

**ETEC MACHADO DE ASSIS  
CAÇAPAVA/SP**

**TECNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**GRAFITE E O IMPACTO NAS MÍDIAS DIGITAIS  
E A VALORIZAÇÃO DA ARTE URBANA**

Ana Clara Soares de Lima

Ana Julia Fernandes dos Santos

Anna Lívia Faria Gonçalves

Anna Luíza Kebim Monteiro

Daniela Sayuri Salvador Miyasato

Gabrielly Rosa Alves

Orientadora: Professora Sonia Meire Lorena Soares Fonseca

**RESUMO**

O presente estudo surgiu da necessidade de compreender e evidenciar o papel das artes de rua, intituladas como expressões artísticas que acontecem no meio urbano, contribuindo para criar uma identidade mais atrativa e capaz de movimentar a economia local, focando especialmente no grafite, na sociedade e na forma como ela o percebe. Para alcançar esses objetivos, foram realizados diversos estudos e pesquisas que se aprofundaram principalmente no grafite, mas também em áreas complementares, como economia criativa, fotografia e até redes sociais, visto que estas desempenham um papel fundamental na comunicação da geração atual. O grafite sempre será uma forma legítima de expressão e, quanto mais pessoas compreendem sua importância, mais oportunidades surgem para aqueles que fazem dos traços sua vida. Assim, a questão central torna-se a valorização da arte urbana por diferentes meios, como mídias e exposições, a fim de combater a falta de oportunidades e os preconceitos que afastam as pessoas da arte.

Palavras-chave: Grafite. Arte de rua. Pixação. Visibilidade. Valorização.

## **ABSTRAT**

This study arose from the need to understand and highlight the role of street art, especially graffiti, in society and how society perceives it. To achieve these objectives, several studies and research projects were carried out, focusing mainly on graffiti, but also on complementary areas such as the creative economy, photography, and even social media, given that these play a fundamental role in the communication of the current generation. Graffiti will always be a legitimate form of expression, and the more people understand its importance, the more opportunities arise for those who make a living from art. Thus, the central issue becomes the appreciation of urban art through different means, such as media and exhibitions, in order to combat the lack of opportunities and prejudices that distance people from art.

**Keywords:** Graffiti. Street art. Tagging. Visibility. Appreciation.

## **1 INTRODUÇÃO**

Na ciência social conhecida como administração, que se expande nos estudos e ações sobre as tomadas de decisões de maneira mais eficiente sobre os recursos disponíveis e na meta de atingir os objetivos com e através do trabalho de pessoas, se encontra diversas áreas atuantes ganhando forças nos dias de hoje, principalmente no que se diz a respeito do online. O marketing digital vem atuando como um conjunto de estratégias e ações que vêm divulgando pelo ambiente online sua capacidade de levar à diversas pessoas produtos, marcas, serviços e artes, afinal, muitos artistas usam as mídias digitais para conseguirem fazer com que as pessoas conheçam seus trabalhos e, assim, consigam levar suas obras e criações mais longe.

Uma das artes que apresentam maior destaques nos últimos anos vem sendo a arte de rua que se designa como movimento artístico de manifestação nos lugares públicos, transformando diversas ruas em telas e palco de expressões, como vemos no movimento do grafite nas ruas brasileiras, sendo usado como movimento para realização de expressões e críticas sociais através de uma caligrafia mais elaborada e complexa, que conta com o suporte em espaço público.

Assim, partido de um trabalho proposto pelo professor Paulo Pina na matéria de artes para a turma no primeiro ano do curso (2023), desenvolvemos a ideia de criar um movimento na escola ETEC Machado de Assis para trazer a visibilidade as artes de rua, principalmente o grafite, através da utilização do aprofundamento em estudos

da cultura e sua história. Esse movimento tem como missão criar uma ação exclusiva no espaço escolar, onde jovens artistas desse estilo de arte tenham uma oportunidade de mostrar suas habilidades e talentos para a toda comunidade, pois, conforme explica COSTA (2007) nos dias de hoje, mesmo com tanto avanço e mudanças, o conceito e estética da arte de rua ainda sofre um grande preconceito de diversos públicos. Onde o grafite, por exemplo, ainda é frequentemente confundido com a pichação, e assim acabam, na maioria das vezes, por rejeitar e não dar espaço para conhecer sua história e seu significado.

O projeto apresenta como questão orientadora ao problema a utilização de como trazer visibilidade a arte de rua, em especial o grafite, para os alunos da ETEC Machado de Assis.

Os objetivos serão divididos pelo geral que consiste na Promoção dos movimentos para valorização da arte de rua na instituição escolar e os específicos que serão efetuar uma oficina com os alunos para promover a cultura urbana e desmistificar o preconceito em relação a arte de rua e grafite. Realizar a pintura de uma arte em uma parte do ambiente escolar para trazer visibilidade da arte e criar uma exposição das possibilidades de produtos criados com a estampa do grafite com as fotos das artes da cidade, além de mover uma parte prática na feira.

O presente trabalho pretende trazer uma importante visibilidade para as artes de rua, focando principalmente no grafite, além de uma compreensão da diferença entre o Grafite e a pichação, pois a falta de contato com essas informações pode trazer às pessoas preconceito e dificuldade em conseguir espaços para que essa arte seja exposta, como mostram dos dados obtidos por pesquisa de uma matéria publicada pelo jornal Portal Redação RMC em 2024, que destacou a forma como o grafite e a pichação estão presentes em cidades, onde carregam muitas histórias e também significados distintos. Nessa matéria jornalística, se pode entender também a diferença dos termos sobre o grafite ser uma expressão artística legítima, enquanto a pichação enfrenta uma resistência tanto social quanto legal. Assim, a matéria acima destaca que 60% (sessenta por cento) dos brasileiros acham que o grafite é uma expressão artística, e que apenas 20% (vinte por cento) apresentam a mesma visão sobre a pichação, o que torna mais difícil não só o conhecimento essa arte, mas também a valorização dos artistas que trabalham com elas, trazendo assim a importância desse tema ser visto e desenvolvido.

Tornando possível o trabalho apresentado, no que se refere às questões como pesquisa e coleta de dados, pois o tema desenvolvido vem ganhando destaque ao longo dos anos em que se diz respeito a estudos e pesquisas e com uma conversa com a coordenação escolar, a possibilidade da exposição e realização da arte no ambiente cedido irá trazer ao fim, um movimento viável ao ambiente escolar proposto.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **Marketing Digital**

Os avanços da tecnologia levam as empresas a usarem novos métodos de comunicação adotando mídias em massa, que as permitem se comunicar de forma direta com seus clientes e seus possíveis clientes. (A. SILVA e F. SILVA, 2023)

Yadav, Joshi e Rhaman (2015) com tecnologias de localização é possível rastrear os dispositivos das pessoas e isso permite empresas a mandarem mensagens e notificações em horários e locais específicos. Esse é um serviço avançado e incentiva ao consumo (Tradução livre do Inglês).

Gensler e Rangaswamy (2025) as mídias digitais podem mudar características e aspectos dos serviços e produtos e o que esses aspectos significam para as empresas e para o público. (Tradução livre).

Biemans e Malshe (2024) Ferramentas digitais tornam os processos produtivos mais fáceis e agilizam a divulgação dos produtos e serviços. (Tradução livre).

Biemans (2023) Mensagens instantâneas e feedbacks são muito úteis para o marketing em si ou tirar dúvidas rapidamente, o que promove o trabalho em equipe e atendimento ao cliente. (Tradução livre).

### **Arte de rua / Grafite:**

No início do século XXI, Lisboa passou a investir mais nas indústrias culturais e na economia criativa. A arte urbana, nesse contexto, começou a ser valorizada como ferramenta de promoção turística e requalificação urbana. O plano estratégico “Lisboa 2012” defendia o uso da cultura para impulsionar o desenvolvimento da cidade, apoiando iniciativas criativas e inovadoras. A arte de rua, ao ser institucionalizada, contribui para criar uma identidade urbana atrativa, capaz de movimentar a economia local. (ROSSEAU 2008; ÁBALOS JÚNIOR 2021).

Avramidis (2016) As práticas de grafite e arte de rua são amplamente debatidas, despertando tanto fascínio quanto controvérsia, sendo vistas por alguns como vandalismo e por outros como expressão artística ou política. Estudos recentes têm buscado ultrapassar descrições superficiais, enfocando as tensões e os debates que envolvem essas manifestações, além de explorar como elas se relacionam com as transformações urbanas e metodologias de pesquisa inovadoras. (Tradução livre)

Bonadio (2022) Diversos comentaristas destacam que o grafite e a arte de rua são formas participativas, permitindo que qualquer pessoa altere ou complemente as obras, o que é visto como parte de um "diálogo de design" urbano. Essas obras não devem ser consideradas finalizadas, pois precisam de constante mudança para manter sua autenticidade. A preservação dessas artes, como proteger com materiais, é vista como prejudicial, pois interrompe o diálogo e transforma a obra em um "bem cívico" ou uma mercadoria cultural, o que vai contra a efemeridade e o convite à interação que a arte de rua oferece. (Tradução livre)

Mcauliffe e Iveson (2011) O grafite associado ao hip hop é frequentemente compreendido como um dos elementos de uma cultura mais ampla que também envolve o rap e a dança. Existem, ainda, outras manifestações do grafite, como as de cunho político, os desenhos em banheiros públicos, os de caráter racista ou ligados a gangues, além das expressões mais recentes da arte urbana, como colagens e adesivos. Tanto o grafite do hip hop quanto a arte urbana foram fundamentais para a difusão do grafite como forma cultural em escala global, criando conexões entre estilos praticados em diversas cidades ao redor do mundo. (Tradução livre)

O grafite, atualmente integrado ao cotidiano dos espaços urbanos, especialmente em grandes cidades ao redor do mundo, é reconhecido como uma expressão artística que desafia os padrões estéticos tradicionais de percepção e compreensão da arte. Além disso, observa-se que essa forma de manifestação está ganhando destaque em diversos espaços culturais, incluindo o meio acadêmico, onde tem provocado debates entre artistas, críticos e entusiastas da arte. (BLAUTH, POSSA. 2013).

O ser humano precisa do espaço para afirmar sua existência, sendo que as construções realizadas refletem o lugar que ocupamos no mundo, e a maneira como organizamos as cidades revela nossa concepção de espaço. Esse espaço está intimamente relacionado à nossa identidade social e individual, e qualquer intervenção nele busca adicionar ou retirar elementos que impactam diretamente os indivíduos

que nele vivem. Assim, desrespeitar o espaço equivale a desrespeitar ideologias, e interferências no espaço coletivo têm como objetivo provocar mudanças no pensamento humano. (HONORATO, 2008)

No Brasil, incluindo sua capital, o apoio ao grafite tem se tornado cada vez mais evidente. A criação de programas que utilizam essa expressão como forma de arte, meio de capacitação e ferramenta de comunicação reforça a mudança na percepção sobre o grafite, que já não é mais amplamente associado ao vandalismo.

(LOPES, 2011)

Ao analisar a história do grafite no mundo, especialmente no contexto brasileiro, percebe-se que essa forma de arte é frequentemente incompreendida. A distinção evidente entre o grafite e o picho, que ainda predomina no Brasil, tende a gerar polêmicas e preconceitos, resultando na desvalorização do grafite em determinados segmentos da sociedade. Essa manifestação artística, muitas vezes associada a comunidades menos favorecidas em termos de educação ou, paradoxalmente, às mais instruídas, surgiu após o picho, trazendo cor e clareza às mensagens visuais, além de maior aceitação social devido ao seu caráter marcadamente artístico. (MOREIRA, 2016)

Nas periferias das grandes cidades, o grafite se apresenta não apenas como uma forma de escapar de uma realidade social desigual e difícil, mas também como um meio de denúncia, onde o uso do spray se assemelha a um grito de protesto. A potência de sua estética e de suas temáticas contribuiu para que essa expressão artística conquistasse espaço e reconhecimento, sendo vista por muitos como um símbolo de transformação social e distanciando-se da ideia de arte marginal. (SOUZA, BLANCO, 2020)

## **Redes sociais**

Hoje em dia as Mídias ou Redes Sociais impactam profundamente a sociedade, e já é considerada fundamental no Marketing Digital. Entretanto a criação de um site para a corporação não é dispensada. (GOMES 2015, MORAIS 2013)

As redes sociais atualmente passaram a ser compreendidas como oportunidade de melhorar a interação entre as pessoas, oferecendo ainda um vultoso espaço personalizado, de acordo com os ajustes e particularidades que cada plataforma possui. (PORTUGAL, DE SOUZA 2020)

As Redes Sociais e os meios digitais de comunicação afetam intensamente os valores sociais, transformando aparências em status e idealizando uma 'vida perfeita'. Essa alteração de valores, ainda que em continua mudança, pode se transformar em fonte de sofrimento, tendo em vista que somos diretamente expostos a um esteriótipo de beleza e modo de viver difícil de se alcançar, o que pode vir a gerar mal-estar. (SILVA, JAPUR, PENAFORTE 2021)

### **Exposição**

Para atingir esses objetivos, ao longo do processo de curadoria, foi identificada a relevância de desenvolver uma experiência sensorial, capaz de instigar os sentidos e convidar o público a vivenciar a exposição de forma mais imersiva e significativa. (GIOVANAZ, FARIA 2021)

Tirando como primeira vantagem e a mais importante das exposições segundo os defensores vai consistir em um crescimento formidável no nosso comercio exterior. As exposições vão ser meios práticos aos industriais de revelar os processos que atingiram e também de afirmar sua superioridade. (SANTOS, 2013)

Criando um legado centralizado do entusiasmo através da classificação e pelo conhecimento enciclopédico do século XVII, os museus são espaços para articulações através do olhar dos naturalistas, pois se transforma de gabinetes onde á curiosidade em instituições de produção de conhecimento aparecendo alterando-se com elas os seus objetivos programas de investigação, métodos de coleta, armazenamento e exposição de coleções Lopes. (MARANDINO, 2001)

Atualmente, com a crescente diluição das fronteiras entre o conteúdo e o espaço expositivo, as exposições passam a ser concebidas como experiências imersivas, com forte caráter cenográfico e atmosférico. O discurso expositivo torna-se mais aberto e não linear, enquanto o espaço assume uma função performativa e contextual. Nesse modelo curatorial, o visitante é convidado a assumir um papel mais ativo e participativo, contribuindo para a construção de sentido e exercendo maior autonomia na fruição da exposição. (OUTINHO, TOSTÕES 2014)

### **Economia criativa:**

A economia criativa pode ser definida como uma estratégia que integra cultura e economia, onde se utiliza a criatividade como motor para o desenvolvimento socioeconômico. Baseando na propriedade intelectual e nas tecnologias da

informação, buscam trazer inovação, sustentabilidade e diversidade cultural, que são elementos reconhecidos internacionalmente como fundamentais para o fortalecimento das economias locais. (SALLES, 2022)

O termo Economia Criativa foi popularizado através do jornalista Peter Coy em 2000, onde se destacava o papel das empresas na economia baseada no conhecimento. Contudo, suas origens estão na Austrália de 1994, com o projeto Creative Nation, que buscava a valorização dos patrimônios culturais e nacionais ao incentivar setores ligados às novas tecnologias. O projeto conseguiu assim, definir áreas prioritárias para incentivo, como artes, design, literatura, música, audiovisual, patrimônio histórico e turismo cultural, integrando cultura e inovação como motores do desenvolvimento econômico e social (HOWKINS, 2001. SERRA, FERNANDEZ 2014).

A economia criativa e o desenvolvimento sustentável estão ligados pela valorização do ser humano ao uso da criatividade como recurso para enfrentar desafios como a pobreza. Este estudo analisa a produção científica sobre essa relação entre 2001 e 2022, por meio de pesquisa exploratória, quanti-qualitativa e bibliométrica em bases como Web of Science e Scopus, com apoio do VOSviewer. Os resultados mostram a configuração do campo de estudo, os desafios existentes e contribuem ao propor um framework, sintetizar descobertas e oferecer diretrizes para futuras pesquisas em áreas como Administração, Economia e Gestão Social e Ambiental (ALVES, 2025).

### **Fotografia:**

Após séculos de dúvidas no que se diz a respeito se a arte pode ser tecnológica, a fotografia não se cessa em realizar em via de ocupação um lugar central na arte legítima, onde se muda profundamente cada campo sendo ele da arte, fotografia ou imagens (ROUILLÉ, 2009, p. 199)

Além de que a fotografia tem o poder de transmitir os dados visuais que os olhos podem não perceber, mas como o cérebro os desenvolve, como um produto intelectual acabado. Por isso a sua linguagem está mais habituada com as imagens mentais do que os dados puramente óticos. Pois além de que ela conta fortemente como memórias e a reconexão da forma (MUNIZ, 2007 P. 21, 22).

Mesmo não partindo da natureza de um documento, cada fotografia contém, no entanto, um valor documental. Pois mesmo não sendo fixo ou absoluto, deve ser apreciado na sua variedade em âmbito do regime de verdade, pois seu valor baseia-



se em seu dispositivo técnico, mas não é garantido por ele, afinal, varia em meio às condições de recepção da imagem que existe (ROUILLE, 2009, P.27-28).

### **3 METODOLOGIA**

A pesquisa é classificada de natureza aplicada, pois irá estudar, aprofundar e explorar o grafite visando entender e trazer visibilidade para sua importância na ETEC Machado de Assis.

Quanto a abordagem do problema a pesquisa é qualitativa e quantitativa, pois irá demonstrar através de vários autores e pesquisas como a arte de rua interfere no ambiente escolar em que estamos, tanto pelo lado positivo como negativo.

O objetivo do projeto é exploratório, pois através do levantamento bibliográfico proporcionou maior familiaridade com o tema; descritivo, porque descreveu a relação deste com o ambiente em questão e explicativo por demonstrar a aplicação de uma ferramenta em tal local, de forma mais atual.

Os procedimentos técnicos utilizados foram: bibliográfico, estudo de caso, pesquisa ação e pesquisa participante, pois baseou-se em materiais já elaborados, em especial revistas, artigos e livros científicos, assim como, estudo profundo de um fenômeno, envolvimento direto das partes envolvidas para a resolução de problemas e propostas e participação nas soluções.

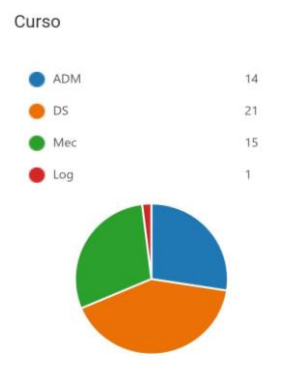
Quanto a linha de trabalho, esta pesquisa é dedutiva, porque através do estudo sobre arte de rua e grafite, foi possível conhecer os problemas enfrentados pelos artistas que trabalham com esses estilos em relação ao preconceito e a dificuldade de oportunidade para se expressarem, confirmando com isso as hipóteses levantadas neste trabalho.

### **4 DESENVOLVIMENTO**

A partir de todo o estudo e pesquisa desenvolvidos ao longo da realização do trabalho, entende-se que o ambiente escolar como meio de ensino traz a disposição dos ensinamentos de diversas áreas não só na formação em áreas acadêmica, mas também na formação de entendimento o que forma a sociedade e os indivíduos dela como a cultura, ideologias e gostos. Assim como escrito no plano estratégico “Lisboa 2012” defende o uso da cultura para impulsionar o desenvolvimento da cidade, apoiando iniciativas criativas e inovadoras.

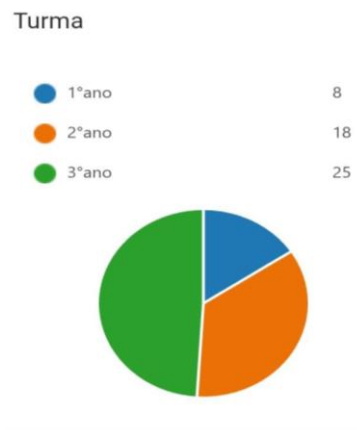
A arte de rua, ao ser institucionalizada, contribui para criar uma identidade urbana atrativa, capaz de movimentar a economia local. pois, como escrito por Honorato, no ano de 2008 “O ser humano precisa do espaço para afirmar sua existência, sendo que as construções realizadas refletem o lugar que ocupamos no mundo, e a maneira como organizamos as cidades revela nossa concepção de espaço. Esse espaço está intimamente relacionado à nossa identidade social e individual, e qualquer intervenção nele busca adicionar ou retirar elementos que impactam diretamente os indivíduos que nele vivem. Assim, desrespeitar o espaço equivale a desrespeitar ideologias, e interferências no espaço coletivo que têm como objetivo provocar mudanças no pensamento humano” assim o grafite é um meio que o artista reafirma suas emoções, crenças e identidades em diversos ambientes. Nesse contexto foi realizado uma pesquisa de campo com 51 alunos da ETEC Machado de Assis com o intuito de avaliar o conhecimento dos alunos sobre a arte de rua e o seu poder transformação na economia.

Gráfico 1



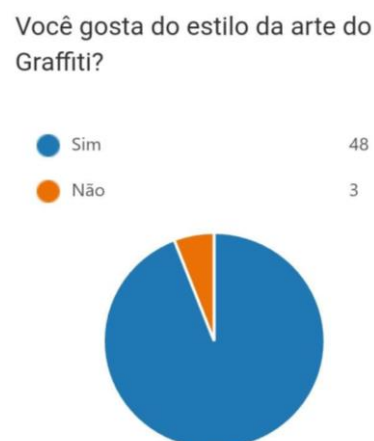
“A primeira pergunta do gráfico fala sobre qual curso os estudantes da ETEC estão cursando sendo as opções administração, desenvolvimento de sistema, mecânica e logística”

Gráfico 2



“A segunda pergunta aborda qual ano os estudantes estão cursando no momento que o formulário foi respondido com as opções sendo primeiro, segundo ou terceiro ano do ensino médio”

Gráfico 3



“A terceira foto é referente a pergunta se os alunos gostam do estilo de arte que está sendo abordado pelo grupo nesse caso sendo o grafite com as opções de sim ou não”

Gráfico 4

Você sabe fazer esse tipo de arte?



“A quarta e última pergunta fala sobre quantos alunos sabem fazer esse estilo de arte no qual as respostas variam entre sim, eu sei e não sei”

Ao vermos que muitas pessoas gostam desse estilo de arte e algumas até sabem fazê-las o grupo se preocupou em como trazer visibilidade de arte de rua, em especial o grafite para os alunos da ETEC Machado de Assis , pois ao entender que muitas vezes por mais que conhecida pelo público, a arte do grafite tem dificuldade em relação a sua valorização, principalmente com artista menores que enfrentam complicações de encontrarem lugar para se expressarem, por conta dos julgamentos que ainda acontece levando muitas vezes pela visão que a confundem com pichação e a criminalizam, enquanto no ambiente da escola existem pessoas que muitas vezes já fazem esse estilo, mas através de um meio escondido, onde só precisam de oportunidades de entender a importância e oportunidades que o grafite pode criar em sua vida ao ser vista e acolhidas pelos movimentos corretos. Por isso, a fim de tornar o conhecimento sobre o grafite cada vez maior para que o preconceito seja menor e cada vez criar oportunidades que podem levar a grandes trabalhos se criou um movimento para mostra que esse estilo artístico pode ser explorado em diversas áreas.

Desenvolvendo assim, maneiras para trazer essa valorização e visibilidade em diversos meios para os alunos no ambiente escolar como uma oficina de criação de canetas “posca” a partir de material reciclado, onde eles tiveram acesso a estilos de matérias diferentes que possibilitou a criação de expressões distintas, mostrando aos alunos mais sobre esse estilo de arte. Como mostram as fotos registradas:



**Figura 1: Oficina de canetas de materiais recicláveis**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**



**Figura 2: Oficina de canetas de materiais recicláveis**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**

Após a realização da oficina o grupo se preocupou em partir para novos estudos das artes de rua, dessa vez focando em entender e conhecer os artistas e fotos dos artistas da nossa cidade (Caçapava-SP) com isso foi realizada uma coletânea de fotos que existem nas ruas com mostram as imagens a seguir:



**Figura 3: Artes realizadas por maisa montini (@\_maimont\_)**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**



**Figura 4: Arte realizada por maoples (@mao oplês)**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**





**Figura 5: Fotos que foram tiradas na pista de skate conhecida como pedrada taiada – que representa uma junção de vários artistas para a pintura de um patrimônio imaterial (@pedradataiada).**

**Fonte: acervo do grupo (2025)**



**Figura 6: Arte realizado por ramuz (@ramuz\_one)**

**Fonte: acervo do grupo (2025)**

Com essas fotos o interesse do grupo por trazer visibilidade a essas artes começou a ser pensado além das ruas vindo das curiosidades de até onde elas poderiam ser vistas, os estudos sobre economias criativas foram iniciados e através dele a criação de diversos produtos com essas fotos que tem como objetivo mostrar que o grafite pode estar em diversos lugares, assim como mostra as fotos a seguir:

:

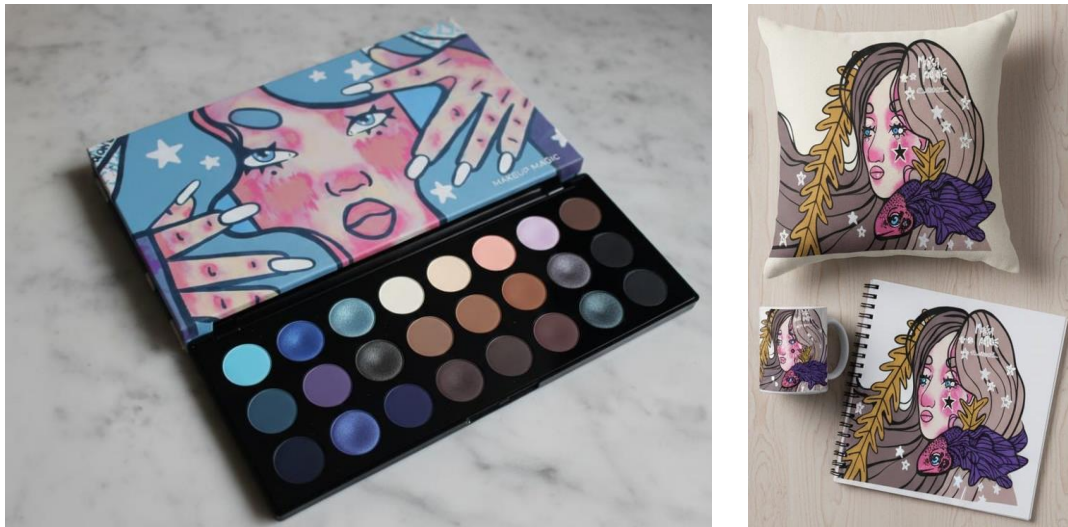


**Figura 7: Arte da pista de skate (@pedradataiada)**  
**Fonte: Acervo do grupo (2025)**



**Figura 8: artes do Maoples e disponíveis em seu Instagram (@Mao oplês)**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**





**Figura 9: artes de Maisa Montini disponíveis em seu Instagram (@\_maimont\_)**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**



**Figura 10: arte de Ramuz disponíveis em seu Instagram (@ramuz\_one)**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**

A fim de terminar o conjunto de produtos o grupo do TCC sentiu a necessidade de transmitir toda a ideia criada em função da visibilidade por meio de um nome, nascendo assim a “ThinkStreet” que surgiu pela ideia de pensar nas ruas, dar espaço e pensar no significado da arte nas ruas.



**Figura 11: Logo do projeto “ThinkStreet”**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**

Esse foi usado em diversas áreas do projeto a fim de criar uma identidade estando presente nas camisetas das integrantes de grupo usadas na feira ETEC portas abertas como mostram as imagens a seguir:



**Figura 12: Camiseta do projeto**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**



**Figura 13: Utilização da camiseta em feira**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**

O evento ETEC portas abertas (feira) foi realizado no dia 02 de dezembro de 2025 e nele todos os trabalhos de conclusão de cursos de ambos os componentes que a nossa instituição oferece foram expostas e mostradas as pessoas que vinha a escola

Na parte de exposição nosso grupo o focou ficou na realização da arte na parede para que a pessoas que fosse ao ambiente escolar pudessem ver o nosso projeto

Com isso o grupo se juntou para tirar a pintura antiga e fazer a realização da nova arte como mostra a arte a seguir:



**Figura 14: Pintura antiga**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**



**Figura 15: Materiais tirados da área**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**



**Figura 16: Limpeza com a vap para retirar a antiga pintura**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**





**Figura 17: Parede após limpeza**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**



**Figura 18: Começo da pintura em branco**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**

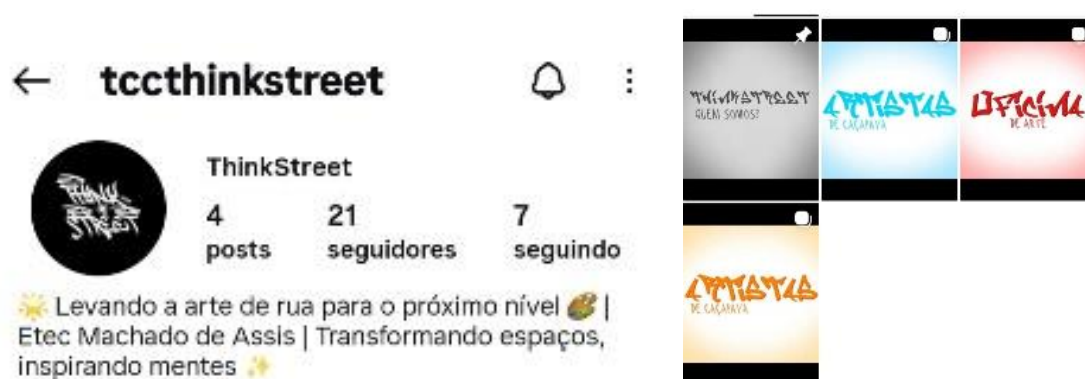


**Figura 19: Parte em branco ao ser finalizada**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**



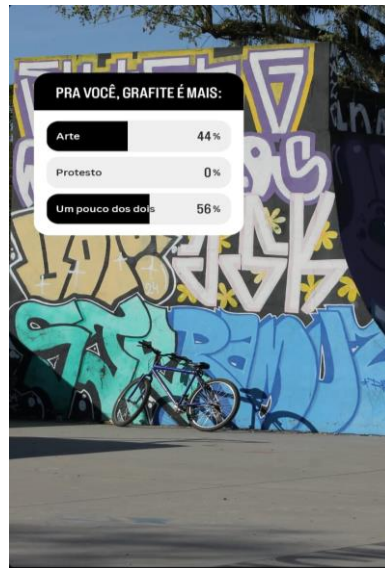
**Figura 20: Arte finalizada**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**

Além da arte, na apresentação foi falado de todo o processo que o grupo fez durante o ano como a oficina, produtos, ideia do projeto com a apresentação de slides. Como dinâmica especial do dia o grupo disponibilizou cartolinas para as pessoas assinarem, além de adesivos conhecidos como (tags) que são usados nas ruas por grafiteiros para colocar suas artes em diversos lugares e por fim tivemos toda a movimentação com nosso meio de comunicação - o Instagram – esse foi escolhido como mídia principal para a o impacto que o nosso projeto queria causar em meio a grafite, como mostra a imagens a seguir:

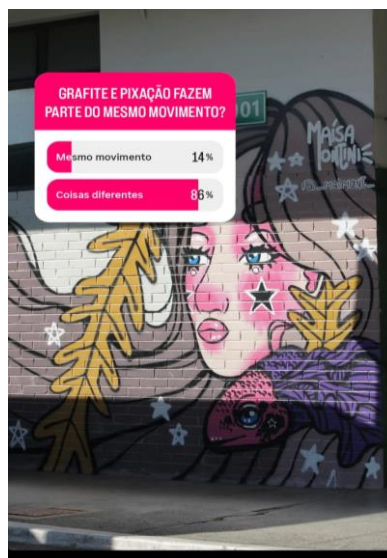


**Figura 21: Instagram @tccthinkstreet**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**

Toda a dinâmica também foi feita através de perguntas que foram disponibilizados nos storys da nossa página no dia da feira:



**Figura 22: Pergunta: para você, grafite é mais?**  
Arte com 44% dos votos, protesto com 0% dos votos ou um pouco dos dois com 58% dos votos  
Fonte: acervo do grupo (2025)



**Figura 23: Pergunta: Grafite e pixação fazem parte do mesmo movimento?**  
Mesmo movimento com 14% dos votos e coisas diferentes 86% dos votos  
Fonte: acervo do grupo (2025)



**Figura 24: PERGUNTA: VOCÊ VÊ O GRAFITE/PIXAÇÃO COMO UMA ARTE POLÍTICA?**  
**SIM, TOTALMENTE COM 57% DOS VOTOS OU DEPENDE DO TRAMPO COM 43% DOS VOTOS**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**



**Figura 25: PERGUNTA: VOCÊ CURTE FOTOGRAFAR OU O QUE VALE É O MOVIMENTO?**  
**REGISTRO É IMPORTANTE COM 100% OU DEIXA SUMIR COM TEMPO COM 0% DOS VOTOS**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**



**Figura 26: PERGUNTA: QUEM TE INSPIRA MAIS?**  
**OLD SCHOOL/ PIONEIROS COM 14% DOS VOTOS, NOVOS ARTISTAS/GERAÇÃO ATUAL COM 14% DOS VOTOS E UM POUCO DOS DOIS COM 72% DOS VOTOS**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**



**Figura 1: PERGUNTA: VOCÊ PREFERE DEIXAR SUA MARCA?**  
**NO CENTRO DA CIDADE COM 40% DOS VOTOS OU NAS QUEBRADAS E PERIFERIAS COM 60% DOS VOTOS**  
**Fonte: acervo do grupo (2025)**

Assim, por meio desses estudos e exposições foi desenvolvido a proposta de solução para o problema que as artes de ruas enfrentam no que se diz a respeito de terem espaços e serem valorizadas como artes e não descriminalizadas em meio as ruas.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos objetivos de trazer visibilidade à arte de rua, em especial ao grafite, por meio da realização de uma oficina, da exposição de produtos elaborados



a partir das fotos coletadas na cidade e até da pintura realizada no ambiente escolar, percebe-se que o projeto pode ser desenvolvido de diversas maneiras. Dessa forma, confirma-se a hipótese de que é possível promover a valorização do grafite na instituição ETEC Machado de Assis por meio do movimento proposto. Além disso, o projeto demonstrou grande potencial para continuidade futura.

Há perspectivas promissoras para novas pinturas em parceria com grafiteiros da cidade e para a produção ampliada de materiais com a identidade visual do projeto. Assim, entende-se que a proposta apresentada não apenas se mostrou válida pelo que foi realizado, mas também relevante para aqueles que já tiveram contato com a arte de rua, reforçando que ela pode — e deve — ocupar qualquer espaço, aproximando um número cada vez maior de pessoas desse universo. No fim, quanto mais espaço concedemos à arte, mais conhecemos as histórias e as almas daqueles que fazem dos traços sua forma de expressão.

## REFERÊNCIAS

ÁBALOS, José Luís. **As políticas da criatividade:** graffiti, street art e desenvolvimento urbano-cultural no Brasil e em Portugal. 2021. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Porto Alegre, 2021. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/219884>. Acesso em: 9 de mai. de 2025.

ALVES, Kassia Larissa Abrantes. Economia criativa e desenvolvimento sustentável: estudo bibliométrico da produção científica de 2001 a 2022. Revista Eletrônica de Administração, v. 31, n. Único, 2025. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/137010/95165>. Acesso em: 24 de setembro de 2025.

AVRAMIDIS, Konstantinus. **Graffiti and street art:** reading, writing and representing the city. London: Routledge, 2016. p. 4. Acesso em: 9 de mai. de 2025.

BIEMANS, Wim. **How marketing and sales use digital tools for innovation ideation.** Industrial Marketing Management 123 (2024). University of Groningen; University of St Thomas. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S001985012400172X> HYPERLINK "https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S001985012400172X."/i/S001985012400172X HYPERLINK "https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S001985012400172X.". Acesso em: 13 mai. de 2025.

BLAUTH, Lurdi. **Arte, grafite e o espaço urbano.** Universidade Feevale/RS; Rede Municipal de Esteio/RS, [s.d.]. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/palindromo/article/view/3458> HYPERLINK

["https://revistas.udesc.br/index.php/palindromo/article/view/3458."](https://revistas.udesc.br/index.php/palindromo/article/view/3458) Acesso em: 10 de mai. de 2025.

BONADIO, Enrico. **Preservation and heritagisation of street art and graffiti**. In: STAMATOUDI, Irini (ed.). Research Handbook on Intellectual Property and Cultural Heritage. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2022. p. 170–187. Acesso em: 9 de mai. de 2025.

GENSLER, Sonja. **An emerging future for digital marketing**: From products and services to sequenced solutions. Journal of Business Research 190 (2025). University of Münster; Smeal College of Business. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296325000530> HYPERLINK "https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296325000530". Acesso em: 13 mai. de 2025

GIOVANAZ, Marlise; FARIA, Ana Carolina. **Experimentações do patrimônio**. Porto Alegre: Editora Fi, 2021. p. 29. Acesso em: 20 de mai. de 2025

GOMES, Carolina. **Marketing digital**: sites x redes sociais no Brasil. Revista Interface Tecnológica, v. 12, n. 1, p. 53-62, 2015. Acesso em: 21 de mai. 2025

HONORATO, Geraldo. **Grafite**: da marginalidade às galerias de arte. Faculdade de Artes do Paraná, Programa de Desenvolvimento Educacional, 2008/2009. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/1390-8.pdf>. Acesso em: 10 de mai. de 2025.

LOPES, Joana. **Grafite e pichação**: os dois lados que atuam no meio urbano. 2011. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2011. Disponível em: [https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3824/1/2011\\_JoanaGoncalvesVieiraLopes.pdf](https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3824/1/2011_JoanaGoncalvesVieiraLopes.pdf). Acesso em: 10 de mai. de 2025.

MARANDINO, Martha. **O conhecimento biológico nas exposições de museus de ciências**: análise do processo de construção do discurso expositivo. Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, 2001. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Martha-Marandino/publication/34009392\\_O\\_conhecimento\\_biologico\\_nas\\_exposicoes\\_de\\_museus\\_de\\_ciencias\\_analise\\_do\\_processo\\_de\\_construcao\\_do\\_discurso\\_expositivo/links/5b042942aca2720ba099ac97/O-conhecimento-biologico-nas-exposicoes-de-museus-de-ciencias-analise-do-processo-de-construcao-do-discurso-expositivo.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Martha-Marandino/publication/34009392_O_conhecimento_biologico_nas_exposicoes_de_museus_de_ciencias_analise_do_processo_de_construcao_do_discurso_expositivo/links/5b042942aca2720ba099ac97/O-conhecimento-biologico-nas-exposicoes-de-museus-de-ciencias-analise-do-processo-de-construcao-do-discurso-expositivo.pdf) Acesso em: 20 de mai. de 2025.

MCAULIFFE, Cameron. **Art and crime (and other things besides)**: conceptualising graffiti in the city. 2011. Centre for Cultural Research, University of Western Sydney; School of Geosciences, University of Sydney. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/229565480\\_Art\\_and\\_Crime\\_and\\_Other\\_Things\\_Besides\\_Conceptualising\\_Graffiti\\_in\\_the\\_City](https://www.researchgate.net/publication/229565480_Art_and_Crime_and_Other_Things_Besides_Conceptualising_Graffiti_in_the_City). Acesso em: 7 de mai. de 2025.

MOREIRA, Virgínia. **Grafite é arte**: conhecendo e explorando o grafite como ensino em artes visuais. 2016. Monografia (Especialização em Ensino de Artes Visuais) –

Escola de Belas Artes, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/BUOS-AN5KWF> HYPERLINK "http://hdl.handle.net/1843/BUOS-AN5KWF.". Acesso em: 10 de mai. de 2025.

OUTINHO, Bárbara; TOSTÕES, Ana. **A exposição como “obra de arte total”**: o MUDE como caso de estudo. MIDAS: Museus e estudos interdisciplinares, [S.l.], n. 3, 2014. Disponível em: <https://journals.openedition.org/midas/694> Acesso em: 21 de mai. 2025.

PORTUGAL, Adriana. **Uso das redes sociais na internet pelos adolescentes**: uma revisão de literatura. Revista Ensino de Ciências e Humanidades-Cidadania, Diversidade e Bem-Estar-RECH, v. 4, n. 2, jul-dez, p. 262-291, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/rech/article/view/7966/5673> HYPERLINK "https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/rech/article/view/7966/5673".br/index.php/rech/article/view/7966/5673. Acesso em: 07 de mai. 2025.

RODOLPHO, Patrícia. **\*A fotografia urbana contemporânea\***: uma herança das imagens da cidade (1960-1990). 2012. Tese de Doutorado. Universidade estadual de Campinas. Disponível em: <https://share.google/xe2Tzy0eL4gwhxA7>

Acesso em: 02 de outubro de 2025

SALLES, Renata de Leorne. **Economia Criativa**: uma estratégia de desenvolvimento urbano em Belo Horizonte. Cadernos MetrÓpole, v. 24, n. 54, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cm/a/tC7hwM5g9FYp9RrTXLWjSyg/?format=html&lang=pt>. Acesso em 24 de setembro de 2025

SANFELICE, Sabrina. **Diálogos contemporâneos entre arte e fotografia**: um percurso pelas obras de Vik Muniz. 2011. Tese de Doutorado. Universidade estadual de Campinas

Disponível em: <https://share.google/287r2zvUlpLSZdXgD> Acesso em: 02 de outubro de 2025

SANTOS, Paulo César dos. **Um olhar sobre as exposições universais**. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 27., 22-26 jun. 2013, Natal (RN). . Disponível em: <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/42500>

SERRA, Neusa; FERNANDEZ, Rafael Saad. Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. Revista de Administração e Inovação, v. 11, n. 4, p. 355-372, out./dez. 2014. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809203916302091>. Acesso em 25 de setembro de 2025

SILVA, Ana Flávia. **Repercussões das redes sociais na imagem corporal de seus usuários**: revisão integrativa. Psicologia: Teoria e pesquisa, v. 36, p. e36510, 2021. Acesso em: 07 de mai. 2025.

SILVA, André. **Análise prospectiva de tecnologias digitais relacionadas ao marketing por meio do mapeamento bibliométrico e patentométrico.** Artigos perspect. ciênc. inf. 28, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/DNYnsmQHF4dr3mwt798nvVg/?lang=pt>. Acesso em: 13 mai. de 2025

SOUZA, Elisabete. **O grafite e a formação do espaço geográfico urbano:** informação, educação e arte. Rio de Janeiro: Universidade Federal Fluminense, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/geoliterart/article/view/167946>. Acesso em: 10 de mai. de 2025.

TIEPO, Celina. Arte e expressão através da fotografia. Universidade De Passo Fundo. Disponível em: <https://share.google/ElxXhgUrqYIs1tfG>. Acessado em: 02 de outubro de 2025

YADAV, Manyank. **Mobile social media:** The new hybrid element of digital marketing many communications. Indian Institut of Technology. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815020224> HYPERLINK "https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815020224.". Acesso em: 13 mai. de 2025.

## **AGRADECIMENTOS**

Em nome do grupo gostaríamos de agradecer primeiramente a Deus, a orientadora de tcc Sônia, aos professores que ajudaram na realização do projeto em especial Paulo Pina, Guto, Lígia, nossos familiares, e amigos que ajudaram na realização prática do projeto em especial Manuela, Kamilly, Luiz Eduardo Berti, Vitor Hugo, Israel, Camily, e também as pessoas que ajudaram para tirar as fotos que são Vinícius, Jéssica, Leonardo, Jaqueline.