



Comunicação, Consumo e Novos Fluxos Políticos: um Estudo Teórico-Conceitual Sobre as Pixações Como Forma de Expressão e Representação no Ambiente Coletivo Urbano¹

Gabriel Soares de Almeida

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP)

Resumo

O projeto em questão visa abrir um questionamento sobre as práticas de intervenção no ambiente coletivo das grandes cidades (povoadas e populosas, com foco na economia de terceiro setor), tendo como objeto de estudo a pixação. Temos como foco, especificamente, a cidade de São Paulo, analisando as dinâmicas de produção e consumo desses signos, e buscando compará-los com outras formas de interferência nesse espaço coletivo; questionamos também o que é efetivamente esse espaço, a relação entre público e privado, o conceito de propriedade. Sendo uma fração de um projeto maior, como contextualizado na introdução do texto, temos a pixação como forma autoexpressiva e auto-referencial de grupos periféricos da sociedade, e a pixação “comercial”, como signo contrastante à publicidade habitual na Sociedade de Consumo (BAUMAN, 2008) dotado de potência comunicacional, e que se faz coerente com esta, sem ser também inversa à primeira (transgressora, marginalizada), mas coexistentes e complementares.

Palavras-chave: Pixação; Pichação; Expressão; Identidade; Intervenção Urbana.

O estudo em questão apresenta-se como uma fração de nosso estudo monográfico de conclusão de curso na ESPM, não por isso deslocado e alheio, mas um aprofundamento da temática em si própria a ser trabalhada. Tratamos aqui da pixação (grafada com X, como o fazem, em geral, os próprios pixadores) como forma de expressão no ambiente coletivo urbano, trabalhada com diferentes propósitos, por diferentes grupos. Acreditamos que a temática relaciona-se àquela do GT 05 em diversos aspectos, tratando justamente da política em suas expressões não

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 05, do 2º Encontro de GTs de Graduação - Comunicon, realizado dia 14 de outubro de 2016.



institucionais e cotidianas, abordando também “políticas de visibilidade, [...] movimentos e coletivos, com sua produção imagética e imaginária”, como citado na descrição do GT, além de “dinâmicas bottom-up e práticas contra-hegemônicas nas sociedades midiáticas e do consumo” (idem); essas pautas são unidas pelo estudo das diversas vertentes de pixação como recurso expressivo servindo a diversos propósitos, porém sendo todas ligadas pelo meio no qual se apoiam, na transgressão como ferramenta de contestação e forma de se fazer ouvir.

Especialmente após 1985, depois do período de ditadura militar no Brasil, no qual a pixação tem caráter quase exclusivamente político, esta passa a ter cada vez mais valor autoexpressivo e identitário. A prática torna-se mais comum entre adolescentes, como uma forma de diversão, e impõe-se como manifestação cultural de grupos periféricos no ambiente urbano (conferir documentário Pixo, 2010, de João Wainer e Roberto T. Oliveira). Não se trata, contudo, de um movimento formalmente organizado, mas orgânico, desprovido de centralidade até mesmo no que se refere ao sentido e à intenção das diferentes formas de pixação.

O processo de ascensão da pixação como movimento majoritariamente identitário surge de forma coerente com o pensamento de Michel Maffesoli (2006) sobre dinâmicas sociais de formação de grupos. Ao passo que os indivíduos costumam se aproximar daqueles com os quais possui interesses em comum, há também, de forma diametralmente oposta, o afastamento daqueles que se posicionam de maneira contrária, levando a um ambiente no qual se estabelece constante e crescente conflito, segregação daqueles com comportamentos divergentes, frequentemente tidos como reprováveis, manifestando-se pela forma de grupos marginalizados (MAFFESOLI, 2006).

A exemplo disso, Antenor de Lara Campos Filho foi um dos precursores do pixo na Grande São Paulo, espalhando sua mensagem “Cão Fila Km 26” nos muros desde a década de 1970. Também conhecido como Tozinho, uma das principais figuras no universo da pixação, tinha por objetivo divulgar seu negócio de venda de cães da raça Fila, sem preocupação político-social, na Estrada do Alvarenga (São



Bernardo do Campo), se utilizando do potencial comunicacional da pixação como forma de publicidade. Sua forma transgressora rompe o ambiente midiático, saturado ao extremo em suas investidas sensoriais, cada vez mais agressivo, competindo pela atenção do potencial consumidor com uma infinidade de estímulos sensoriais (em especial visuais e sonoros), e se destaca da repetição comum da publicidade no meio urbano (ROCHA, 1992). A virtual onipresença da mensagem de Tozinho, amplamente difundida no espaço coletivo urbano (WAINER; OLIVEIRA), nos apresenta uma das possíveis formas de produção e de consumo da pixação: um desdobramento com viés publicitário, comercial, porém ainda contando com a agressividade, com a transgressão pela qual se insere. Surge, dessa forma, como mais um elemento a competir pela atenção daquele que passa pelas ruas, um potencial consumidor também da pixação; e entendemos, aqui, o consumo não apenas como a troca efetiva de capital por bens ou serviços, mas de uma forma mais ampla, o consumo como a recepção de signos (SANTAELLA, 2012), de suas cargas simbólicas, sua apreensão pelo consumidor, apropriação e uso, o efeito de influenciar e ser influenciado pelo objeto de consumo. Ao falarmos de diferentes modalidades de consumo de pixação, referimo-nos às diversas reações (ou a própria ausência de reação) do sujeito frente às diferentes apresentações de objetos similares, unidos pelo pixo, dentro de suas múltiplas vertentes.

Percebemos, portanto, que este movimento não se apresenta de forma unificada, com interesses e representações igualmente direcionados, com os mesmos objetivos e propósitos; é, dentro de si próprio, plural e multifacetado em sua própria origem. Reconhecemos, entretanto, uma predominância da vertente identitária desde 1985 (WAINER; OLIVEIRA).

Entendendo a produção dos símbolos de forma diversa, conseqüentemente temos também suas diferentes práticas de consumo por públicos também distintos. Se a pixação identitária se coloca visível por todos, mas inteligível para uma parcela restrita (conversando apenas com o público que também faz parte do movimento, majoritariamente), a “pixação comercial” de Tozinho insere-se com forma e conteúdo



de fácil entendimento por uma parcela expressivamente mais ampla, porém de maneira totalmente diferente da publicidade tradicional, apesar do objetivo comunicacional em comum. Se por um lado a pixação identitária busca representatividade de classes sistematicamente marginalizadas (MAFFESOLI, 2006), como protesto contra a dinâmica social vigente, a “pixação comercial” busca, no sentido contrário, a tentativa de inserção neste contexto econômico.

O pixo apresenta-se como uma das possíveis formas de intervenção urbana, como é o caso da publicidade, anteriormente citada, por meio de estímulos majoritariamente visuais alterando o espaço coletivo urbano. Existem também, por exemplo, as intervenções urbanas artísticas: obras e instalações em locais públicos, exposições nas ruas, derrubando as fronteiras impostas pelas paredes dos museus, entre outras. A arquitetura das edificações é ela mesma agente de mudança na percepção do ambiente urbano, interferindo por meio de suas formas e estilos, e das provenientes relações de contraste que se estabelecem. A cidade, ambiente orgânico, em constante processo de reformulação, comporta tais movimentos de modificação como condição para sua própria renovação e manutenção. Aquilo que se insere no espaço público é suscetível a processos de alteração, por vias legais ou não, por agentes ativos (manifestantes, pixadores, artistas, coletivos etc.) ou não (fatores ambientais, ações do tempo, poluição). Existem, inclusive, inter-relações entre distintas intervenções, sobreposições que se sustentam nessa dinâmica. Exemplo disso são as estátuas da personagem Snoopy, de Charles Monroe Schulz, que foram colocadas em vias públicas na cidade de São Paulo em janeiro de 2016 para a divulgação de seu filme. A maior parte delas foi depredada, furtada, pixada. O mesmo ocorreu com estátuas das personagens das histórias de Maurício de Sousa, A Turma da Mônica, no ano de 2013. A inserção das estátuas em espaço público é uma apropriação desse ambiente por interesses privados, e uma intervenção numa área coletiva, da mesma forma que faz a pixação: força sua presença, sua vontade, independentemente de haver ou não consenso sobre sua alocação.

Os casos de depredação contra as obras foram noticiados por grandes portais



de notícia brasileiros, como o G1². Na sessão de comentários, dentre os 190 postados, não há menções contrárias à intervenção privada no espaço público pela instalação das estátuas; por outro lado, há diversas críticas às depredações e pixações voltadas a estas. Notamos que as intervenções no espaço urbano e sua aceitação ou não são mais condicionadas à forma como se apresentam, e seus conteúdos, não havendo uma generalização contra toda forma de interferência, existindo múltiplas percepções e consumos destas, e, conseqüentemente, diversos consumos das vertentes de pixação.

A reação favorável ou contrária varia, mesmo na percepção de um mesmo público, dependendo especialmente do contexto no qual se insere: o meio pelo qual se manifesta, seu valor simbólico-representativo, o discurso que carrega (SANTAELLA; NÖTH, 2014). Na sessão de comentários da matéria supracitada, demonstra-se o amplo repúdio pelas modificações aplicadas às estátuas, ao passo que não há qualquer ressalva quanto a ela própria ser uma intervenção no espaço urbano, servindo a interesses privados que se sobrepõem àqueles coletivos. Pelo contrário: identifica-se a estátua como patrimônio público, que deve ser vigiado, cuidado e protegido por agentes públicos de controle com o intuito de preservá-los (em um dos comentários lê-se “cade os guardas municipais pra cuidar das estátuas? [...] pq é trabalho deles zelar pelo patrimonio publico”). A intenção (apropriação privada do ambiente público) não é identificada da mesma forma entre as intervenções, não sendo, portanto, único aspecto responsável para que seja aceita ou não pela população em geral, considerando que, de forma análoga às pixações com intenções publicitárias de Tozinho, se estabelece a instalação das obras. Existe também nos comentários uma tentativa frequente de estabelecer relações entre as pixações e “falta de educação”, “subdesenvolvimento”, “desrespeito ao patrimônio público”, “ignorância”. Não se entende amplamente a pixação como sendo ela própria uma forma de expressão cultural, no sentido de tudo aquilo que é fruto da produção humana imbuída de valor simbólico e expressivo. Exclui-se o pixo como forma legítima de cultura,

² Matéria disponível em <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2016/01/estatuas-do-personagem-snoopy-sao-danificadas-em-sao-paulo.html> (acesso em 01/05/2016).



manifestação genuína de expressão, mesmo com sua mecânica de inserção semelhante àquela das estátuas, do uso do espaço coletivo como suporte para transmissão de signos dotados de valor simbólico e comunicacional. Há também o reforço da ideia elitizada que considera cultura apenas a cultura erudita e tradicional, em detrimento das manifestações populares.

A discrepância entre aquilo que é aceito na apropriação do ambiente coletivo também se faz presente entre aqueles que produzem as pixações e outras formas de interferência urbana:

The choices we make depend on our own values. We might be devastated if someone steals our new phone for example, but we might not care two hoots if a friend doesn't return a book we lent. Similarly we might choose not to paint on the shop window of an independent business but be happy to paint away on the side of a warehouse or factory. These are decisions based on how we negotiate with the idea of property. (SHORE; POTTER. 2011, p. 9)

Estabelece-se como um sistema autogerenciado de representações em relação às formas como se insere e como é recebido. Apesar da ideia aparente de vivermos em uma Sociedade do Espetáculo, como indica Guy Debord (1967), na qual nossas ações são amplamente difundidas por nós mesmos com o intuito de nos tornarmos desejáveis e reconhecidos, na realidade vivemos em uma sociedade de vigilância (FOUCAULT, 2014), na qual os atores são concomitantemente vigilantes e vigiados, carrascos e júri; modelo abstrato aplicado do panoptismo (idem, 2014), que por meio da disciplina sobre os corpos dóceis fortalece e reforça o poder central, que se faz onipresente e invisível em todas as relações, projetando-se nas ações interpessoais.

Como anteriormente apresentado, apesar das mecânicas de constante autovigilância e controle sobre o ambiente público-privado, há uma interpretação ampla do conceito de propriedade. Ele é variável e adaptável ao contexto; não se trata de algo rígido, mas de um acordo entre partes sobre o que é da rua, ou do proprietário do muro que serve de base para a tinta do pixo, ou se é um espaço público de fato, por conta da fachada ser um espaço de interface da construção com o ambiente coletivo, conseqüentemente passível de intervenções. No mesmo trecho questiona-se também o



que é ou não considerado aceitável para o agente responsável pela intervenção no espaço urbano, que considera o impacto e a repercussão de suas ações, de sua expressão, sobre o proprietário do lugar a ser usado como base para a pixação, ficando exclusivamente a seu critério a escolha do local-suporte para sua manifestação. Como consequência disso, ou apenas de forma paralela, há também a utilização de espaços que fragilizam ainda mais a ideia de propriedade; pixadores e grafiteiros que aplicam sua tinta, por conseguinte suas mensagens, em “lugares de ninguém”: espaços expropriados, embargados, abandonados, ou seja, áreas que ficam no limiar entre as definições do que é público e do que é privado. Há também as intervenções em lugares de natureza coletiva, mas não têm contato direto com os cidadãos, como os graffitis feitos pelo artista Zezão, inseridos principalmente em galerias de esgoto (conferir figura 1).



Figura 1 – Zezão fazendo graffiti em galeria subterrânea de esgoto. Dez., 2015.



Fotografia do acervo pessoal do artista.³

Outra definição possível, portanto, seria que o espaço público é aquele que, além do caráter proprietário não-privado, tem contato direto com o cidadão, possibilitando efetivamente o consumo da pixação como produto de expressão própria, ou o contrário: um lugar de todos, mas que independe da dinâmica de consumo pelo cidadão, colocando a intervenção urbana como algo que pode fazer parte do movimento de consumo simbólico, mas que também se sustenta sem a necessidade de seu apoio.

Todas essas interpretações são subjetivas, e dependentes dos acordos sociais nas quais se apoiam sobre o conceito de propriedade, condicionadas ao código de conduta das partes envolvidas, reafirmando a premissa anteriormente mencionada de que a propriedade é uma dinâmica envolvendo diversos atores, cujo conceito é

³ Disponível em <https://www.facebook.com/zezao/photos/pb.103567339803331.-2207520000.1463363136./504855506341177/?type=3&theater>. Acesso em: 03 mai. 2016.



dependente do contexto no qual se insere, sendo aplicável das mais diversas formas, considerando-se particularidades pontuais e subjetivas (SHORE; POTTER, 2011).

O movimento de aceitação ou rejeição variável e relacionado diretamente a fatores contextualizantes externos ao signo em si se apresenta em consequência da impossibilidade intrínseca de dissociação entre o símbolo e o meio com o qual este está relacionado:

Quando nós observamos um símbolo, que é sempre um objeto do mundo exterior no amplo sentido da palavra, não olhamos para ele como o próprio objeto, mas como representante daquilo que representa (SCHÜTZ, 1932 apud SANTAELLA 2014).

Assumindo, portanto, o argumento de Schütz, reconhecemos a impossibilidade de se compreender a aceitação (ou rejeição) e a validação do movimento do pixo analisando separadamente seus aspectos, fazendo-se necessária a análise do conjunto a fim de o compararmos com outros processos de intervenção no ambiente público. A análise individual das características do movimento não podem ser comparadas diretamente àquelas de outros, devido à necessidade de analisarmos todo o contexto, tendo em conta as inter-relações de complementaridade entre suas diferentes partes. Para uma análise comparativa entre fenômenos como a ampla aceitação das instalações das estátuas das personagens de Schulz e de Maurício de Sousa ao passo que se repudiam as pixações sobre estas, é preciso que analisemos o símbolo, o contexto, a mensagem, os interlocutores envolvidos e suas percepções sobre o conceito de propriedade.

Ao falarmos de contexto, consideramos não apenas a representação própria do signo, o meio pelo qual é transmitido e aquele no qual insere. Levamos em consideração também os interlocutores, seu repertório, seu entendimento, sua vivência, sua visão crítica e sua percepção, que serão de absoluta importância para que haja os processos de entendimento e de ressignificação daquilo o que lhe é apresentado. O consumo se apresenta não como propriedade indissociável do signo, nem do observador, mas como a própria relação por esses elementos estabelecida, e



condicionada pelo contexto no qual se encontra (SANTAELLA, 2012). Apesar de se apresentarem de forma igual a todos, as inserções de signos no espaço coletivo será interpretada de forma individual e diferente por cada observador, devido ao supracitado condicionamento do entendimento pelo repertório único de cada interlocutor; sendo assim, temos de forma ainda mais diversificada diferentes consumos do movimento da pixação, diversificado em sua essência.

Referências

WAINER, João; OLIVEIRA, Roberto T. **Pixo** (vídeo-documentário). 61 minutos. Brazil: 2010.

SANTAELLA, Lucia. **O Que É Semiótica**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2012.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem: Cognição, Semiótica, Mídia**. São Paulo: Ed. Iluminuras, 2014.

ROCHA, Rosamaria Luiza de Melo; **A Vertigem do Olhar: Manifestações Graffitadas e Transformações na Comunicação, no Espaço e no Tempo Urbanos**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Metodista, São Bernardo do Campo, 1992.

SHOVE, Gary; POTTER, Patrick. **Untitled.III**. Darlington: Carpet Bombing Culture, 2011.

MAFFESOLI, Michel; **O Tempo das Tribos: O Declínio do Individualismo**. São Paulo: Ed. Forense Universitária, 2006.

FOUCAULT, Michel; **Vigiar e Punir: Nascimento da Prisão**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2015.

NIETZSCHE, Friedrich; **O Nascimento da Tragédia**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2007.

ZYGMUNT, Bauman; **Vida Para Consumo**. São Paulo: Zahar, 2008.