GRAFFITI DIGITAL NAS REDES SOCIAIS: OS FILTROS DO *INSTAGRAM* E OS TRABALHOS DE GRAFITEIRAS

Fernanda de Façanha e Campos[1]
Frederico Braida[2]
Antonio Colchete Filho[3]

Palavras Chave: *Graffiti digital*, *Instagram*, *Instagram Stories*, Filtros, Mulheres no *Graffiti*

1. Introdução

O *graffiti* digital, tema debatido anteriormente em Campos e Braida (2021) e Campos, Braida e Colchete Filho (2022), une temáticas referentes ao urbano e ao digital, sendo uma forma de intervenção que utiliza da linguagem de rua também no virtual. Campos (2012, p. 545) considera o *graffiti* uma linguagem comunicacional, que possui agentes próprios, que dominam uma linguagem e seguem códigos e convenções estilísticas.

Silva (2014, p. 13) percebe que o *graffiti* atual possui com novas estratégias em sua composição, em comparação aos de 1960, associado às recentes manifestações de arte, presentes em muros físicos e virtuais. Sobre as relações que se têm ao virtual, Recuero (2012, p. 2) explica sobre as redes sociais na internet, que de forma *online* mostram aspectos dos atores sociais e afirma que as conexões entre os atores são marcadas por ferramentas. Segundo Zandavalle (2018, p. 80), o *Instagram* é uma rede social que possui uma cultura altamente visual, que comunica através de imagens, com o uso de *hashtags*.

[1] Doutoranda em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Juiz de Fora; participa do Grupo de Pesquisa Leaud - Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões na Arquitetura, no Urbanismo e no Design. E-mail: fernanda.facanha@estudante.ufjf.br. Possui bolsa CAPES em vigor.

[2] Professor Associado do Departamento de Projeto, Representação e Tecnologia da Arquitetura e Urbanismo; Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora. Doutor em Design; líder do Grupo de Pesquisa Leaud - Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões na Arquitetura, no Urbanismo e no Design. E-mail: frederico.braida@ufjf.br.

[3] Professor Titular do Departamento de Projeto, História e Teoria da Arquitetura e Urbanismo; Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Ambiente Construído, Universidade Federal de Juiz de Fora. Doutor em Ciências Sociais; líder do Grupo de Pesquisa Ágora. Bolsista de Produtividade 2 - CNPq. E-mail: antonio.filho@ufjf.br.

Com isso, observa-se que os filtros podem também ter um uso no *graffiti*, servindo como uma forma de divulgação de *tags*, trabalhos e grafiteiros. O tema proposto nesse trabalho estabelece-se acerca do debate sobre as apropriações do *graffiti* digital nas redes sociais, empregados como filtros do *Instagram*, utilizados no *Instagram Stories*, a partir de uma pesquisa expedita caracterizada como de natureza exploratória. Como referencial teórico, Recuero (2012), Santaella e Lemos (2010), Hochman e Manovich (2013) e Fantoni (2017) subsidiam parte das discussões sobre os temas tratados.

Para isso, realizou-se buscas no ícone "pesquisar" filtros do *Instagram Stories*, tendo como base os perfis citados nas legendas das publicações feitas pelo perfil *Graffiti Queens*, em 2022, no total de 101 publicações, a fim de encontrar possíveis filtros já feitos por grafiteiras, entendendo a disposição deles com o uso do *graffiti* no *Instagram Stories*.

A questão para ser respondida neste trabalho é: quais características de *graffiti* digital são apresentadas mais recorrentemente nos filtros do *Instagram Stories* feitos por grafiteiras?

2. O *Instagram* como plataforma de divulgação: o uso do *Instagram Stories* e seus filtros

Fantoni (2017, p. 14) explica que o *Instagram Stories* são fotografias e vídeos que podem ser visualizados em até 24h. Dentro dessa ferramenta há os filtros, que são criados pelos próprios usuários do *Instagram* e podem alterar as imagens. Conforme o *Instagram* (2022), o *Instagram Stories* é um local que pessoas e empresas podem compartilhar conteúdos em formatos curtos, tanto imagem quanto vídeo, que desaparecem após 24h postados.

Hochman e Manovich (2013, *online*) concluem que a interface do *Instagram* possibilita o usuário ter o objetivo secundário de representar uma nova forma de experiência visual coletiva, unindo criativamente o antigo e o novo, local e global (HOCHMAN; MANOVICH, 2013, *online*, tradução nossa).

Conforme Montardo e Prodanov (2021, p. 266), a criação dos filtros no *Instagram Stories* passou a ser permitida para ser realizada por qualquer usuário a partir de 2019. Dentro desse meio de produção de conteúdo para as redes sociais, muitas vezes composto por influenciadores relacionados à moda, beleza e vida *fitness*, liga-se a imagem da mulher apenas ao universo da produção estética. As redes sociais englobam muitos tipos de cultura e expressão: uma rede é composta de "séries heterogêneas de elementos

animados e inanimados, conectados e agenciados" (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 32).

Nessa perspectiva, têm-se diferentes movimentos dentro das redes. O *Instagram*, como principal rede de análise neste trabalho, também é um espaço que mulheres grafiteiras têm mostrado sua produção. Para isso, elas também criam seus próprios filtros no *Instagram Stories*, valendo-se, em diversos casos, da sua própria arte.

3. O *graffiti digital* nos *stories*: a produção feminina

Com o intuito de procurar filtros variados feitos por mulheres grafiteiras, realizou-se uma busca a partir dos nomes de perfis marcados nas legendas das publicações do perfil *Graffiti Queens* (@graffitiqueens)[4], grupo focado em publicar *graffitis*, festivais e trabalhos desenvolvidos por mulheres. Essa pesquisa foi realizada com acesso no dia 20 de novembro de 2022, em 101 publicações do perfil *Graffiti Queens*. Todos os nomes marcados nas legendas das 101 postagens do perfil foram buscados na ferramenta de pesquisa dos filtros do *Instagram Stories*. Com isso, foram encontrados 16 filtros, conforme a tabela a seguir, dividida de acordo com o nome do perfil, o *link* da publicação que esse perfil está citado no *Instagram* @graffitiqueens, os filtros encontrados com o nome do perfil buscado, os filtros que foram criados pelo próprio perfil e a interatividade que os filtros criados pelo perfil buscado possuem.

[4] Disponível em: https://www.instagram.com/graffitiqueens/. Acesso em: 20 nov. 2022.

Quadro 1: estruturação da busca de filtros no *Instagram* @graffitiqueens

Nome do perfil buscado	**Link da publicação**	**Filtros encontrados**	**Filtros criados pelo perfil**	**Interatividade do filtro**
@efegodoy	https://www.instagram.com/p/Cih4qpErtkA/	2 filtros "Brabuleta" e "seja fada"	2	"brabuleta": borboletas ao redor do rosto "seja fada": background de natureza e asas de borboleta
@anna.conda.art	https://www.instagram.com/p/Cb-GobcrRTN/	1 filtro "Anaconda"	1	Flores como brincos, detalhes de maquiagem nos olhos e cobra na cabeça
@ruawalls	https://www.instagram.com/p/CaPke8kLwlf/	10 filtros "NaRua", "VINI", "MUK", "Mariê", "Rua*Walls_Muk", "Rua*Walls_SRC", "Rua*Walls_Vini", "Rua*Walls_Amora", "Rua*Walls_Mariê" e "Na*Rua01"	4 "NaRua", "VINI", "MUK" e "Mariê"	Interatividade com a rua, menos "Na rua" que coloca o usuário na frente dos murais
@lubicalho.art	https://www.instagram.com/p/CZeTO4FrEve/	1 filtro "Solar/ Lunar" criado por @flickrogerio	0	Interatividade com o mural
@mariana.motoko	https://www.instagram.com/p/CYjrmLOrY9B/	2 filtros "La Danza" e "La Guerreira RA criado por @yosoy.noj	1 "La Danza"	Interatividade com o mural

Os filtros dos perfis @ruawalls, @lubicalho.art e @mariana.motoko têm interação direta com o mural, ou seja, apresentam movimento, interação na tela a partir do contato do filtro com o *graffiti* no muro, configurando-se como um *graffiti* digital, como analisamos anteriormente (CAMPOS; BRAIDA, 2021), por apresentar traços do *graffiti* tradicional e do meio digital. Ao testar o filtro ou ver o teste no próprio vídeo de amostra, pode ser visualizado a interação que o filtro permite.

O perfil @ruawalls é referente a um projeto de requalificação urbana que acontece no Rio de Janeiro. Os graffitis digitais que aparecem nos filtros criados por eles; "NaRua", "VINI", "MUK" e "Mariê"; apenas "Mariê" referente aos *graffiti* de uma mulher, Mariê Balbinot (@mariebalbinot).

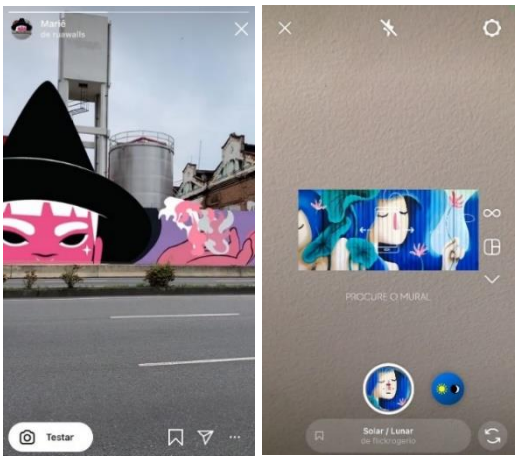

Figura 1: *Graffitis* digitais das artistas Mariê Balbinot Lu Bicalho. Fonte: *Instagram* @ruawalls[5] e @flickrogerio[6]

Os filtros, ao serem abertos para teste, exibem a imagem que deveria ser sobreposto a ele, como mostrado na figura 2 no *graffiti* digital da grafiteira Lu Bicalho.

4. Resultados e discussão

A fim de encontrar filtros de *graffitis* digitais feitos por mulheres grafiteiras, descobriu-se algumas características relevantes relacionadas ao cenário das mulheres no *graffiti* digital. Os filtros do *Instagram Stories* possuem características referentes ao *graffiti* digital em que a principal delas é a interatividade do *graffiti* com o filtro, que acrescentam elementos à pintura do muro

Para realizar os filtros no *Instagram Stories*, as iniciativas podem ser diversas. Nos exemplos trazidos, alguns deles foram criados por terceiros, perfis de pessoas ou eventos, como o exemplo do *graffiti* digital da Lu Bicalho e do projeto Rua *Walls*. Apesar disso, os perfis referentes às mulheres artistas, como Efe Godoy e Anna Conda, são os próprios criadores do filtro.

5. Considerações finais

Conclui-se que há uma tendencia de expansão do graffiti para as redes, agregando assim grafiteiros, eventos e novos cenários dentro da realidade das redes. A participação feminina neste universo em expansão, tem ampliado as possibilidades da atuação delas nas ruas, ou seja, além de participarem nas ruas, as redes sociais também abrem espaço para atuação e organização dos movimentos de grafiteiras.

[5] Disponível em: https://www.instagram.com/ruawalls/. Acesso em: 20 nov. 2022.
[6] Disponível em: https://www.instagram.com/flickrogerio/. Acesso em: 20 de nov. 2022.

Referências:

CAMPOS, F. F. e; BRAIDA, F. Do graffiti ao graffiti digital: Novas Espacialidades Dessa Linguagem. In: XIV Simpósio Nacional da ABCiber, 14, 2021, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, 2021. Disponível em: https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/abciber14/schedConf/presentations Acesso em: 20 nov. 2022.

CAMPOS, F. F.; BRAIDA, F.; COLCHETE FILHO, A.. O graffiti digital e a cidade: uma investigação sobre as intervenções digitais feitas nas cidades brasileiras durante a pandemia de covid-19. In: ENCONTRO VIRTUAL DA ABCIBER 2022, 3, 2022, São Paulo. **Anais [...].** São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, 2021. Disponível em: https://abciber.org.br/simposios/index.php/virtualabciber/Vitual2022/schedConf/presentations. Acesso em: 20 nov. 2022.

CAMPOS, R. A pixelização dos muros: graffiti urbano, tecnologias digitais e cultura visual contemporânea. **Revista FAMECOS**: mídia, cultura e tecnologia, v. 19, n. 2, p. 543- 566, 2012.

FANTONI, A. **Autorrepresentação de Adolescentes Porto-Alegrenses no Instagram**. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2017.

HOCHMAN, N.; MANOVICH, L. Zooming into an Instagram city: reading the local through social media. **First Monday**, Chicago, v. 18, n. 7, jul. 2013. Disponível em: http://manovich.net/content/04-projects/084-selfiecity exploring/selfiecity_chapter.pdf

Acesso em: 18 nov. 2022.

INSTAGRAM. Disponível em: https://business.instagram.com/instagram-stories. Acesso em: 18 nov. 2022.

MONTARDO, S. P.; PRODANOV, L. S.. Filtros embelezadores no *Instagram Stories*: pistas iniciais sobre a plataformização da beleza. **Revista Logos**: comunicação e universidade, v. 28, n. 2, p. 259-274, 2021.

RECUERO, R. "A Rede é a Mensagem: Efeitos da Difusão de Informações nos sites de Rede Social". In: VIZER, E. (org). **Lo que Mcluhan no previó.** 2012. Publisher: Editorial La Crujía

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais:** a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.

SILVA, A. **Atmosferas urbanas**: grafite, arte pública, nichos estéticos. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2014

ZANDAVALLE, A. C. Análise de dados visuais no Instagram: perspectivas e aplicações. In: SILVA, Tarcízio; BUCKSTEGGE Jaqueline; ROGEDO Pedro Rogedo. **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais**. Brasília: IBPAD, 2018.