

**ARTE DE RUA NA CIDADE DE SÃO PAULO:  
APROXIMAÇÕES E NEGOCIAÇÕES COM AS MARCAS<sup>1</sup>**

**STREET ART IN THE CITY OF SÃO PAULO:  
APPROXIMATIONS AND NEGOTIATIONS WITH THE BRANDS**

Paulo Cesar Panontin<sup>2</sup>

**Resumo**

O presente artigo pretende discutir o fenômeno cultural urbano, por meio da cena da Arte de Rua na cidade de São Paulo, aqui observado pelo constante crescimento do número de apresentações de artistas de rua, como músicos e grafiteiros, que fazendo uso criativo dos espaços urbanos, vêm ressignificando áreas da cidade como o Beco do Batman e a Av. Paulista. Visa também abordar questões sociais e de cidadania, ao observar a resistência social destas intervenções. Por fim, pretende discutir a dinâmica de retroalimentação, em que o volume crescente de Arte de Rua, atrai cada vez mais público, estimulando assim a atuação de mais artistas e a aproximação de empresas buscando visibilidade e valor humano para suas marcas.

**Palavras-chave:** Arte de rua. Espaços urbanos. Resistência. Social. Marcas.

**Abstract**

The present article intends to discuss the urban cultural phenomenon, through the Street Art scene in the city of São Paulo, observed here by the constant growth in the number of presentations of street artists, such as musicians and graffiti artists, who making creative use of urban spaces, are changing areas of the city as Beco do Batman and Paulista Avenue. It also aims to address social and citizenship issues by observing the social resistance of these interventions. Finally, it intends to discuss the dynamics of feedback, in which the increasing volume of Street Art, attracts more and more public, thus stimulating the performance of more artists and the approximation of companies seeking visibility and human value for their brands.

**Keywords:** Street art. Urban spaces. Resistance. Social. Brands.

**Arte de Rua: Ativismo e resistência**

Mesmo com a forte característica cultural e a envergadura de uma cidade cosmopolita, São Paulo diferentemente de outros grandes centros urbanos, não apresentava em seu espaço urbano, a presença da Arte de Rua, pelo menos não de formas constante e visível. Este fenômeno social é uma proposta de arte onde diferentes tipos de artistas se apresentam em

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho 9 Vínculo, coerção e resistência, do VI ComCult, Universidade Paulista, Campus Paraíso, São Paulo – Brasil, 08 a 09 de novembro de 2018.

<sup>2</sup> Mestrando, UNIP – Universidade Paulista, p.panontin@uol.com.br

espaços abertos públicos ou privados, mas sempre com acesso livre e gratuito para seu público.

Entretanto, nos últimos anos a realidade da Arte de Rua vem se destacando na capital paulista, onde gradativamente podemos observar como este fenômeno está tomando forma de maneira muito perceptível. Diversas áreas e espaços da cidade, e até mesmo fachadas de alguns prédios privados, já ganham reputação de locais onde é plenamente possível se encontrar grafites e instalações de artistas, alguns deles mundialmente já consagrados, além de apresentações de músicos de rua.

Pereira e Borelli (2015) ajudam a embasar uma discussão sobre a comunicabilidade dos grupos urbanos em seus deslocamentos, suas apropriações dos espaços concretos e simbólicos, em um claro processo de ressignificação de áreas urbanas. De acordo com Caiafa, citado por Pereira (2018), a autora descreve a dinâmica da manifestação artística como um processo de comunicação urbana, que além da ressignificação de espaços urbanos, é repleto de contextos de ativismos sócio-plíticos.

Para Reia (2014), os artistas de rua compartilha uma visão de mundo e representa um papel de artista cujo elemento é ser contestatório da ordem vigente. O objetivo deles é restaurar e dar um sentido ao espaço público e nas formas arquiteturais com a finalidade de propor uma “reapropriação dos conteúdos significativos e simbólicos do espaço”, para isso eles se apropriam de espaços problemáticos que aflige a sociedade contemporânea. Esse tipo de intervenção artística pode ser considerado uma forma de ativismo, é quando ele pega esses espaços públicos e usam como suporte comunicacional de troca para constituir opinião.

A discussão sobre a produção artística fora dos círculos hegemônicos, aborda de maneira complexa e abrangente os aspectos sociais, políticos, culturais e de mercado, que impulsionam movimentos alternativos de criação, produção, consumo e relação com as artes. Segundo Certeau (1994), as duas principais esferas dos comportamentos políticos, econômicos e sócio-culturais, são caracterizadas pelas frentes que o autor chama, na obra “A Invenção do Cotidiano”, de estratégias e táticas.

De acordo com o autor, as estratégias representam os movimentos políticos e socio-culturais que obedecem aos padrões estabelecidos pelo sistema político-social e econômico. Já as táticas tem um paralelo com os processos alternativos de produzir, apresentar e manifestar os diversos movimentos, entre eles os artísticos, aqui abordados pela dinâmica da Arte de Rua, segundo a qual artistas não pertencentes aos circuitos hegemônicos da indústria das artes, desenvolvem seus próprios processos e maneiras de produzir arte e de se manifestar, estabelecendo processos de resistência por meio de seus ativismos artísticos.

Seguindo este conceito, podemos dizer que com diferentes formas de contestações e manifestações, muitos artistas utilizam a arte de rua para questionar o modelo político e econômico de forma pacífica, e de uma maneira alternativa, ocupando os espaços públicos e principalmente abertos e mudando a rotina do espaço urbano com músicas, teatros, pinturas, grafites entre outras, dando um novo significado a este lugar. Este movimento objetiva promover a desconstrução dos padrões culturais que refletem os modelos econômicos, políticos e as relações de poder que eles impõem atualmente.

De acordo com Canclini (2009), os artistas contribuem para modificar percepções e fazem um convite a reflexão e a mudança, ou seja, a arte muitas vezes pode ser um instrumento de transformação tão poderoso quanto os tradicionais movimentos de resistência, porque podem despertar novas ideias através de novas experiências. Por isso, se faz importante compreender como a comunicação pode colaborar na construção de processos de intervenção urbana, assim como na reconstrução de sentidos do espaço urbano coletivo mais útil.

No contexto do artista ativista, tem-se a palavra ativismo que é um neologismo conceitual instável tanto no campo das ciências sociais quanto no campo das artes. Raposo (2015) cita que o ativismo recorre a ligações, tão tradicionais como eloquentes e controversias entre a arte e a política, e incentiva a arte enquanto ato de resistência e subversão. Ele pode ser identificado em intervenções sociais e políticas, feitas por pessoas ou coletivos, utilizando de várias estratégias sejam performáticas ou poéticas. A natureza estética e simbólica dele, sensibiliza, reflete e interroga situações em contextos históricos e sociais, objetivando a mudança ou a resistência.

O Ativismo possui em sua essência a reivindicação social e, ao mesmo tempo, como ruptura artística, isto acontece devido a sugestões de cenários, paisagens e ecologias alternativas de fruição, de participação e de criação artística (RAPOSO, 2015).

É acrescentado por Lemoine e Ouardi citado por Motta e Alice (2012) que o termo “ativismo”:

... se refere a uma articulação entre a arte e o ativismo político, isto é, ideia de uma arte pública que engloba a resistência cultural e a militância social e política, espiritual e ecológica. Acredita-se nesse processo que a arte possui grande poder de transformação do ser humano e da sociedade, ou seja, a crença de que a arte pode apresentar-se ainda como uma atividade de resistência, seja ao modelo econômica capitalista e suas consequências no trabalho humano e na natureza, seja ao poder da mídia e das grandes corporações, seja no mercantilismo da própria arte. Neste caso, verifica-se que a forma de resistência oferecida pela arte é pouco dotada de uma real eficácia, pois trata-se de ações essencialmente heroicas como as lutas, os riscos, a busca da justiça social, sacrifício ou coragem.

## O grafite

O grafite é definido por Reifschneider (2015) pelo espaço físico em que ele ocupa e por sua efemeridade de duração, uma vez que ele faz tanto o uso de signos plásticos como as cores, formas e texturas quanto dos signos linguísticos e icônicos. Por sua vez, possui interações variadas com o público e transita entre os campos de transgressão pública e da arte sancionada. Por ter pouca durabilidade, fica a forma de registro fotográfico e da divulgação na mídia digital. Por ser uma forma de expressão da arte, o grafite tem como função resignificar os espaços, fazer com que haja novos olhares e reflexões de um local com uma produção artística cheia de significados e ideais.

Ainda segundo a autora, considerado como um bem simbólico, o grafite estético, por usar uma linguagem que faz jus a moral e a inclusão, e ao mesmo tempo, o ativismo artístico de seus integrantes, consolidou um vínculo de companheirismo e de reconhecimento da identidade do espaço. O grafite determina que quem o observa perceba um ambiente circundante e se indague sobre o uso de elementos no espaço público, ou seja, ele faz o outro pensar.

O local escolhido para uma observação mais detalhada sobre o grafite na cidade de São Paulo, foi o Beco do Batman, que possui este nome devido ao primeiro desenho encontrado lá na década de 80. Uma viela com ruas estreitas que ficou conhecida e ganhou destaque pela manifestação artística espontânea de grafiteiros que expressam sua arte nos muros deste espaço. Está dentro de uma área chamada de Parque da Vila Madalena que fica no famoso e boêmio bairro da Vila Madalena na zona Oeste de São Paulo.

Imagem: Beco do Batman



Foto: Grupo Derivas urbanas - Unip

Reifschneider (2015) menciona que tentar categorizar o significado do tipo de intervenção que o beco aponta, torna-se difícil por ser uma arte já finalizada e por não ter acesso ao processo de como foi sua construção e manutenção dos desenhos, pois estes foram identificados como grafite: “no estilo, nas cores, em boa parte do conteúdo. Nota-se que alguns grafites ficam lá por anos e que às vezes sugere algum tipo de manutenção.

A cidade por ter uma sobrecarga de informações cria um automatismo nos comportamentos e, ao mesmo tempo, emudecem a percepção do ambiente, mas Reifschneider (2015) cita que quando um grafite é bem posicionado ele quebra esta mecânica, sensibiliza o usuário, propõe reflexão sobre a nova forma do espaço, sua privatização, controle e agenda, ou seja, ele tem o potencial de comunicar a várias pessoas por não possuir traços agressivos e nem ameaçadores como a pichação faz. O que convida o olhar para o grafite é a sua beleza e as técnicas utilizadas nos desenhos, dessa forma ele transforma, desaliena o espectador, chama sua atenção para as coisas importantes da atualidade e para as possibilidades de uso do espaço urbano. Além de abrir campos de atuação e sensibilidades, ajuda a promover os desenhos, a ressignificar espaços, a rever leis que em muito limitam a apropriação das áreas urbanas.

### **A música de rua**

Com relação aos músicos de rua, Reia (2018 apud PEREIRA; MOYA, 2018) nos faz refletir que a música executada ao vivo pelas ruas das cidades pode ser entendida como uma ação comunicacional que ocorre entre o artista e o público e também entre estes e o espaço urbano. As músicas executadas são articuladas em dimensão de poder e disputas que na visão de LaBarre é denominada de “territórios sonoros” e que amplia e desdobra a noção de “paisagens sonoras” criadas por Schafer, isto quer dizer que a noção de Schafer de sonoridade está voltada para a orquestração e harmonia do mundo, já a noção de LaBarre de territórios sonoros é caracterizada pela desarmonia e a dissonância das culturas, das escutas e das cidades que interessam tanto como aqueles barulhentos ruídos, destacando a complexidade do urbano.

Com esses contraditórios sons que é a harmonia e a desarmonia, a cultura cada vez mais se reinventa, assume conceitos locais a partir sua reinterpretação e assume um estilo inconfundível. A música tem sido caracterizada como um movimento social que engloba a forma de organização popular e até como movimento político de conteúdos que retratam a

situação da exclusão social, preconceito racial e também do direito aos usos do espaço urbano (CARRIL, 2006).

Um exemplo destes sons contraditórios e da improvável harmonia de sons, é a cena da música de rua que se estabeleceu na avenida Paulista. Tradicionalmente famosa por seus imponentes edifícios, seu ambiente financeiro e o ritmo agitado e frenético do transporte e dos negócios, vem ao longo dos anos se transformando também em uma área de perfil cultural com grande presença de espaços e equipamentos culturais. Além de abrigar o Masp, principal museu de arte da cidade, vem observando ao longo dos anos, o surgimento de inúmeros museus e centros culturais, que fazem deste corredor um espaço com a arte e a cultura, muito presentes.

A área vem presenciando este fenômeno de forte característica cultural, que se intensificou a partir de meados dos anos 2.000, quando este que é o corredor mais famoso da cidade, começou a tornar-se um palco a céu aberto, com inúmeros músicos de rua se apresentando nas suas calçadas, que segundo Silva (2017) transformam as dimensões sonoras da avenida, compostas por acontecimentos espontâneos e provisórios que redesenham seus quarteirões e suas esquinas, mostrando diversas espacialidades singulares. Estes protagonistas da arte urbana com suas apresentações insistem em conquistar a atenção e o ouvido de quem circula pela avenida.

As apresentações acontecem em diferentes pontos dos quase três quilômetros de extensão da avenida, chamando a atenção de muitos que passam, e concentrando pessoas que rompem o veloz ritmo de seu deslocamento para observar os artistas, envolvendo-se com o ritmo e as performances das apresentações. Isto ocorre em um espaço que na teoria não seria destinado a estas relações, pois segundo Haesbaert (2006), pode-se dizer que locais como avenidas de grande circulação de pessoas tem na visão do poder público, uma função basicamente operacional, que visa disciplinar e adestrar, e que é proposto por Instituições destinadas a normalização dos indivíduos de uma sociedade, permitindo assim o bom funcionamento da mesma.

Músicos de rua se apresentam na Avenida Paulista



Foto: Paulo Cesar Panontin

A partir de agosto de 2016, por um decreto municipal, a avenida passou a ficar fechada aos domingos para o tráfego de automóveis e ônibus, sendo neste dia da semana usada exclusivamente para o lazer e recreação de turistas e moradores da cidade. Em função desta nova determinação, aos domingos um número muito grande de músicos fazem suas apresentações sob o olhar e a interação de uma platéia atenta e envolvida. Mas é interessante observar que mesmo durante os dias da semana, muitos artistas se apresentam durante o horário comercial, deixando claro o movimento de ressignificação deste espaço urbano.

Segundo Falcão (2017), a rua possibilita várias dinâmicas lúdicas, pois quando um músico toca na praça, na calçada ou na rua, ele quebra o uso habitual da rua como passagem e ainda rompe o cotidiano corrido que as pessoas possuem nas grandes cidades como uma pausa lúdica. O sujeito ao ser afetado pela música, seu tempo e trajeto é modificado para apreciar aquela apresentação que faz uma interação entre o sujeito e o espaço urbano e cria uma nova organização transformando o pedestre em plateia e a música/músico em espetáculo.

Esta dinâmica também contribui para a avenida ser vista e vivida como um local para movimentos de resistências sociais, que sem dúvida esta forma de expressão artística representa, e que segundo as palavras de Haesbaert (2006) coloca a “metrópole como sendo o espaço mais representativo da modernidade. Espaço em que claramente se reproduz os efeitos espaciais de uma multiplicidade de funções que se entrelaçam e acabam por produzir novas mudanças no território”.

## A arte de rua e as marcas

Nesta análise, é importante observar que com a receptividade da cidade e do público, promovendo o aumento constante de apresentações de artistas de rua, inúmeras empresas do setor privado vêm dando apoio e já se envolvem com a Arte de Rua, disponibilizando espaços para apresentações e áreas para grafites (como o caso do Hotel Ibis na Av. Faria Lima), bem como com o investimentos na forma de patrocínio de ações e exposições em espaços públicos.

Intervenção do artista Kobra em fachada do Hotel Ibis



Foto: Paulo Cesar Panontin.

As marcas já perceberam que a Arte Urbana é capaz de lhes render lucro e visibilidade, ou seja, a Arte de Rua está aí, para todos, e as empresas não irão perder a oportunidade de se aproximar deste movimento. Quando uma empresa se apropria de determinada Arte de Rua, seja ela música, dança, grafite etc, a intenção real não é o lucro financeiro direto, a empresa privada alcança muito mais que isso, pois segundo Kotler (2017) na abordagem do *marketing* 4.0, quando uma empresa envolve-se com questões sociais, ela tem reconhecimento, gerando percepção social e humana para sua marca.

## Considerações finais

Foi possível observar no movimento da Arte de Rua as mais variadas formas de expressões artísticas, passando mensagens e conscientizando o público por meio do ativismo artístico. Não importa o gênero dos artistas. Sejam eles músicos, atores, grafiteiros, etc., eles

atraem olhares, conquistam seu público, fazendo-se ver e ouvir através de suas habilidades, transformando o espaço urbano.

Faz-se necessária portanto a reflexão sobre o fato de que a aproximação do setor privado, como uma forma de se apropriar das manifestações culturais urbanas, pode tirar delas seu poder social, crítico e político, contaminando o movimento de resistência social, ao imprimir-lhes aspectos de mercado e consumo.

Fica evidente, ainda que o setor privado percebeu o potencial desses artistas e de sua arte. Ele não vê a Arte de Rua apenas como uma manifestação cultural, em que as relações de interação com o público são múltiplas e de dimensões variadas. As empresas que patrocinam a cultura nem sempre percebem as relações humanas e sociais que envolvem artista e público. Para o artista de rua, sua arte é uma forma de resistência e tem função social, ela é uma maneira de se expressar, de dizer o que se pensa, mesmo que sem palavras, de expandir suas ideias e de mostrar, acima de tudo, a posição de um cidadão consciente. Portanto estas aproximações e negociações com o mercado são delicadas.

## **Referências**

- García Canelini, N. (2013). ¿ De qué hablamos cuando hablamos de resistencia?. *RevistArquis* Vol. 2 Núm. 1 2013.
- Carril, L. (2006). *Quilombo, favela e periferia: a longa busca da cidadania*. São Paulo. Annablume. Fapesp
- Certeau, M. D. (1994). *A invenção do cotidiano: vol. 1 Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes.
- Falcão, D. (2017). *Música de rua: luzes e sombras sobre uma prática social contemporânea no Rio de Janeiro e em Barcelona*. Doutorado (Estudos do Lazer/UFMG) – Universidade Federal de Minas Gerais. Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG. Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer. Belo Horizonte. 226f.
- Haesbaert, R. (2013). *Territórios alternativos*. Editora Contexto.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0-Mudança do tradicional para o digital*. Coimbra: Conjuntura Actual Editora.
- Motta, G., & Alice, T. (2017). A (r) tivismo e utopia no mundo insano. *Artefilosofia*, (12), 32-47.
- Pereira, S. L., & Borelli, S. H. (2015). Música “alternativa” na Vila Madalena: práticas musicais juvenis na cidade. *Fronteiras-estudos midiáticos*, 17(3), 281-289.

Raposo, P. (2015). “Artivismo”: articulando dissidências, criando insurgências. Cadernos de arte e antropologia, 4(2), 3-12.

Reia, J. (2012). A cidade como palco: Artistas de rua e a retomada do espaço público nas cidades midiáticas. Contemporânea, 12(2).

Reifschneider, E. (2015). Arte em espaços não convencionais: grafite como força motriz da apropriação do espaço público urbano. Polêm! ca, 15(3), 034-047.

Silva, J. Avenida Paulista: a dimensão sonora de uma referência visual. GP Comunicação e Culturas Urbanas, XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba.