



O folk virou cult: o grafite como veículo de comunicação

Taís Rios Salomão de Souza¹

Lílian Assumpção Mello²

RESUMO: Análise dos processos de comunicação presentes na arte "marginal", o grafite, através da releitura da poesia contemporânea e a reinterpretação do clássico a partir da passagem do grafite das ruas, para fotos expostas em galerias, em uma reapropriação do "marginal" pelo erudito.

PALAVRAS-CHAVE: *comunicação, grafite, folkcomunicação.*

¹ Mestre em Comunicação Social pela UESP, integrante da Rede Folkcom, pesquisadora na linha de Comunicação especializada; graduada em Rádio, Televisão e Comunicação Multimídia pela UESP – trsouza2001@yahoo.com.br

² Mestre em Comunicação Social pela UESP, integrante da Rede Folkcom, pesquisadora na linha de Comunicação e Mídia Local; graduada em Jornalismo pela Unisantos – lilianassumpção@hotmail.com

Introdução

Um espaço em branco foi preenchido na década de 1960 por diversos movimentos sociais que ocorreram não somente na Europa, mas em todo o mundo. Época em que a nuvem do contraditório pairou sobre Praga, Woodstock, Paris e em outros focos, abrindo as portas para que novas facetas culturais germinassem a partir de choques, protestos e tintas.

Um dos mais emblemáticos arranjos de questionamentos ocorreu na França, em maio de 1968. A organização estudantil contra os ditames reacionários do governo de Charles de Gaulle foi repercutida internacionalmente, como narra o Jornal do Brasil de 11 de maio daquele ano:

Pelo menos 60 barricadas, algumas com até três metros de altura, foram erguidas ontem em Paris, no tradicional bairro do Quartier Latin, pelos estudantes em protesto desde o início do mês pela reforma no sistema de ensino francês. Nos confrontos com policiais, cerca de mil pessoas ficaram feridas e 80 carros foram incendiados. Maio promete ser o mês das barricadas e das passeatas na França, num movimento contestatório que começou com os estudantes – que agora planejam ocupar a Sorbonne – e já está ganhando apoio de outros segmentos sociais, que tentam organizar uma greve-geral, à qual esperam conseguir a adesão de mais de 10 milhões de trabalhadores. Os tumultos atingiram tal proporção que os organizadores do Festival de Cinema de Cannes temem pela realização do evento. O Maio de 68 também promete perpetuar palavras de ordem, como é proibido proibir, escritas em muros de toda a cidade de Paris.

O evento de 68 não apenas “prometeu perpetuar”, como o fez concretamente. Nos muros da Sorbonne³, o espírito transformador dos manifestantes registrou uma reinterpretação da história francesa com a frase ‘Majestade, não se trata de uma revolução, mas de uma mutação’ (SOUZA, 2000 – doc elet), em alusão à queda da Bastilha, ocorrida em 1789, quando “(...) em resposta a um rei perplexo, seu ministro lhe indicara: ‘Majestade, não se trata de uma revolta, mas de uma revolução’” (SOUZA, 2000 – doc elet).

A mutação almejada tomava força com outras palavras de ordem que tornavam os espaços brancos dos muros universitários um exato reflexo da vontade de reescrever o contexto da época. Não somente pela voz estas frases procuraram eternizar o ideal revolucionário. As letras assumiram formas e uniram-se às paredes. “Anunciar junto com ‘A vontade Geral contra a vontade do General!’ que ‘Todo conhecer é um fazer’ ou reivindicar tanto quanto ‘A imaginação no Poder’ que é necessário ‘Transformar para conhecer’ são ilustrações contundentes” (PAULON, 2005, doc.elet).

A perpetuação do maio de 1968 deu-se, sobretudo, nos muros que se caracterizaram como painel fundamental de comunicação e disseminação de idéias, processo identificado pelo

³ Estabelecimento de ensino superior, hoje dividido em duas universidades: Paris III e Paris IV.

filósofo Jean-Paul Sartre: “a poesia francesa está nos muros da Sorbonne” (FONSECA, 2006 entrevista)

A conjuntura social que motivava os estudantes parisienses ecoou em outra grande cidade. Desta vez, Nova Iorque foi centro das manifestações dos imigrantes negros e porto-riquenhos habitantes de bairros da periferia, como o Bronx. Buscando a produção de uma identidade, preencheram as ruas e metrô da cidade inicialmente com seus *nicks* (do inglês, ‘apelidos’), também chamados de *signatures* (do inglês, ‘assinaturas’) seguidos do número de suas casas. Magnani (2005 – doc elet) coloca exemplos como *STITCH 1*, *Freddie 173*, *CAT 187*, *T-REX 131*, *SNAKE 1* e *RAY-B 954*. Uma maneira gráfica de reforçar seu pertencimento àquele espaço urbano e àquela cultura. Esse processo culminou no fortalecimento da estética própria do grafite. Gitahy (1999) reflete sobre isso quando se questiona a respeito dos potenciais caminhos a serem trilhados por meio desta forma de expressão e ainda pontua sobre a validade histórica destes signos quando analisados em tempos futuros

Nas laterais dos trens do metrô a mensagem era móvel, transitava por toda a malha urbana da cidade e levava aos bairros mais distintos a mensagem daquele grupo. No contexto nova-iorquino, o grafite inseriu-se como um dos elementos que formou a tríade do hip-hop, movimento essencialmente metropolitano composto também pela dança (*break*) e música (*rap*).

O perfil estético do grafite nova-iorquino acrescentava elementos ilustrativos que transcendiam a tipologia natural. Em Paris, as mensagens eram deixadas nos muros sem qualquer figura ou distorções de letras em busca da construção de uma identidade a partir da distorção de formas. Já na metrópole norte-americana, as letras assumiram o papel de ilustrações, uma vez que foram incrementadas quanto às cores e à ousadia do traço.

A raiz concreta desta forma de expressão reverberou-se por outras áreas predominantemente urbanas. No Brasil, a cidade de São Paulo era o terreno mais fértil para a propagação do grafite, justamente em decorrência desta característica. Referência nesta época, Alex Vallauri, artista gráfico brasileiro, iniciou em 1978 intervenções do gênero em decorrência de sua predileção por pinturas murais e produções anônimas no espaço da metrópole. Quatro anos depois, Vallauri utilizou Nova Iorque como espaço de criação, atuando em murais, cenários e exposições. Ao retornar para São Paulo influenciou artistas como Waldemar Zaidler e Carlos Matuck. Suas obras, invariavelmente, traziam elementos em comum, como frases curtas, ironia e pequenos poemas urbanos aplicados às superfícies da urbe sob a técnica do stencil.

A leitura brasileira do grafite apresenta um resultado híbrido, que mescla elementos franceses e norte-americanos, dada a utilização simultânea de frases e ilustrações, resultando em palavras sofisticadas graficamente.

Esse perfil estético aproxima o grafite de outras manifestações artísticas nacionais, como a poesia concreta⁴. Esta relação de similaridade tem como eixo central: a interpretação da palavra. Ambas trabalham os vocábulos a partir de uma perspectiva analítica, pautada pela exploração da amplitude do significado e do potencial de transformação visual do signo.

O concretismo, como movimento, consiste em um ambiente lingüístico em que interagem recursos visuais e de palavras. Como produto, redundou em poesias representadas pelo exercício de formas e significados, em uma confluência de mídias. “Quando dois ou mais meios discretos se fundem conceitualmente, eles se tornam *intermedia*. Diferem de meios mistos, sendo inseparáveis na essência da obra de arte”. (HIGGINS, 1984, p.138)

O paralelo com o grafite, portanto, é factível, visto que sua organicidade é composta por elementos vocabulares e gráficos. Com seu advento, a palavra habita outros espaços, explora novas possibilidades estéticas e cria não somente um paradigma artístico como embasa novos processos de comunicação.

Estas dinâmicas de troca ocorrem, pela própria natureza desta forma de expressão, no espaço urbano. A cidade, como campo de ação e arena de embates sociais, caracteriza-se como o tecido mais receptivo às palavras e imagens dos diversos grupos que habitam a *urbe*, uma vez que o grafite deriva justamente do choque, da contradição. A cidade, como epiderme dos jogos de forças contrárias, está permanente exposta à intervenção comunicacional. E o grafite ocupa este espaço.

Desta forma, a cidade é obra a ser associada mais com a obra de arte do que com o simples produto material. Se há uma produção da cidade e das relações sociais na cidade, é uma produção e reprodução de seres humanos por seres humanos, mais do que uma produção de objetos. A cidade tem uma história; isto é, de pessoas e de grupos bem determinados que realizam essa obra nas condições históricas. As condições que simultaneamente permitem e limitam as potencialidades, não são suficientes para explicar aquilo que nasce dela, nela, através dela (LEFEBVRE, 1969 p.48).

O grafite funde-se ao movimento de permanente construção e reconstrução da cidade que, a partir de seus agentes-habitantes, transforma-se de maneira constante, como resultado claro dos conflitos ocorridos em seu espaço. Justamente por essa razão, carrega em sua

⁴ Movimento literário que foi liderado por Décio Pignatari, Haroldo de Campos e Augusto de Campos. Tratava-se de uma crítica à produção poética da geração de 1945, chamada de verbalista, subjetivista e incapaz de expressar a nova realidade gerada pela revolução industrial.

estrutura os signos oriundos deste fluxo perene. A dialética estabelece-se de forma produtiva pela complementaridade material entre humano e urbano. Karl Marx, em seus *Manuscritos Econômicos-Filosóficos*, considera que “o homem não é um ser abstrato, acorrido fora do mundo. O homem é o mundo do homem, o Estado, a sociedade” (MARX, s.d. in Masson, 2005, p. 49)

O grafiteiro, agente deste processo, habitante da cidade, interioriza traços urbanos em seu trabalho ao passo que o resultado de sua obra compõe o cenário da cidade. A agilidade do traço com spray, a sobreposição e interferência de elementos visuais e os temas evocados pelas palavras e figuras refletem a influência de características urbanas nesta atividade. A cidade, então, recebe inúmeras intervenções rápidas sem qualquer certeza de continuidade. Enquanto seu ambiente físico é transformado, o imaginário do agente deste processo também é habitado por temas provenientes do mesmo ambiente que transformou. Forma-se, assim, uma relação dialética e de interdependência entre cidade e grafiteiro, na qual ambos se influenciam e transformam-se juntos.

O processo desencadeado por essa relação habita o campo comunicacional, porém, diferentemente de outros processos, este tipo de expressão não possui um receptor definido, uma vez que seriam os cidadãos das regiões urbanizadas. As opiniões são divulgadas através de letras desenhadas, do próprio desenho, e das cores. Ainda há um componente importante para a interpretação da mensagem: sua moldura são todos os elementos que compõem a paisagem urbana onde a obra foi realizada.

Luiz Beltrão demonstrava que manifestações semelhantes ao grafite, como o veículo mural, tiveram início na pré-história:

As campanhas políticas, os movimentos religiosos, a mais simples propaganda comercial – valem-se do veículo mural, numa utilização que, entre nós, vem de longe, da pré-história, com homens e raças desconhecidas deixando inscrições indecifradas em pedras, como na Gávea, nas vertentes do rio das Mortes ou nas cavernas da Lagoa Santa. Vem do costume colonial de pregar escritos de proclamas nas portas das igrejas, de marcar com símbolos zoomorfos os sítios de caça e pesca, de assinalar os caminhos com setas, de pintar cruzeiros, estrelas, auréolas, pombos e cordeiros nas paredes das casas de oração. Ou ainda, nos nossos dias, de sinalizar ferrovias e rodovias (2001, p. 243).

Assim, podemos considerar o grafite como um processo folkcomunicacional urbano, no qual o grafiteiro seria o emissor, a mensagem seria o desenho, o código seria a categoria escolhida (letras desenhadas, stencil, etc), a parede o canal, e os vários indivíduos que compõem

a sociedade, os receptores. Teoricamente, estas manifestações foram classificadas como oriundas de grupos marginais, folclóricos. Entretanto, hoje podemos encontrar obras de grafite expostas em galerias ou mesmo como adereço nas paredes de um edifício público ou comercial. O grafite ainda é uma intervenção; o que houve foi uma aceitação pela sociedade como um movimento de arte contemporânea. De acordo com o verbete, *marginal* pode significar “à margem”, ou “à margem da sociedade ou da lei” quando se trata do indivíduo (LUFT, 1999, p. 444). Consideramos que esta expressão denota um sentido pejorativo, em desacordo com a sociedade moderna onde a tecnologia - em seus mais variados níveis - proporcionou o encontro de diversas culturas e a divulgação de informações. Até mesmo as comunidades afastadas dos grandes centros urbanos possuem um mediador; em alguns casos, um líder de opinião, que reinterpreta e propaga as informações. Enfim, definiremos como *grupos populares*, e seus eventos como *manifestações de cultura popular*. Em se tratando do grafite, *manifestações de cultura popular urbana*.

Um exemplo que apresenta claros recortes deste panorama é o projeto “Sprays Poéticos”, uma iniciativa do grupo “A Caravana”, concebida e dirigida pelo poeta Rica P, com fotografias de Beto Riginik, apoiado pela Secretaria de Estado da Cultura e exibido pelo Instituto Cultural Haroldo de Campos - Casa das Rosas, em São Paulo pelo período de 4 de julho a 4 de agosto de 2006.

No salão principal do espaço, foram expostas 21 fotografias, que registravam a sinergia existente entre trabalhos dos poetas Rica P, Paula Valéria Andrade, Cláudio Donato, Alice Ruiz e Paulo Leminski, unidos a grafites de Ozéas Duarte, Celso Gitahy, Cláudio Donato, Bete Nóbrega e Daniel Melim. A influência de Alex Vallauri sobre as intervenções de Duarte explica a escolha do stencil como técnica utilizada por todos na produção dos sprays.

Três etapas construtivas deram vida às obras. Poemas concretos sobre o município de São Paulo ou que problematisassem as minúcias das grandes metrópoles, formaram o ponto de partida. Alguns deles foram transpostos para a linguagem do grafite mediante as interpretações dos ilustradores. Com o objetivo de preservar o fundamento da rapidez e facilitar a interação entre as expressões, priorizou-se a eleição de poemas curtos. A conjugação entre o repertório do grafiteiro, a leitura das palavras por parte deste e o lugar-moldura que ambienta as imagens se transformou no material captado pelo fotógrafo Beto Riginik, que não apenas retratou o resultado da confluência de linguagens, mas registrou as singularidades componentes do universo desses grafiteiros. Os respectivos processos criativos estão inseridos em uma dinâmica *folkcomunicacional urbana*, em que elementos de expressão popular de seus artífices - uma vez que se dirigem a muitos simultaneamente - encontram o contexto metropolitano como o mais adequado e acolhedor às suas produções. A abrangência e a complexidade das mensagens

acabam por caracterizar a figura do grafiteiro como formadora de opinião, pois é fator propagador de significados e materializador imagético das contraposições urbanas:

Essa conquista de liderança está intimamente ligada à credibilidade que merece no seu ambiente e à habilidade do agente comunicador de codificar a mensagem ao nível de entendimento dos seus receptores. Em função da estrutura social discriminatória mantida em nações como a nossa, a massa camponesa, as populações marginais urbanas e até mesmo extensas áreas proletárias se comunicam através de um vocabulário escasso e organizado dentro dos grupos de significados funcionais próprios. Quando se pretende transmitir uma mensagem a essas porções de indivíduos – e, especialmente, quando a mensagem insere um novo sistema de valores e conceitos, como no caso de campanhas mudancistas – é preciso “traduzir-lhes” a idéia, adequando-a aos seus esquemas habituais de valoração. O líder de opinião tem essa capacidade: é um tradutor, que não somente sabe encontrar palavras como argumentos que sensibilizam as formas pré-lógicas que, segundo Levy Brühl, Bastide, Malinowsky e outros sociólogos, antropólogos e psicologistas, caracterizam o pensamento e ditam a conduta desses grupos sociais (BELTRÃO, 2001, p. 69-70)

Os sprays poéticos, quando transportados das ruas para o espaço privado da Casa das Rosas, acabam por representar uma nova perspectiva de comunicação, a qual abarca esta coexistência mediante o conceito de *Folkcult*. A pesquisadora Maria Isabel Amphillo Rodrigues de Souza, em seu artigo de dissertação de mestrado, define seu significado:

Folkcult: a apropriação do erudito pelo popular. Processo realizado por Ariano Suassuna, onde traz os traços da cultura popular para o meio erudito, *cult*. MARQUES DE MELO (1998, p. 189) coloca que “em consequência do fenômeno da socialização produzido pelos meios de comunicação coletiva” estão sendo demolidas as barreiras entre a *cultura de elite* e a *cultura do povo*. Quanto a este fenômeno, parece-nos mais extenso, pois atinge o rádio e a imprensa na difusão dessa cultura. Para Marques de Melo, as duas culturas mantinham-se numa posição intercomunicativa, porém, equidistante. A mistura, o hibridismo entre ambas as culturas era notório. Não se pode negar a influência de uma sobre a outra. Algumas vezes até confundimos, p.ex. se a obra Villa-Lobos faz parte da cultura erudita ou da cultura popular, ou de ambas. A cultura erudita lançou mão, muitas vezes, de experiências populares, para formar seu teatro, marcadas nas obras de Shakespeare e na literatura Ibérica (2003, p. 92).

O conceito de *Folkcult*, assim como o conceito de *Folkmídia* definido por Joseph Luyten, deriva dos elementos que compõem a teoria de Folkcomunicação:

Levando-se em consideração que os meios de comunicação de massa, desde o princípio do século XX, vêm aumentando o seu domínio e, conseqüentemente, a necessidade de observação e estudo, há necessidade de se usar de nomenclatura adequada para os diversos fenômenos que este avanço vem trazendo à tona. Entre estes, a utilização de elementos da folkcomunicação pela mídia vem se tornando objeto de estudo, especialmente nos meios acadêmicos. Uma vez que a palavra mídia (ou “media”) significa “meio”, isto é, meios, sistemas de comunicação de massa e folk (com “k”, como queria Luiz Beltrão) é abreviação passível de “folkcomunicação”, julgamos conveniente destacar o termo folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa (LUYTEN, 2002).

Voltando agora para a Mídia, veremos que (p.3) o mesmo autor, em outro momento, desloca sua reflexão para a mídia e constata nela

(...) um sistema poderoso e onipresente como tal e, além do mais, necessitado de grandes investimentos materiais e financeiros, vai procurar, na busca de recepção mais efetiva possível de suas mensagens, elementos que “**poupem tempo**”, que contenham maior teor de “experiência em comum” (para usar o termo de Wilbur Schramm) e haverá possibilidades de se recorrer aos sistemas de Comunicação Erudita e Popular. Em outras palavras, teremos os processos de Cultmídia e Folkmídia (LUYTEN, 2003, p.3).

8

Entendemos que, da mesma forma que Folkmídia, este processo não se trata apenas da apropriação do popular pelo erudito, mas também o processo contrário. Desta forma, temos dois momentos com interpretações diferentes pelos atores envolvidos. Por entendermos também que este processo se utiliza de elementos folkcomunicacionais, ou seja, que torna erudito aquilo que seria realizado como práticas cotidianas populares, acreditamos ser adequado o termo *Folkcult*.

O projeto “Sprays Poéticos” foi idealizado pelo músico paulistano Rica P que pensava em resgatar os experimentos dos grafites baseados em texto da década de 80. Durante o processo de organização foram procuradas muitas linguagens dentro do grafite, mas segundo Rica a técnica do stencil, figuras que tem por base uma espécie de molde, seria a ideal para compor a união da poesia com a imagem desenhada. Também se uniram ao projeto o Instituto

Cultural Haroldo de Campos e o fotógrafo Beto Riginik, que tem seu trabalho autoral baseado no registro de texturas dos ambientes das grandes metrópoles, como Nova Iorque, por exemplo.

Foram escolhidos poemas curtos e não seria permitido alterar a estrutura dos versos na composição da obra. Os artistas do grupo “Stencil Art”, escolhidos para o trabalho, participaram inclusive da escolha dos locais dos grafites na cidade de São Paulo. Para os grafiteiros, a escolha do local é parte do processo criativo.

Para Rica P, que também é autor de alguns poemas grafitados, todo poema curto sugere e dá espaço para outros artistas reinterpretarem. Quando associada a uma imagem o poema fica mais próximo do objetivo do autor ao escrevê-lo. Entretanto, por ser uma arte efêmera, e este é o espírito do grafite, existem dúvidas quanto à possibilidade de atingir um grande número de receptores. “O lado mais poético do grafite é justamente o desejo de atingir todas as pessoas sem distinção. Qualquer grafite é um processo comunicacional não restrito. Agora, até que ponto se consegue realizar isso deixa dúvidas, por isso considero uma utopia. Não tenho a ilusão de que possa chegar a muitas pessoas. Mesmo assim esse fato é o que dá ao grafite um tom de poesia”, defende.

Neste processo comunicacional, o fotógrafo Beto Riginik aponta como um processo híbrido, de vários filtros que irá de encontro ao repertório do receptor que recebe as várias fases de reinterpretação das mensagens contidas no grafite. O recorte da fotografia proporciona ao receptor levar um pedaço da obra para seu meio. “As pessoas estão mais voltadas para casa. Um ‘cocooning’”, classifica. Este fato possibilita que o receptor também participe indiretamente deste ciclo, criando novas possibilidades de leitura da obra. Canclini⁵ (2003, p. 19) entre as várias definições de hibridação define como “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, e se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas”. Esta hibridação permite uma mescla de diferentes culturas e, ao contrário de descaracterizar, adiciona elementos inseridos por consequência da evolução da própria sociedade levando a reinterpretar o conceito de identidade a partir das várias misturas que a edificaram:

Esses processos incessantes, variados, de hibridação levam a relativizar a noção de identidade. Questionam, inclusive, a tendência antropológica e a de um setor dos estudos culturais ao considerar as identidades como objeto de pesquisa. A ênfase na hibridação não enclausura apenas a pretensão de estabelecer identidades “puras” ou “autênticas”. Além disso, põe em evidência o risco de delimitar

⁵ Originalmente publicado na edição de 2001.

identidades locais autocontidas ou que tentem afirmar-se como radicalmente opostas à sociedade nacional ou à globalização. Quando se define uma identidade mediante um processo de abstração de traços (língua, tradições, condutas estereotipadas), frequentemente se tende a desvincular essas práticas da história de misturas em que se formaram. Como consequência, é absolutizado um modo de entender a identidade e são rejeitadas maneiras heterodoxas de falar a língua, fazer música ou interpretar as tradições. Acaba-se, em suma, obturando a possibilidade de modificar a cultura e a política (GARCIA CANCLINI, 2003, p. 23) ⁶.

Através do conceito de Folkcult podemos entender as etapas do grafite, no caso do projeto “Sprays Poéticos”, como um processo de comunicação. Todos os elementos que compõem o cenário escolhido para o grafite formam uma moldura que integra a mensagem emitida e proporcionará diferentes interpretações. Desta forma, erudito e popular se encontram e formam novos núcleos de linguagem. Estes núcleos podem ser entendidos como: 1) a poesia retratada pelo grafite; 2) o recorte do grafite pelo fotógrafo; 3) as fotos expostas na galeria de arte; 4) as fotos adquiridas pelo público que irão fazer parte de seu universo pessoal. Todo este contexto cria, além de um movimento da mensagem, uma interatividade entre todos os atores envolvidos desde o primeiro estágio.

10

O entendimento mais aplicado ao grafite, portanto, é de processo comunicacional, dadas às características expostas acima. Desde a concepção do poema, até a absorção por parte do espectador, os sprays exercem uma função que transcende a condição de simples produto. São capazes de transitar e se apropriar de várias formas de cultura para construir sua mensagem, que por sua vez, não é algo fechado, pois esta disponível para a construção de outras posteriores.

Considerações Finais

Considerando a metrópole como um local democrático, com diferentes manifestações culturais, entendemos que o grafite é parte integrante do processo comunicacional das grandes cidades. O grafite representa a arte que surge do concreto, a intervenção em cores. Quando feita uma releitura em dois momentos diferentes, – fotografia e a exposição dos recortes na galeria – como no caso do Sprays Poéticos, o grafite “reinventa” a poesia, criando novas possibilidades de interpretação, passando a ser contemplado por novos grupos que podem integrar ou não a urbe. Por fim, o grafite deixa de ser “marginal” e torna-se erudito.

⁶ Originalmente publicado na edição de 2001.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares e informação de fatos e expressão de idéias*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- GARCIA CANCLINI, Nestor. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.
- GITAHY, Celso. *O que é Graffiti*. São Paulo: Braziliense, 1999.
- JORNAL DO BRASIL. *Jornal do Século*. Disponível em: <<http://jbonline.terra.com.br/jseculo/1968.html>>. Acesso em: 02 Set. 2006.
- LEFEBVRE, Henri. *O direito à cidade*. São Paulo: Documentos, 1969.
- LONGHI, Raquel Ritter. *Intermídia, ou para entender as poéticas digitais*. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/2002/np07/NP7LONGHI.pdf>>. Acesso em: 30 ago.2006.
- LUFT, Celso Pedro. *Minidicionário Luft*. 18 ed. São Paulo: Ática, 1999.
- LUYTEN, Joseph M. “Folkmídia: uma nova visão de folclore e de Folkcomunicação”. Trabalho apresentado no *V Folkcom*, Santos-SP, maio de 2002.
- LUYTEN, Joseph M. “A função e a utilidade da folkmídia.” Trabalho apresentado no *VI Folkcom*. Santos, março de 2003.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. *Circuitos dos jovens urbanos. Tempo soc.* São Paulo, v. 17, n. 2, 2005. Disponível em : <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702005000200008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 03 Set 2006.
- PAULON, Simone Mainieri. *A análise de implicação com ferramenta na pesquisa-intervenção. Psicol. Soc.*, Porto Alegre, v. 17, n. 3, 2005. Available from: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822005000300003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 02 Set 2006.
- MASSON, Maximo Augusto Campos. “O Ópio e o Real.” In *Revista Cult.* n.88. Ano 7. São Paulo: Bregantini, 2005. p. 49
- RODRIGUES DE SOUZA, Maria Isabel Amphillo. “A indústria cultural e a Folkmídia.” In *Revista Internacional de Folkcomunicação*. N. 1. 2003, p. 81-93.
- SOUZA, Luiz Alberto Gómez de. *Um país dinâmico, um pensamento claudicante*. Estud. av., São Paulo, v. 14, n. 40, 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142000000300009&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 02 Set 2006.
- XAVIER, Marcelo. *Paris, maio de 1968*. Disponível em: <<http://www.rabisco.com.br/18/paris1968.htm - 2003>>. Acesso em: 02 Set. 2006.