
A demanda pela masculinidade no universo do *graffiti*

Sara Dalila Aguiar Cerejo¹

Introdução

Este artigo pretende revelar alguns dos aspectos essenciais desenvolvidos V Congresso Português de Sociologia e tem como base um estudo anteriormente realizado sobre o *graffiti* português e os seus intérpretes. Tendo-se reconhecido a existência de uma esfera de produção/reprodução/valorização de competências e demonstrações associadas a um estereótipo masculino, pretendeu-se apresentar os principais meandros da construção da masculinidade. Para tal, foi fulcral percebermos as práticas, das características e competências necessárias, cujo propósito principal assenta no reconhecimento do valor do indivíduo, não apenas enquanto representante do *graffiti* mas também como figura masculina.

No âmbito da questão da masculinidade, revelou-se ser fundamental investigar quais as principais características, bem como actividades, que conduzem ao reconhecimento e valorização/elevação da identidade masculina dos interpretes do *graffiti*. Elementos como a respeitabilidade, o desafio da fronteira do que é legal, tornam-se capitais simbólicos essenciais, a comprovar, na contínua busca e valorização de uma identidade masculina, entendida como superior mas circunscrita à comunidade em causa, que se vai construindo de acordo com as práticas e rituais específicos.

A pesquisa realizada, é o resultado de 7 meses de trabalho de campo. O recurso às entrevistas constituiu um método investigatório essencial: foram realizadas 16 entrevistas, bem como observação/pesquisa no terreno. As entrevistas foram efectuadas a indivíduos ligados ao *graffiti*, entre os 17 e os 30 anos, todos do sexo masculino.

1-Enquadramento histórico e artístico

Apesar de não se poder afirmar com rigor absoluto como e quando apareceram os primeiros *graffitis*, sabe-se que durante a Segunda Guerra Mundial, alguém começou a pintar um grande número de paredes da cidade de Nova Iorque, escrevendo: “Kilroy was here”. Este indivíduo desenhava igualmente obscenidades nas figuras dos cartazes com alusões à guerra e a outros anúncios de carácter político². Estas declarações de ideais políticos foram igualmente um meio utilizado por alguns membros da “Love Generation” que, nos meados dos anos 60, se tornaram altamente politizados e anti-governamentais, utilizando o *graffiti* como meio privilegiado para a afirmação/propagação dos seus princípios contestatários.

Em Nova Iorque, o movimento pareceu ter-se sedimentado quando adolescentes oriundos das comunidades mais desprotegidas económica e socialmente começaram a escrever o seu nome nas paredes das vizinhanças, nomes que não os seus nomes do registo mas sim, pseudónimos que criavam uma nova identidade, uma identidade interventiva no domínio do público. Estes nomes (*tags*), eram associados ao número da rua em que viviam, adquirindo, nesta fase, uma mera função de demarcação social. (Schwartzman, 1985).

O *graffiti* aparece desde cedo ligado à cultura hip-hop³. O *hip-hop* transformou-se num movimento de reivindicações sociais. Originalmente dirigido para as comunidades raciais

¹ Licenciada em Sociologia pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Mestranda em Sociologia do Crime e da Violência e assistente de Investigação no Gabinete de Investigação de Sociologia Aplicada-Socinova, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

² Não está, naturalmente, comprovada a filiação do *graffiti* contemporâneo nesta prática pontual em tempo de Segunda Guerra Mundial. A proximidade resulta da forma e do conteúdo contestatário que o *graffiti* veio a assumir.

³ O termo *hip-hop* foi estabelecido por volta de 1968, pelo negro Afrika Bambaataa, inspirado por duas movimentações cíclicas. A primeira delas estava na forma cíclica pela qual se transmitia a cultura dos

minoritárias e oprimidas, o movimento *hip-hop*, tinha uma dupla função para com estas minorias: fazer com que as mesmas pudessem fazer ouvir as suas reivindicações/protestos sociais e resgatá-las da monotonia e isolamento a que estavam sujeitas nas grandes cidades.

As disciplinas artísticas que acompanharam este movimento foram, desde cedo, arrebatadas por duas comunidades de grande peso nos ghettos Americanos. Estas disciplinas artísticas- *rap*, *break-dance* e *graffiti*- que acompanharam a consolidação do movimento *hip-hop*, foram influenciadas pela cultura originária dos Afro-Americanos, neste caso o *rap*, e dos Hispânicos que desenvolveram uma preferência pelo *graffiti* e *break-dance* (Calzada, 1991:66).

Respeitando a origem socialmente contestatária do movimento *hip-hop*, o *graffiti* parece ter-se revelado uma actividade paradigmática, permitindo aos seus seguidores expressarem publicamente, e com um impacto visual nunca antes visto, as suas dificuldades e o seu isolamento social.

Desde cedo a estética quase ilegível aplicada pelos primeiros *writers* ao *graffiti* foi vista pelos membros desligados da cultura *hip-hop* como uma aliança dos seus intérpretes à cultura de rua e às suas regras. Desde logo, a estética imprimida ao *graffiti* aparece como diferente da estética padrão numa tentativa de distanciamento e rejeição dos valores opostos aos seus, os valores da sociedade *mainstream*.

Os primeiros *writers* cresceram no interior de uma grande mistura de culturas: Chinatown, Little Italy, Spanish harlem, Greenwich Village. A sua familiaridade com a diversidade cultural contribuiu para a transformação de uma sociedade segregada, numa cultura inter-citadina partilhada, que incluía um imenso número de jovens. Os *writers*, movendo-se numa dinâmica de diversidade, utilizavam as imagens que retiravam do seu meio e construíam a partir de um quotidiano diverso um trabalho criativo.

O *graffiti* apresenta duas grandes dualidades: uma, artística; outra, ao nível da legalidade. Se, por um lado é uma actividade que apresenta uma vertente mais artística, com maior aperfeiçoamento técnico, por outro, é uma actividade legal ou ilegal.

Dois grandes vertentes constituem o *graffiti*, as duas com um grande número de adeptos: o *bombing* e o *hall of fame*. O *bombing* consiste na proliferação estilizada do *tag*, ou nome artístico de um *writer*. As letras do *tag*, previamente escolhidas pelo *writer*, de modo a provocarem um maior efeito visual, passam a ser representadas a partir de uma estética muito própria do *graffiti*, consideravelmente diferente da caligrafia convencional.

O *bombing* pode então ser definido como o modo de representar o nome/*tag*, com o objectivo de garantir o reconhecimento do mesmo, no meio em causa. Apesar de não representar, ao nível estético, uma grande demonstração artística do *graffiti*, o *bombing* tem outras funções: a de tornar o *tag* do seu autor conhecido e a de proporcionar o gozo adrenalínico proveniente da realização da pintura numa parede que não está legalizada e que pode ser um *hot spot* (lugares bastante arriscados, tanto ao nível de capacidade física, como ao nível do policiamento). Estes elementos constituem um desafio à capacidade de qualquer *writer*, ao mesmo tempo são vistos como factores incontornáveis para aceder à respeitabilidade a conceder ao *writer*. O *bombing* permite ao *writer* correr riscos, enfrentando perigo, ao mesmo tempo que tem a oportunidade de demonstrar a sua coragem enquanto homem e artista.

O *hall of fame* é a representação artística mais elaborada do *graffiti*. Esta vertente pode definir-se como a representação de imagens, situações, críticas, meios sociais, etc. Apesar de poder ser feito tanto em paredes legais como em paredes ilegais, esta vertente tem uma maior apetência para espaços autorizados, uma vez que o seu objectivo é a elaboração técnica e a demonstração da qualidade artística e aqueles espaços permitem o tempo necessário à realização precisa da pintura.

ghettos Norte- Americanos. A Segunda estava justamente na forma de dançar mais popular da época, o acto de saltar (*hop*), movimentando os quadris (*hip*). Era um claro convite a um ambiente festivo. A sua origem está associada a um indivíduo chamado Africa Bambaataa, que criou a nação Zulu em 1974, movimento que queria combater a violência e o racismo, aspectos que assinalavam uma adesão, em *crescendum*, entre os jovens moradores nos ghettos. A intenção deste movimento era transformar a “energia negativa e violenta” dos gangs, em formas de respeito mútuo (Calzada, 1991:66).

2- A fronteira sub-cultural do *graffiti*

Poderemos considerar os *writers* elementos pertencentes a uma sub-cultura? A existência de sub-culturas sugere que estamos rodeados de formas de expressão culturais diferentes, reflexo de uma enorme pluralidade comportamental. As sub-culturas representam bolsas culturais que encontram a sua sobrevivência na subordinação dos seus membros a condutas, a valores e a actividades reconhecidas e por eles perpetuadas. Ao adoptarem tais condutas, os seus elementos apresentam-se como portadores de padrões de conduta socialmente divergentes dos padrões socioculturais vigentes e estabelecidos.

Estas concepções gerais de sub-cultura, poderão adoptar-se para a comunidade *graffiter*, considerando, por exemplo, o estilo, um elemento essencial neste microcosmos. Cohen lembra que um aspecto primordial na referência a um grupo sub-cultural distinto é o uso simbólico do estilo, uma vez que o uso partilhado reflecte o grau de compromisso para com a sub-cultura em causa. O estilo terá como principal função o distanciamento dos valores dominantes (Brake,1985:11).

Se tivermos em conta que uma sub-cultura se define a partir da existência de uma comunidade propositadamente afastada dos padrões sociais ditos “normais”, onde, o prefixo “sub”, não se apresenta num sentido de inferioridade em relação a outros grupos ou culturas mas sim num sentido de separação, a associação do termo à comunidade *graffiter* parece de adopção instantânea. Ela própria se constrói e retracta como uma comunidade à parte dos valores da sociedade que a acolhe, impondo limites à adopção de certos padrões vigentes. A dicotomia “nós”/“outros” ou *outsiders*, constitui-se como um dos aspectos mais presentes no discurso dos *writers*. É também um dos aspectos que mais aproxima esta comunidade da definição de sub-cultura. Ao situarem-se num mundo à parte, cujos meandros poucos entendem, os *writers* e a comunidade na qual se insere apresenta como principal apanágio, e principal atracção para os seus potenciais membros, a separação e conseqüentemente a criação de um universo apenas pertencente a alguns, e do qual apenas poucos terão total controlo, uma vez que são eles que constróem esse mesmo espaço.

O conhecimento do funcionamento deste grupo é especificamente reservado aos seus membros. Este aspecto torna-se, então, numa forma de poder em relação ao mundo exterior, uma vez que cria a distância necessária para os *writers* se sentirem suficientemente afastados dele. A indiferença perante as opiniões, críticas, ou tentativas da sociedade perceber o graffiti, é enorme tal como são, igualmente, visíveis alguns contornos provocatórios entre os *writers*. De resto, tais factos ficaram claros durante a realização do trabalho de campo.

A estratégia utilizada pelos *writers* para consolidarem o distanciamento em relação aos valores normativos pelos quais os *outsiders* se regem, é o isolamento dos padrões sociais assimilados pelos *outsiders*, padrões esses que colidem com o modo como o *writer* se vê e se define a si mesmo. Ele pretende ser o oposto, sendo a sua escolha uma clara rejeição da incorporação de valores e regras sociais pré-definidas.

O universo do *graffiti* parece cultivar uma fronteira sub-cultural que os seus membros utilizam para a construção mental do mundo exterior como o mundo dos “outros”. Os “outros” não são vistos como o inimigo, mas sim como a massa total representativa da identidade grupal, da qual a sub-cultura se distancia. Os membros da sub-cultura posicionam-se como representantes de um mundo à parte, uma colectividade distinta do mundo que a contém (Grossberg,1997). Diz-se distinta mas, salvaguardando o elo de comunicação presente entre o universo do *graffiti* e o meio exterior uma vez que o *graffiti*, tal como as suas raízes, são férteis na produção de mensagens⁴.

⁴ Em relação a este aspecto, é importante fazer o seguinte esclarecimento: a mensagem do *graffiti* não se traduz, na sua generalidade, em protestos político-sociais. Numa conversa com os *writers*, não é raro ouvi-los dizer que, por vezes escrevem o que eles chamam *dicas*, ou seja, frases de protesto contra algo com o qual não concordam na sociedade. No entanto, a mensagem mais importante que os *writers* esperam que o exterior entenda é a sua ilegalidade e o conseqüente desafio do socialmente legitimado.

Os *writers* partilham uma consciência simbólica-uma rota de objectivos e significados próprios- ligada à sua actividade que os *outsiders* não compreendem nem partilham. Este é um aspecto claramente convidativo à formação de uma barreira cultural e identitária.

Os *writers* sabem que, através da incompreensão patente na sociedade, da crítica social generalizada em relação ao que o *graffiti* representa e, sobretudo, às actividades dos seus elementos, o *graffiti* encontra a distância e o afastamento que necessita para se auto-definir enquanto mundo separado, autónomo e auto-suficiente.

Parece-nos justamente que se trata de uma colectividade com padrões de conduta muito próprios, o que a aproxima da sub-cultura no sentido em que ela própria só encontra definição no afastamento e isolamento face ao meio social vigente que a acolhe. Apesar disto a sub-cultura do *graffiti* não pode ser vista como desenraizada da estrutura social uma vez que ela está intrinsecamente ligada ao mundo do qual se afasta mas que a produziu. Neste caso a diferença também se constrói não tanto no oposto, mas mais na diferença identitária.

3. .É-o universo do graffiti: Práticas e características

O *tag* pode definir-se como a assinatura própria de um *writer*, o nome pelo qual ele é conhecido na comunidade em que se insere; uma assinatura estilizada de acordo com o estilo próprio do seu autor. Ele constitui-se como um elemento essencial no estudo do *graffiti*, não apenas por ser um aspecto de camuflagem da verdadeira identidade de um *writer*, mas também por encerrar outros aspectos importantes para o estudo do universo *graffiter*, nomeadamente ao nível da identificação e promoção. Uma das estratégias iniciais para o reconhecimento é a proliferação do *tag*. De resto, este é um passo inicial que não se pode nem deve evitar.

É logo nesta etapa inicial que os novíços começam a perceber um dos objectivos e prioridades desta sub-cultura: a fama/reconhecimento.⁵ A partir do momento que o seu nome se mostra numa parede, o *writer* pretende dizer ao mundo exterior e aos seus pares, “eu existo”. Mas para um *writer* com ambição, não basta apenas existir, deve existir com estilo ou *skills*. O estilo também define o *graffiti* bem como a qualidade do *writer*. As *skills*, qualidades técnicas de um *writer*, são um aspecto central no *graffiti*. Todos os *writers* têm preocupação com a evolução do seu estilo, uma vez que este é um elemento que vai distinguir e valorizar ou desvalorizar a performance artística do *writer*.

4- Evolução e promoção de um writer: Estratégias e qualidades essenciais

A primeira tentativa de promoção que um *writer* faz é através da proliferação do seu *tag*, embora esta actividade nada mostre da capacidade artística do seu autor.

O *bombing*⁶ é considerado a etapa seguinte. Esta prática, numa fase mais experiente da actividade e, por norma, já não é seguida pelos *writers* mais experientes, até porque já não necessitam da publicidade que o *bombing* confere ao seu autor. Quando se atinge um certo estatuto, o *bombing* perde a sua funcionalidade. A este respeito refira-se que este comportamento “destrutivo” e visível no *graffiti* é maior, entre os *writers* mais jovens⁷.

O perigo enfrentado por um *writer* na criação de uma peça é igualmente um elemento importante para a sua promoção. Quanto maior é o perigo enfrentado, maior é o respeito obtido. Locais com forte vigilância policial, ou que desafiem a integridade física do *writer*, conferem-

⁵ A proliferação do *tag*, tem também uma forte ligação com uma espécie de respeitabilidade inicial: quanto mais *tags* de determinado *toy* se virem, quanto mais ousados forem os sítios em que o seu nome artístico apareça, maior será a sua respeitabilidade num tempo inicial. Se for este o caso, muito se poderá esperar deste *toy* em termos de coragem e ousadia numa fase mais avançada da sua actividade.

⁶ O *bombing* pode ser descrito como uma forma um pouco mais agressiva de se espalhar o *tag*. Alguns tipos de *bombing* são considerados pelos *writers* mais experientes como formas de vandalismo.

⁷ A este propósito podemos acrescentar que, «No que diz respeito a delitos violentos, a sua prevalência tem tendência a decrescer com a idade, (36.7% entre os 14-15 e 21.6% entre 20-21-anos), como pode ser observado no *graffiti* (10.2% entre os 14-15 e 3.1% entre os 20-21 anos)» (Gersão,Lisboa,1994:218).

lhe uma respeitabilidade acrescida, uma vez que o *writer* não só prova as suas capacidades artísticas como prova que possui qualidades essenciais que nenhum bom *writer* pode deixar de possuir: ousadia e coragem. Estes aspectos são apanágio do *bombing*.⁸

A fama, conjugada com o respeito e o status são factores, por si só, de grande atracção para os mais jovens seguidores. A possibilidade de se conquistar no interior da comunidade *graffiter*, uma posição de destaque e valorização, constitui uma forte razão para os jovens se interessarem pelo *graffiti*. A fama, o respeito dos amigos, colegas e adversários, são as razões que mais têm permitido perpetuar a prática do *graffiti*.

A fama não é mais do que a afirmação de uma carreira reconhecida. No entanto, neste caso em estudo, devemos olhar para o *graffiti* como uma espécie de carreira moral⁹, algo que motiva o *writer* a continuar a valorização do seu *self*, pois, não existe recompensa ou ganho financeiro. Obter o reconhecimento de outros *writers*, por vezes estranhos, parece ser a recompensa suficiente e a mais procurada.

Esta cultura encontra-se indiscutivelmente vocacionada para a elevação da auto-estima e do *self* dos seus seguidores. Questionando os *writers* sobre o que de mais valioso o *graffiti* lhes deu, muitos revelam que a recompensa do *graffiti* é simbólica: orgulho, estatuto, reconhecimento, são muitas vezes apontadas como as principais gratificações.

5- O “culto” da masculinidade: A busca da respeitabilidade

A representação da conquista de uma identidade respeitada é um pólo basilar da comunidade em estudo. Os *writers* não arriscam a sua condição de seres humanos livres apenas para escrever um nome e pintarem um muro ou parede. Eles correm riscos porque sabem que são factores essenciais para conquistarem o respeito dos outros *writers*. O risco, tal como a capacidade de o enfrentar, torna-se um capital simbólico imprescindível para qualquer *writer* com pretensões a adquirir estatuto. Sem este capital simbólico, no qual a respeitabilidade constitui um dos factores cruciais, o *writer* jamais irá obter reconhecimento dos restantes colegas.

Realizar uma pintura num local onde se correm grandes riscos, nomeadamente o de ser apanhado, ou riscos que desafiam a integridade física, são situações que conferem ao *writer* uma maior respeitabilidade. Em termos pessoais significará elevar o seu ego masculino¹⁰.

Nestas situações de perigo de captura, a apreciação da pintura e do seu autor é muito maior do que se estivéssemos perante uma parede sem qualquer risco de captura ou desafio à integridade física, embora apresentasse uma maior qualidade técnica e artística. Estes perigos que enfrentam constituem uma espécie de teste permanente mesmo para os membros já iniciados, testes estes que confirmam a importância da valorização pessoal/auto-promoção, procurada por todos os *writers*.

⁸ Importa esclarecer que, os *bombing* feitos em sítios onde os *writers* arriscam mais na sua realização, embora confirmem uma respeitabilidade geral, existem *writers* que têm as suas reticências quanto à sua valorização, uma vez que a pressão exercida sobre o *writer* em relação às condicionantes exteriores do seu trabalho pode, conseqüentemente prejudicar a qualidade estética do mesmo.

⁹ O que comporta o conceito de carreira moral? Harré explica o conceito como a trajectória definida pelo indivíduo na busca de estima pública. « A procura de reputação, aos olhos do outro, é a preocupação primordial da vida humana» (Harré,1993:32). Sendo que tal conceito se funda em capitais essenciais para o reconhecimento/valorização a conferir por outros agentes sociais, o *graffiti* parece constituir-se como um exemplo de uma carreira moral no seu sentido mais puro.

¹⁰ A este propósito, é pertinente questionarmo-nos sobre o que significa ser masculino. Patrícia Sexton responde dizendo que: «Significa, deter valores relacionados com o homem e seguir as respectivas normas de comportamento. Os valores masculinos, enfatizam valores como a coragem, autonomia, algumas formas de agressão, poderio, solidariedade de grupo, sentido de aventura e um grau considerável de dureza, quer física quer psicológica» (Sexton, 2002:18).

O respeito conferido pelos seus colegas confirma/reforça a masculinidade de um *writer*. Messner (1991) fala da ocorrência de uma «cristalização da busca masculina pela distinção através do reconhecimento público» (Messner, 1991:69).

A importância da atribuição da respeitabilidade reflecte-se também na hierarquia da sub-cultura a partir de uma lógica muito própria: quanto maior o perigo; quanto maior o risco que se enfrenta, o tempo perdido numa parede ilegal e em difíceis condições de trabalho, maior o apreço que se irá receber, maior o estatuto que se adquire dentro da hierarquia, maior será o seu reconhecimento enquanto *homem*.

O desempenho individual e colectivo engrandecem ou ameaçam o estatuto de um *writer* enquanto *homem*. As qualidades essenciais de um *writer*, bem como da figura masculina que procura representar e deter, não podem ser demonstradas apenas uma vez, ocorrência insignificante para a sua consolidação. A masculinidade deve ser demonstrada cada vez que o *writer* se apresenta para pintar uma parede, uma vez que, as capacidades másculas de um *writer*, estão constantemente a ser questionadas pelos elementos novos, ansiosos por se verem no lugar daqueles que são detentores de estatuto e de respeitabilidade no interior do meio/grupo.

Tal como um desportista é admirado e respeitado pelas capacidades físicas que ostenta, os agentes aqui em estudo utilizam atributos como a coragem, a astúcia, a ousadia, a rebeldia, a habilidade e a destreza como as suas credenciais basilares.

Assim, as pinturas nas linhas dos comboios, bem como em locais com grande presença policial, são actividades predilectas para a maior parte dos *writers*, porque são as situações capazes de lhes conceder reconhecimento e respeitabilidade. No fundo, constituem representações da masculinidade dos *writers* realizados através de rituais específicos da sub-cultura em discussão.

6- Masculinidade e ilegalidade

«Ninguém nasce já homem; é algo que se cultiva» (Gilmore, 1990:19). A masculinidade pode considerar-se uma negociação ou articulação de identidade através da manipulação de diferentes recursos, considerados essenciais em diversos microcosmos. Neste ponto, a ilegalidade aparece como aspecto crucial para a demonstração e reconhecimento da masculinidade e qualidade do indivíduo *writer*.

A ilegalidade deverá ser definida, neste caso particular, como um recurso utilizado pelos *writers* para a construção/confirmação e ampliação das suas identidades masculinas. A destruição de propriedade pública é uma actividade utilizada como meio para desafiar o socialmente instituído; processo que é, também, a tentativa de construção e solidificação da masculinidade e respeitabilidade.

A fama e o respeito não seriam elementos atribuídos aos *writers* sem a ameaça que representa desempenhar uma actividade com enormes probabilidades de se ser punido por lei. No entanto não podemos minimizar o factor do gozo adrenalínico sentido pelos *writers*, ao mesmo tempo que sentem como pressão a demonstração de que são capazes de ultrapassar os obstáculos a que se propõem. Para os *writers*, o desafio às regras do socialmente permitido está longe de ser apenas uma manifestação pública de inconformidade, permitindo a representação do ego masculino do *writer* que ao fazer uma pintura ilegal realiza, ao mesmo tempo, uma actividade que acima de tudo lhe dá gozo e emoção. Acima de tudo, uma actividade que se apresenta como uma prática capaz de lhe trazer reconhecimento e respeitabilidade. Por tudo isto, o *graffiti* ilegal, bem como a importância de desfrutar do gozo adrenalínico, são elementos a que nenhum *writer* fica indiferente, facto confirmado ao longo do trabalho de campo.

A coragem para desafiar as autoridades, arriscando com isso muito da sua condição enquanto homens livres, transforma-se num elemento que permite ao desafiador solidificar a sua identidade masculina, através da valorização da respeitabilidade que lhe é atribuída

pela capacidade demonstrada para desafiar os seus próprios limites e os limites sociais. Pode dizer-se que se gera uma correlação evidente entre a ilegalidade e a solidificação ou construção da masculinidade, solidificação sempre dependente da atribuição de reconhecimento no interior do meio.

A sensação de ter iludido ou enganado os elementos de maior oposição ao graffiti, (forças de autoridade, vigilantes, etc.), é um dos aspectos que produz maior contentamento entre os writers. Através da convivência com os *writers*, percebi que muitos deles gostam mais da perseguição do que propriamente do acto de pintar.¹¹ O desafio às instituições sociais, a provocação e resistência às formas de controlo sociais e policiais, a vertente política e socialmente contestatária do *graffiti*, são os principais aspectos que distinguem esta prática de risco\adrenalínica de outras.

A prova da masculinidade implica a demonstração de características que remetam para a sua construção. No entanto, a masculinidade não é uma característica que seja instantaneamente reconhecida, é, antes, um traço reconhecido/atribuído através da demonstração individual das qualidades necessárias que justifiquem a respectiva outorga. Os *writers* constroem o seu microcosmos de acordo com o que reconhecem ser essencial, não apenas artisticamente, mas segundo valores, para estes essenciais, a deter na construção de uma identidade tipicamente masculina, atributos que os distingam enquanto portadores de uma identidade masculina superior.

Em jeito de conclusão, podemos referir que, se enquanto agente social, o *writer* é uma espécie de *agitador*, enquanto indivíduo, e respeitando aquilo que são considerados valores próprios do estereótipo masculino, procura afirmar-se através da detenção de uma identidade masculina superior. Aliás, toda a prática do *graffiti* ilegal, parece, de facto, proporcionar ao seu praticante todas as possibilidades de testar capacidades relacionadas com o estereótipo masculino.

Bibliografia

- ALMEIDA, Miguel Vale de. (1994). *Coração de Pedra: Discursos e Práticas da Masculinidade Numa Aldeia do Sul de Portugal*. Tese de Doutoramento em Antropologia Social, ISCTE, Lisboa.
- ALMEIDA, Miguel Vale de. (1995). *Senhores de si: Uma Interpretação antropológica da Masculinidade*, Ed. Fim de Século, Lisboa
- AMÂNCIO, Lígia. (1994). *Masculino e Feminino: A Construção social da Diferença*. Eds. Afrontamento, Centro de Estudos Sociais.
- BECKER, H. (1963). *Outsiders: Studies in The Sociology of Deviance*. New York: Free Press.
- BRAKE, Michael. (1985). *Comparative Youth Culture*. Routledge, London.
- BREWER, Devon d. (1992). *Hip-hop Graffiti Writers' Evaluations of Strategies to Control Illegal Graffiti*. In: *Human Organization*, vol 51, nº2. Society for Applied Anthropology
- CALZADA, Remi. (1991). «The hip-hop movement» in: *Graffiti Art: Artists Americans et Français* (1981-1991). Musée national des monuments Français.

¹¹ Ao realizar um pequeno percurso pela cidade, reparamos na grande quantidade de *bombing* em comparação com os trabalhos mais elaborados de *hall of fame*, feitas em paredes legais. A proliferação do *bombing* suporta a ideia de que o jogo captura/fuga, tendo como jogadores os writers e as autoridades, poderá ser um factor explicativo da grande quantidade de *graffiti*- demonstrando algum má qualidade estética- sempre ilegal. Muitos *writers*, apesar de tentarem conciliar o *graffiti* em *hall of fame* e *bombing*, preferem de facto o *bombing*, talvez por ser uma actividade que permite cultivar e reforçar atributos tipicamente relacionados com o estereótipo masculino.

- DEVON D. Brewer. In: *hip-hop Graffiti Writers. Evaluations of strategies to Control Illegal Graffiti Human Organization*, Vol. 51, nº2, 1992.
- FERREL, Jeff (1995). «Urban Graffiti: Crime , Control, and Resistance». In: *Youth and society*, Vol. 27, nº 1, September 1995, pp 73-92. Sage Publications, inc.
- FLANNIGAN-Saint-Aubin, ^a (1994). *The Male Body and literary Metaphors for Masculinity*. In H. Brod & M. Kaufman (eds), *Theorising Masculinities: Research on Men and Masculinities*. London: Sage.
- GANETZ, H. (1994). *The Shop, the Home and Femininity as a Masquerade*. In J. Fornäs & G. Bolin (eds). *Youth Culture in Late Modernity*. London: Sage.
- GERSÃO, Eliana, LISBOA, Manuel. (1994) «The Self-Report Delinquency Study In Portugal» In *Delinquent Behaviour among Young People in The western World- First Results Of The International Self-Report Delinquency Study*. Kugler Publications, Amsterdam/New York
- GILMORE, D. (1990). *Manhood in the Making: Cultural Concepts of Masculinity*. New Haven, Conn.: Yale University Press.
- GOFFMAN. E. (1968), *Asylums*. Harmondsworth. Penguin.
- GROSSBERG, L. (1997). *Another Boring Day in Paradise : Rock na Roll and the Empowerment of Everyday Life*. In: K. Gelder & S. Thornton (eds), *The sub-cultures Reader*. London : Routledge.
- HALL, S. & JEFFERSON, T. (eds) (1976) . *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. London: Hutchinson.
- HERPIN, Nicolas. (1989). *A Sociologia Americana- Escolas, Problemas e práticas*. Biblioteca das Ciências do Homem, Ed. Afrontamento.
- LACHMANN, Richard (1988). *Graffiti as Career and Ideology*. In: *American Journal of Sociology*, Vol. 94, Nº 2, September, 1988 pp. 229-50. University of Chicago
- LOURENÇO, Nelson e LISBOA, Manuel (1998). *Dez Anos de Crime em Portugal- Análise longitudinal da criminalidade participada às polícias (1984-1993)*. Ed. Gabinete de Estudos Jurídico-Sociais do Centro de Estudos Judiciários.
- LOURENÇO, Nelson e LISBOA, Manuel (1992). *Representações da Violência: Percepção social do grau, da frequência, das causas e das medidas para diminuir a violência em Portugal*. Ed. Gabinete de Estudos Jurídico-Sociais do Centro de Estudos Judiciários
- MACDONALD, Nancy. (2001). *The Graffiti sub-culture*. Palgrave, New York.
- MACROBBIE. (1994). *Postmodernism and Popular Culture*. London: Routledge.
- MCKENZIE, Abbeville (1987). *Streets*. Press of New York.
- MARSH, P. , ROSSER, E. , HARRÉ, R. (1978). *The Rules of Disorder*. London: Routledge & Kegan Paul.
- MESSNER, M. (1991). *Masculinities na athletic Carrers*. In J. Lorber & and S. Farrel (eds), *The Social Construction of Gender*. Newbury Park, Calif: Sage.
- MURRAY, K. (1989). *The Construction of Identity in The Narratives of Romance and Comedy*. In J. Shotter & K. Gergen (eds), *Texts of Identity*. London: Sage.
- RAPHAEL, R. (1988). *The Men From The Boys: Rites of Passage in Male America*. Lincoln, neb: University of Nebraska Press.

- REIMER, B. (1994). *Youth and Modern lifestyles*. In J. Furnäs & G. Bolin (eds). *Youth Culture in Late Modernity*. London: Sage.
- REINER, R. (1992). *The Politics of the Police*, 2nd Edn. London: Harvester Wheatsheaf.
- SCHWARTZMAN, Allan. (1985). *Street art*. The Dial Press. Doubleday & Company, inc. New York.
- WAX, R. (1979). *Gender and Age in the Fieldwork and Fieldwork Education: No Good Things is Done by any man Alone*. Social Problems.
- WILLIS, P. (1990). *Common Culture*. Buckingham: Open University press.
- WOODWARD, K. (1997). *Concepts of Identity and Difference*. Woodward, K (ed), Sage publications, London.