deixa o dióxido de ferro no calcário branco e brando, e depois vai tomando a tonalidade avermelhada. Sua permanência suspeita-se ser devida a condições físicas específicas –pedra calcária e muita umidade. Diz o programa da exposição: “e que esses desenhos poderiam ter sido feitos por trabalhadores do mosteiro, e o historiador Júlio Órfão defende a idéia que os ‘graffiti’ são ‘um fenômeno de cultura marginal’, feitos em ‘sítios menos apropriados’ ou nos ‘sítios possíveis’, como sucedeu no monumento”. De qualquer forma, o trabalho de ambos os historiadores é inédito e ajuda a fixar e construir que a origem do grafite está inserida na necessidade marginal de se posicionar perante o mundo.



Figura 4 - Mosteiro da Batalha, Portugal. Imagens do catálogo da exposição de grafite no interior do mosteiro, encontrados na sala do capítulo, onde fica o túmulo do soldado desconhecido. Fotos Gonçalo Fernandes/outubro de 2010.

É possível perceber que todos esses elementos estão contidos na moderna *Street Art* e que têm no âmago um movimento de dominação e conquista dos múltiplos lugares que compõem a cidade e que se evidenciam nos rabiscos, ícones, logotipos, que isolados ou reunidos formam uma determina significação em grandes painéis onde se inscrevem nomes, sobrenomes, palavras de ordem, de amor e humor, mensagens, letras, imagens, poemas e provérbios, entre outros, e se configuram em segmentos sociais possíveis de serem decodificados.

Há certo consenso de que o grafite, como o conhecemos hoje, surgiu na década de 1960, juntamente com o movimento do *hip hop*, em New York. Essa prática cultural, especialmente juvenil, é composta pelo *rap*, o *break-dance* e o *grafite*. Esse movimento se globalizou, sem se uniformizar, e se revela um fenômeno que deseja atribuir novo sentido à

7º Interprogramas de Mestrado

cidade, tornando-a um espaço de manifestação de “uma voz bastarda” e “transgressora” que não se preocupa com as convenções sociais.

Inserido no contexto da *Street Art* dois elementos necessitam classificação e distinção: o *grafite* e a *pichação*.

Em São Paulo é comum distinguir grafite de pichação (GITAHY, 1999), e não deixa de comportar juízos estéticos e de valor sobre os *contextos* e *textos* em apreciação. Para Gitahy há duas características básicas na linguagem do grafite: *estéticas* e *conceituais*. A *estética* por possuir uma expressão plástica figurativa e abstrata, a utilização do traço e/ou da máscara para definição de formas, a própria natureza gráfica e pictórica e a utilização de imagens do inconsciente coletivo que produzem releituras de imagens já editadas e/ou criações do próprio artista. Já a forma *conceitual* do grafite é o seu caráter subversivo, espontâneo e efêmero; a apropriação da arquitetura e espaço urbano, como local para discussão ou denúncia de valores sociais, políticos e econômicos utilizando como elemento o humor e a ironia; democratização e desburocratização da arte por criar uma galeria a céu aberto, sem preconceito e visível a todos.

Ricardo Campos (1994) defende que o grafite tem por base “primordial a *imagem* (e por ambição a *arte*) que se fundam sobre o *verbal* (sem intuítos artísticos, geralmente mais conotadas com o *vandalismo*)”, e que a pichação seria um “protografite, que parte de um processo mais anárquico de criação, o que importa é transgredir e até agredir; marcar presença, provocar, chamar a atenção sobre si e sobre o suporte [...] Não há qualquer gesto estético qualitativo obrigatório”, e McCormick (2010) contrapõe dizendo que independentemente das “guerras de estilo” e para além das ortodoxias sob as quais muitos ratificam algumas expressões de rua face a outra, os *grafites* como forma de intervenção estética não são um estilo; são atos e uma “voz por detrás da arte pública espontânea de uma arte popular urbana auto-sustentável”.

Na década de 70, o jornal *The New York Times* (21 de julho de 1971) dedicou uma página (“*Taki 183*” *Spawn Pen Pals*) a respeito dos jovens que marcavam siglas estranhas na cidade [**Figura 5**]. Aos poucos, essas assinaturas ganham cores e formas até se transformar em frases passando a demarcar os limites entre as gangues do subúrbio. Esse fato chama atenção por ser uma apropriação e demarcação de território. A conquista do espaço, na melhor das hipóteses, é uma negociação temporária. McCormick (2010: 51) lança uma provocação: não seria uma necessidade nossa, assim como os animais que marcam o seu espaço com urina, não teríamos nós também a necessidade de marcar o tecido da cidade com as nossas marcas linguísticas visuais? Ou simplesmente dizer “olá, este é o meu nome” (STAHL, 2009). A metrópole acolhe elementos que são indissociáveis da paisagem, pois é reflexo da identidade de diferentes autores, revelando traços da urbanidade contemporânea,

da globalização cultural e da intensificação dos circuitos de comunicação justamente pela capacidade de diferentes agentes atuarem na “epiderme” da cidade (CAMPOS: 2009).

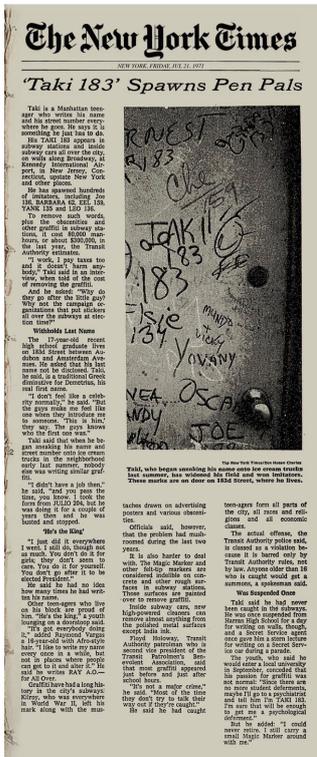


Figura 5. Esse evento revela o surgimento da *tag*, nome/pseudônimo do artista, na qual constam o nome (Taki) e o número da rua (183) do jovem, e cria seguidores como Eva e Barbara 62, como diz o texto do diário.

A manifestação do grafite/pichação é entendida como arte por uns ou transgressão ou violação de propriedade, tanto pública ou privada, por outros. Seja qual for a interpretação, por estar tão presente e a cada dia mais visível essa manifestação é merecedora de estudo por uma ótica onde não cabe a mirada preconceituosa, e sim um “olhar atento” na tentativa de elucidar a existência de equívocos conceituais e, sobretudo, entender como a cidade, território povoado, socialmente complexo, híbrido, mutante, constituída de uma “epiderme” onde agentes transgressores impõem uma comunicação obscena e cada vez mais interligada em redes sociais de alta mobilidade.

É POSSÍVEL UMA COMUNICAÇÃO NA TRANSGRESSÃO?

A *Street Art* se apropria de qualquer espaço em “branco ou desocupado” que se torna meio de comunicação quando há a intenção de tornar uma mensagem “pública”. Este fenômeno está associado ao ato da insubordinação, ou seja, um bombardeamento da cidade e que pode

7º Interprogramas de Mestrado

chegar a um caráter destrutivo e massificado que ambiciona um espaço de visibilidade – que é para as autoridades um ato de vandalismo.

Campos (2007) reforça que o grafite/pichação é socialmente representado como um “ato violento e marginal” e assume que essa marginalidade entre outras coisas está associada à “violência simbólica e semiótica que esta prática exerce”. O antropólogo nos empurra à reflexão de que essa “linguagem impenetrável e o anonimato da ação, suscitam uma atitude de desconfiança e de temor, desencadeiam a rejeição daquilo que é obscuro, que surge de forma imprevista nos locais mais inapropriados”. A paisagem com pretensões de ser uma estrutura organizada e coerente é violentada por personagens que transgridem a lógica de um mundo pseudo-ordenado.

Essa intervenção que ultrapassa a barreira da legalidade impõe imagens ou ações carregadas de símbolos, de natureza textual ou pictórica, e pressupõe a existência de um circuito de comunicação: a presença de um autor e de um eventual destinatário da mensagem.

Existe a consciência clara de quem produz um *graffiti* que há um potencial público, que há conseqüências que resultam de um processo de comunicação em que alguém inscreve um símbolo para um ou mais destinatários (CAMPOS, 2010:56).

O grafite/pichação deseja atingir o maior número de pessoas, uma vez que disputa visibilidade com a publicidade ou placas referenciais. **[Figura 6]**. A comunicabilidade do grafite/pichação só adquire sentido e se legitima quando atinge o destinatário.

Este é um receptor anônimo, concebido em função de determinada estratégia de visibilidade que tem em conta o potencial de exposição das diferentes superfícies citadinas. Importa basicamente selecionar locais com grande visibilidade (...). Em segundo lugar, encontramos (...) os pares. Os membros da comunidade são os únicos com capacidade para decodificar e avaliar o *graffiti* enquanto produto cultural, sendo a sua apreciação fundamental para a forma como se estrutura o campo. (Campos: 2010. P 45-50).



7º Interprogramas de Mestrado

Figura 6. A busca da visibilidade: em Istambul a disputa com a publicidade; em Londres estratégia de visibilidade.

O limite entre a legalidade ou não grafite/pichação não é claro. Na pichação o que está em jogo é a transgressão e no grafite o apuramento estético. Essa afirmação contém no íntimo um quê de preconceito, ou uma “encruzilhada que conduz a uma representação do *graffiti* que oscila entre a *Arte* e o *Vandalismo* ou “Procurar a *Arte* no *Vandalismo* e vice-versa” (Campos, 2007). [Figura 7]



Figura 7. Mural dos OsGêmeos, em Lisboa, na região da estação Picoas. Cores fortes e traços pueris questionam a manipulação das “5 irmãs do petróleo”. Por trás, aparente ingenuidade uma ácida crítica social. No centro, Elevado Costa e Silva, em São Paulo. A Prefeitura cobriu todos os trabalhos, mas artistas iniciam a sua ocupação e demarcação de território. À esquerda, no centro de Curitiba, Paraná, vários elementos da *Street Art*.

LABIRINTOS DE IMAGENS

Flanar pela cidade é se tornar arqueólogo em busca de imagens que constitui em uma grafitecidade, imagens que não “Não podem ficar quietas. (...) Sempre lhe é preciso, a partir da mais simples imagem, irradiar ondas de imaginação” (BACHELARD, 2008).

Walter Benjamin propôs que a legibilidade das imagens da cidade cria um caminho para a realização de radiografias da Modernidade, como escreve Willi Bolle em *A fisiognomia da metrópole moderna: representação da história em Walter Benjamin*:

(...) a partir da leitura da superfície da metrópole, o crítico procura ver o rosto da modernidade “de dentro”, investigando os traços da cultura burguesa, a mudança de padrões culturais, o imaginário social e político e a ação dos intelectuais, mediadores culturais e produtores de imagens (Bolle, 2000: 20).

Certeau também postula que a cidade é um espaço de escritura e que cotidianamente é reescrita por seus habitantes. Entender as metrópoles contemporâneas é se embrenhar em um labirinto de vocábulos de imagens numa paisagem de cartazes que organiza nossa realidade. “Como nas sepulturas e nas pinturas pré-históricas, essa escritura traz um discurso imaginário em *imagens dos sonhos e da repressão de uma sociedade*” (Certeau, 1995: 45).

A legitimação desse comunicador depende de uma ação prática e simbólica: a adoção de um pseudônimo, originalmente chamado de *tag*, que serve como identificação, e é também nesse momento que inicia a formação de uma identidade individual e coletiva. “Integrar a

7º Interprogramas de Mestrado

comunidade implica assumir uma nova identidade, construir um projeto cronológico, uma nova biografia que se preenche no contexto das regras deste novo jogo” (CAMPOS: 2010).

Ao realizar uma inscrição, o agente é movido por um estímulo comunicativo, com base em publicidade de massa, numa lógica transgressiva.

A multiplicação de um *tag* pela cidade mimetiza os processos de propagação de marcas como a Coca-Cola, a Nike ou a Levis (...) Ou seja, um *writer* compromete-se num jogo em que ambiciona tornar o seu *tag* (o seu símbolo identitário) num ícone reconhecível, um emblema visto e eventualmente glorificado (CAMPOS: 2007).

O reconhecimento das tipologias de representação ajuda a compreender o papel desses agentes na (re)criação dos vários mitos que buscam no território a noção de pertencimento, ou seja “quem assina toma posse”.

Esta lógica aparentemente simples é, na prática, bem mais complexa (...) uma das mais graves situações de ofensa ou quebra de confiança reside, precisamente, na manobra, geralmente tomada como beligerante, de insinuação num território já tomado (CAMPOS: 2009).

Transgressão, segundo MacCormich (2010) é “O acto de ir demasiado longe, de cruzar a linha que conhecemos. O significado original da palavra era transgressão, ofensa ou pecado, tal como seu uso na Bíblia nos faz lembrar”. Foi necessário chegar a meio do século XV para que *trespass* adquirisse o significado de “invasão de propriedade”, registrado nas leis florestais do parlamento escocês. Podemos assim avaliar a sua já antiga e quase erótica proximidade à transgressão, que de fato só se iniciou após o termo se tornar mais uma matéria de legalidade do que de moralidade.

A CIDADE COMO SUPORTE COMUNICATIVO

Walter Benjamin foi um dos pioneiros em abordar de maneira interdisciplinar, ou transdisciplinar a metrópole moderna. Isto fica evidente em *As Passagens*, e sobre o poeta Baudelaire. Criou uma radiografia em que revela a cidade como suporte comunicativo e historiográfico. Michel de Certeau também é um dos que perscrutaram de maneira bastante perspicaz o urbano em expansão e indicam a importância da visão na vivência cotidiana. *A invenção do cotidiano* (2008) é um exercício de inquietação, pioneiro, onde é esboçado uma teoria das práticas cotidianas e desmonta a suposta passividade do leitor-consumidor.

O professor da Universidade La Sapienza, Massimo Canevacci, propõe em *Cidade polifônica* (1997) uma visão antropológica para a compreensão das grandes metrópoles, incluindo São Paulo, adotando um enfoque polifônico e que “a comunicação é o terreno específico mais inovador e inexplorado da atual forma urbana” (CANEVACCI, 1997: 41). Ele compara a cidade e a comunicação efetivada no urbano, a um coro. “Ambientes humanos impregnados de múltiplas vozes e que para decodificá-las é preciso um olhar metodologicamente orientado.”

7º Interprogramas de Mestrado

Fazer-se *ver*: não no sentido de aparecer, mas nos variados sentidos de desenvolver qualidades sensitivas fundadas nas percepções do olhar, na sensibilidade do ver, do transformar-se além do sujeito-em-visão, do mudar-se em ver, em coisa-que-vê. Tornar-se olhar, tornar-se olho, fazer-se (CANEVACCI, 2001: 14-15).

A análise que Johannes Stahl faz do “movimento” que se apropria do espaço público é fundamental para entender como as metrópoles se convertem em “alicerce textual” e “repositório” de uma escrita simbólica, podendo tornar um elemento para a formação de uma identidade urbana.

CONCLUSÃO OU NADA A CONCLUIR, POIS O TERRITÓRIO É AMPLO

Os elementos da *Street Art*, especificamente o grafite e a pichação, quase sempre são associados aos grandes centros urbanos e surgem como fruto de vivências e convivências urbanas que formam um discurso por meio das cores, texturas, ironias, humor, visões de mundo e universos imaginários. Esse discurso adota uma postura às vezes violenta, que faz com que o cidadão/espectador saia da postura passiva de mero consumidor e oferece uma proposta para o debate, além de propor a discussão e a interferência na paisagem urbana.

A utilização do espaço público como suporte para expressão das inquietudes e necessidades de expressão do cidadão urbano encontra diferentes exemplos em espaços geograficamente distantes, o que se supõe que há uma globalização do fenômeno [Figura 8].



Figura 8. Em dezembro de 2009 houve vários protestos em Atenas que ficaram conhecido como “Dekembriana”. A pichação na Biblioteca Pública de Atenas (esquerda) pede: “Sem pena para os lutadores. Liberdade para as pessoas presas em dezembro”. A polícia como alvo de protesto (no meio). À direita, o símbolo da força, fotografado na Iztical, região de Taskin, em Istambul.

A rua é uma arena de batalha onde se confrontam visões, mensagens e discursos díspares que consolidam na epiderme da cidade significados que reforçam a ideologia de um legítimo discurso de contestação numa linguagem proibida e bastarda, que atua entre a norma e o desvio social.

7º Interprogramas de Mestrado

A base desse fenômeno, desde a sua origem, é elementar: o que se torna importante é propagar e publicitar o nome e idéias por um maior espaço e visibilidade, escapando aos olhares vigilantes das normas sociais e abastecendo a cidade com novos signos.

Assim, a cidade é transformada numa polifonia de vozes marginais e dissidentes que preferem perverter a ordem comunicacional e a harmonia dos espaços.

É uma maneira de “agitar o pensamento hegemônico e as ideologias dominantes, de provocar os poderes instituídos, de reinventar paradigmas estéticos e de reivindicar novos usos da cidade”, já que a *Street Art* afronta a idéia de uma cidade ordenada e asséptica, invocando a idéia de poluição e provocação, rejeita a concepção de propriedade e o domínio comunicacional de determinados agentes (CAMPOS, 2009).

A cidade e seus agentes revelam novos olhares: nessas intervenções urbanas a comunicação se torna transgressora, transformando todo espaço metropolitano em local repleto de afetividades, relações e histórias.

BIBLIOGRAFIA

- BACHELARD, Gastón. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas III: Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- BOLLE, Willi. **A fisionomia da metrópole moderna: representação da história em Walter Benjamin**. São Paulo: Edusp, 2000.
- CAMPOS, Ricardo. **Pintando a cidade. Uma abordagem antropológica ao graffiti urbano**. Dissertação de Doutorado na especialidade de Antropologia Visual. Lisboa: Lisboa, Universidade Aberta, 2007
- _____. **Por que pintamos a cidade? – uma abordagem etnográfica do graffiti Urbano**. Lisboa: Fim de Século, 2010.
- _____. **A imagem é uma arma, a propósito de riscos e rabiscos no Bairro Alto, Arquivos da Memória**, n. 5/6 (Nova Série): 47-71, disponível em <http://www.ceep.fcsh.unl.pt/ArtPDF/RicardoCamposAM5.pdf> acessado em 02/04/2010
- CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica: um ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana**. São Paulo: Studio Nobel, 1997.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano. 1. Artes de fazer**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- _____. **A cultura no plural**. Campinas: Papirus, 1995.
- FERRARA, Lucrécia. **O olhar periférico**. São Paulo: Edusp, 1999.
- GITAHY, Celso. **O que é o graffiti**, São Paulo: Brasiliense, 1999.
- LOUIS, Bou. **Street Art**. Editora Harper Collins: Nova York, 2005.
- LEWISOHN, Cedar. **Streetart: The Graffiti Revolution**. Barcelona: Tate Publishing, 2008.
- SENO, Ethel. **Trespass – História da arte urbana não encomendada**. Los Angeles e Nova Iorque: Taschen, 2010.
- STAHL, Johannes. **Street Art**. Lisboa: H.F. Ullmann, 2009.
- SILVA TELLEZ, A. **Imaginários urbanos**, São Paulo: Perspectiva, 2001.

7^o Interprogramas de Mestrado