

Os Rastros no Urbano: Análise dos *Street Stickers* como Estratégia de Insurgência e Produção de Sentido

The Traces in the Urban: An Analysis of Street Stickers as a Strategy of Insurgency and Production of Meaning

DIOGO ANDRADE BORNHAUSEN

Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP). Professor do Centro Universitário Armando Álvares Penteado, Professor Convidado da Pós-Graduação da Faculdade de Filosofia y Humanidades da Universidad Austral de Chile e Diretor de Pesquisas do Arquivo Vilém Flusser São Paulo. E-mail: diogobornhausen@gmail.com

RESUMO

Este estudo analisa o *street sticker* como estratégia de comunicação visual insurgente que se contrapõe aos ordenamentos visuais do espaço urbano. A pesquisa investiga o fenômeno a partir de suas dimensões histórica, estética, ética e epistemológica. A metodologia incluiu a análise crítica de textos sobre cultura urbana e a observação da prática de adesivos na região central de São Paulo entre julho de 2024 e junho de 2025. O estudo conclui que o *street sticker* opera por meio de uma lógica visual da precariedade e mutação, atuando como uma prática “aconsensual” (BACHARACH, 2015) que demanda o direito à cidade em vez de pedi-lo. Ele se consolida como um mediador de uma relação crítica com o espaço público, transformando o olhar do observador e convertendo a cidade em um texto aberto e um laboratório vivo de significações.

Palavras-chave: *Street sticker*, arte urbana, comunicação visual

ABSTRACT

This study analyzes the street sticker as an insurgent visual communication strategy that counteracts the visual regulations of urban space. The research investigates the phenomenon from its historical, aesthetic, ethical, and epistemological dimensions. The methodology included a critical analysis of reference texts on urban culture and the observation of sticker practices in the central region of São Paulo between July 2024 and June 2025. The study concludes that the street sticker operates through an aesthetic of precariousness and mutation, acting as a “non-consensual” (BACHARACH, 2015) practice that demands the right to the city instead of asking for it. It establishes itself as a mediator of a critical relationship with public space, transforming the observer’s gaze and converting the city into an open text and a living laboratory of meanings.

Keywords: *Street sticker*, urban art, visual communication.

INTRODUÇÃO

O espaço urbano é um território de disputa simbólica, onde narrativas oficiais do poder público e da publicidade competem pela atenção. Neste contexto, o *street sticker* emerge como uma prática visual aparentemente trivial, mas com um profundo significado cultural. Longe de ser um simples adesivo, ele se configura como um dispositivo crítico para a compreensão das dinâmicas de poder, resistência e produção de sentido nas cidades. Este artigo busca responder à seguinte questão de pesquisa: Como o *street sticker*, enquanto prática de comunicação visual insurgente, opera como contraponto aos ordenamentos visuais regulamentados do espaço urbano? Para tanto, a análise se estrutura em uma abordagem que procurará investigar o fenômeno em suas dimensões histórica, estética, ética e epistemológica. A metodologia utilizada consiste na análise crítica de textos de referência sobre cultura urbana, comunicação e arte de rua, combinada com a observação dos atributos materiais e estratégicos da prática do adesivo realizada na região central da cidade de São Paulo no período de um ano, entre julho de 2024 e junho de 2025.

A análise histórica revela que o *street sticker* é herdeiro de uma longa linhagem de práticas gráficas seriadas, desde os cartazes tipográficos até os movimentos de *Mail Art* e as subculturas punk e de skate. Essa trajetória, que culminou em projetos como o de Shepard Fairey, demonstra a evolução do adesivo de um simples suporte para uma mídia autônoma e descentralizada. Sua força reside na reprodutibilidade, portabilidade e rapidez de aplicação, características que o tornaram uma ferramenta tática para a ocupação urbana.

Do ponto de vista estético, o artigo explora como a eficácia simbólica do *street sticker* reside na intersecção entre a materialidade do suporte, a estratégia de circulação e a experiência perceptiva do transeunte. A escolha de materiais, a gramática visual baseada na síntese e a efemeridade são elementos-chave que transformam o adesivo em uma obra aberta e em constante mutação, um palimpsesto em reconfiguração pela ação do tempo e pela disputa de espaço.

Na dimensão ética, centrada na forma como suas práticas são pensadas, a investigação foca na natureza aconsensual do *street sticker*. Definida por Bacharach (2015) pela ausência deliberada de consentimento institucional, essa característica é o que diferencia a arte de rua da arte pública oficial. Assim, ele não pede, mas demanda o direito à cidade, questionando os critérios de legitimação visual e atuando como uma micropolítica do visível contra a hegemonia dos discursos comerciais e estatais. A sua força reside na capacidade de escapar à captura institucional, mantendo sua autonomia e seu potencial crítico.

Por fim, a perspectiva epistemológica aborda o *street sticker* como um produtor de conhecimento sobre o urbano. Através de um choque perceptivo, ele rompe a lógica automatizada

do olhar metropolitano, transformando o espectador em intérprete ativo. Ao se fixar nos interstícios e brechas da cidade, o adesivo propõe um contra-mapeamento simbólico.

Em suma, este artigo propõe uma análise aprofundada do *street sticker* como um mediador de uma específica relação com o espaço público. Através de uma abordagem integrada, busca-se demonstrar que este pequeno adesivo é, na verdade, um grande artefato de insurgência, capaz de convidar a ler o urbano com um olhar mais atento e crítico.

A TRAJETÓRIA DO *STREET STICKER*: REPRODUÇÃO E OCUPAÇÃO DO ESPAÇO URBANO

O *street sticker*, enquanto fenômeno de intervenção visual no espaço urbano, não se resume à sua materialidade de adesivo autocolante, mas emerge como uma complexa prática de disseminação de imagens seriadas que condensa atributos de reprodutibilidade técnica e de resistência simbólica. Longe das aplicações comerciais regimentadas, a sua força expressiva e histórica reside na capacidade de construir narrativas visuais e identitárias de forma autônoma e distribuída, desafiando os “regimes de visibilidade” (RANCIÈRE, 2009) e propriedade simbólica que dominam a paisagem urbana. A perspectiva central, portanto, é que a história do *street sticker* é uma trajetória de apropriação e ressignificação de técnicas e lógicas de comunicação, culminando em uma ferramenta de ocupação tática e crítica que se infiltra nas frestas do ambiente urbano contemporâneo.

A genealogia do *street sticker* se entrelaça com uma diversidade de práticas gráficas de intervenção no espaço público, mas o seu surgimento como manifestação autônoma é um processo de adaptação e reinvenção. Desde os cartazes tipográficos do século XV, a impressão seriada tem sido uma força motriz na formação das ecologias visuais urbanas (DIAS, 2007). O *street sticker*, no entanto, miniaturiza e mobiliza esse legado para as megalópoles contemporâneas, onde a velocidade e a fluidez são imperativos. A sua singularidade está na conjunção de qualidades materiais, temporais e comunicativas, operando por uma lógica de produção prévia e aplicação instantânea que reduz o risco em contextos de vigilância. Essa operacionalidade de baixa latência transforma o adesivo em uma ferramenta ideal para a ocupação urbana atomizada e repetitiva, construindo uma presença cumulativa por meio da dispersão espacial (BORNHAUSEN, 2011).

Antes de se consolidar como manifestação artística e política, o adesivo circulava em contextos logísticos e comerciais. As etiquetas industriais e rótulos do século XIX já antecipavam

a ideia de imagem seriada e de aplicação rápida, lógicas que seriam subversivamente apropriadas por movimentos de vanguarda no início do século XX, como os dadaístas (BAITELLO, 1993), que utilizavam a colagem instantânea de mensagens portáteis como um gesto subversivo e irônico. Esses antecedentes, embora esparsos, demonstram a leitura do *street sticker* como uma microintervenção anti-hegemônica em potencial. A partir da década de 1960, a prática ganha novos contornos com as redes de *Mail Art*, que transformam o correio em um circuito de trocas artísticas em pequeno formato, ampliando as possibilidades de circulação de adesivos caseiros e selos autorais, prefigurando as atuais trocas globais de *sticker packs* (MARECKI, 2014).

A consolidação do *street sticker* como fenômeno cultural é ainda associada às culturas subalternas das décadas de 1970 e 1980. As cenas punk e de skate, especialmente nos EUA, adotaram adesivos fotocopiados ou serigrafados para promover bandas, fanzines e slogans antissistêmicos. A visualidade crua, o baixo custo e a urgência comunicativa dessa produção foram elementos-chave que alimentaram o imaginário visual da cultura de rua. Paralelamente, o graffiti vinculado ao *hip-hop* fortaleceu a lógica da marcação repetida de território. A prática das *tags*, com sua ênfase na multiplicação da assinatura, encontrou nos adesivos uma ferramenta eficiente, como evidenciado pelo uso de etiquetas *Hello, my name is...*, o que prefigura a lógica do *street sticker* como dispositivo de ubiquidade imagética (COOPER; CHALFANT, 1991). Essa convergência de práticas e apropriações culminou no projeto de 1989 de Shepard Fairey (2009), o *Andre the Giant Has a Posse*. Ao utilizar um retrato enigmático do lutador André Roussimoff e sua posterior transformação na marca *OBEY*, Fairey demonstrou a potência semiótica do *street sticker* como uma mídia insurgente e descentralizada, capaz de se infiltrar nos circuitos urbanos e midiáticos e provocar uma leitura crítica sobre publicidade e poder. Na Europa, artistas como Piermario Ciani intensificaram práticas adesivas a partir dos anos 1990, reforçando a dimensão colaborativa e transnacional da linguagem, que se consolida como uma prática de base horizontal.

A partir dos anos 1990, o *street sticker* se difunde massivamente em metrópoles ao redor do mundo, ganhando popularidade especialmente entre grupos urbanos ligados a culturas alternativas. A popularização de técnicas como o *sticker bombing*, que consiste em cobrir superfícies com uma abundância de adesivos, o aumento das trocas internacionais e a democratização da impressão digital de baixo custo e dos fornecedores online de adesivos personalizados impulsionaram a prática. Após o ano 2000, artistas renomados da *street art*, como Katsu, Barry McGee, D*Face e Ron English (KUMAS, 2006), incorporaram o *street sticker* como extensão de seus projetos ou como uma linguagem autônoma, consolidando seu estatuto dentro da arte urbana contemporânea. A materialidade dos *street stickers*, que podem ser desenhados manualmente ou produzidos por diferentes métodos de impressão, não é neutra, ela carrega implicações estratégicas. Materiais como os *eggshell stickers*, que se fragmentam ao serem removidos, e os *decal stickers*, feitos de

vinil e resistentes a intempéries, refletem escolhas conscientes sobre durabilidade e visibilidade, garantindo a persistência ou a efemeridade da intervenção (SENO, 2010). Essa variedade de materiais e técnicas contribui para a riqueza visual e conceitual da *street art*. A evolução do *street sticker* também incluiu a diversificação de abordagens artísticas, que vão desde retratos realistas a composições abstratas, e o uso de uma ampla gama de materiais, como tinta spray e acrílicos, expandindo os limites do que a arte de rua pode ser.

Funcionando como uma assinatura modular repetida e deslocada, o *street sticker* constrói presenças coletivas, produz cenas gráficas urbanas e reivindica a ocupação simbólica do espaço público. Justaposto à publicidade oficial e aos dispositivos estatais de comunicação, ele desafia os regimes de propriedade e controle simbólico, veiculando frequentemente mensagens anticorporativas, antirracistas, ambientais ou decoloniais (WALDE, 2007). A sua escala reduzida e portabilidade permitem que se infiltre nas frestas normativas da cidade, ocupando placas, semáforos e caixas de energia, locais inacessíveis a outras mídias. Essa portabilidade dos adesivos antes de serem aplicados confere-lhes uma vantagem estratégica significativa, tornando a prática mais rápida e segura para os artistas em comparação com outras formas de grafite ilegal. O percurso histórico do *street sticker*, portanto, revela um mosaico de técnicas, culturas e disputas por visibilidade.



FIGURA 1: Rua Augusta, São Paulo. 15 de julho de 2025.
Fonte: Fotografia do autor.

No contexto brasileiro, a prática evoluiu de adesivos decorativos para uma forma de arte urbana distinta, com São Paulo se destacando como um centro nevrálgico. A Lei Cidade Limpa em São Paulo, ao proibir a publicidade tradicional, criou um vácuo visual que foi preenchido por expressões alternativas, como a *street art*, mostrando a natureza adaptativa da arte urbana em resposta a mudanças políticas. Artistas brasileiros como Tadeu Jungle e coletivos como o SHN são reconhecidos como precursores e influenciadores do movimento, demonstrando a vitalidade da cena nacional, que se fortalece com eventos e a prática da troca de adesivos.

Dada a variedade de significados e a capacidade do *street sticker* de se infiltrar e se expressar no ambiente urbano, o estudo que se segue buscará compreender sua comunicabilidade e a forma como pode produzir conhecimento sobre o urbano a partir de três campos de análise: uma análise visual, que investigará a visualidade proposta por esta manifestação; uma análise de suas práticas e engajamentos, centrada na retórica da resistência e na apropriação simbólica do espaço; e, por fim, os modos de conhecer permitidos pelo *street sticker*, baseados em uma narrativa distribuída e em uma epistemologia contra-hegemônica.

A VISUALIDADE DO STREET STICKER

Ao compreender o *street sticker* como um dispositivo de intervenção imagética urbana, torna-se importante abordar sua dimensão visual como fator central na sua eficácia simbólica. Após situarmos historicamente o adesivo como herdeiro de práticas gráficas seriadas e como instrumento de inscrição urbana, é preciso agora voltar a observação para os modos pelos quais esta manifestação mobiliza formas, materiais e linguagens visuais na construção de uma experiência estética singular. O *street sticker*, embora pequeno, instaura uma complexa ecologia sensível, pois, ao mesmo tempo, se caracteriza como objeto visual, gesto comunicacional e acontecimento urbano (BORNHAUSEN, 2011). A expressividade do *street sticker* não deve ser reduzida à aparência gráfica isolada de cada peça. Ela se constrói na intersecção entre três elementos fundamentais: a materialidade do suporte, a estratégia de circulação e a experiência perceptiva do transeunte. Trata-se de uma dimensão visual que depende tanto da forma quanto da situação em que se manifesta, como afirma Hannah Awcock (2021).

A gramática visual do *street sticker* exige síntese em razão de seu tamanho reduzido e da brevidade do contato com o público. Imagens vetoriais de alto contraste, slogans curtos e signos de fácil decodificação são escolhas formais que estruturam a aparência do adesivo. Essa economia formal, que se aproxima das estratégias do design gráfico contemporâneo, é, no

entanto, desviada do campo mercadológico para fins expressivos, críticos ou comunitários. Como Shepard Fairey (2009, p. 25) explica, “a simplicidade composicional aliada à insistência imagética faz do *street sticker* um dispositivo de ubiquidade”, indicando que quanto mais conciso o signo, maior a probabilidade de que ele se fixe na memória coletiva. Essa familiaridade enigmática, uma tensão entre legibilidade e estranhamento, ativa o olhar em uma paisagem saturada de estímulos visuais, instigando a curiosidade e convidando à repetição da observação. A estética do *street sticker* desafia o “ordenamento visual” dominante da cidade, que prioriza a previsibilidade e o controle sobre a visualidade urbana, ao injetar espontaneidade na paisagem urbana.

Outro aspecto decisivo na construção plástica do *street sticker* é sua materialidade, que projeta um regime sensível distinto com implicações visuais e políticas. A escolha do suporte—seja papel comum, vinil adesivo ou *eggshell*—não é neutra. Por exemplo, os *eggshell stickers*, que se desfazem ao menor atrito, criam uma “estética do irrecuperável” (SENO, 2010). Sua fragilidade física, que impede a remoção sem danos, converte-se em um símbolo de obstinação e resistência, com as fissuras e o craquelado se tornando parte da peça. Em contraste, os decals em vinil exploram a saturação cromática e a resistência às intempéries, funcionando como “jóias urbanas móveis” (ibid.). Já os *custom stickers* remetem à tradição da gravura artística, circulando em redes de troca e festivais com um valor simbólico que ultrapassa o objeto em si, e cuja raridade e autoria se tornam parte da linguagem visual e da economia de prestígio da cena.

A natureza do *street sticker* é também uma poética da precariedade e da mutação. A ação do tempo – sol, chuva, poeira –, degrada rapidamente os adesivos, desbotando cores e rasgando superfícies. Nesse processo, a disputa entre imagens pelo espaço urbano resulta em palimpsestos visuais em constante transformação. Essa efemeridade não é uma falha, mas um elemento estético central, pois o adesivo, como uma obra aberta (ECO, 2020), está em permanente reconfiguração, permitindo que o observador participe da execução da obra. Ele pertence a um ciclo vital urbano no qual aparece, se modifica, desaparece, mas continua presente por meio da repetição, com sua degradação criando novos contextos e interpretações.

Ao lado da materialidade e da forma, a própria circulação participa de sua estética. A facilidade de reprodução técnica, por serigrafia, impressão doméstica ou arquivos digitais, permite uma escala massiva de distribuição, herança direta do ethos punk e do movimento faça-você-mesmo (*DIY, Do it Yourself*) (HUNDERTMARK, 2005). Ele não comunica apenas pelo conteúdo, mas pelo volume e pela persistência de sua presença. Para conquistar o olhar do transeunte em um ambiente saturado, o adesivo responde com signos condensados, figuras de alto impacto e tipografia incisiva. Como Awcock (2021) observa, os adesivos políticos, por exemplo, concentram densidades ideológicas em superfícies mínimas, atuando como marcas identitárias que interpelam e provocam o olhar de públicos desavisados. A forma, nesse caso, é indissociável da política, pois, o gesto de colar é um ato de afirmação simbólica, dissenso e ocupação visual.

Sua visualidade, portanto, é composta por paradoxos produtivos, sendo uma manifestação da efemeridade e da insistência, da síntese visual e da complexidade sógnica, da marginalidade legal e da centralidade simbólica, do gesto mínimo e da multiplicação massiva, como destaca Tunnacliffe (2016), ao analisar o caráter imaginativo dos espaços urbanos em diálogo com este tipo de linguagem. Ao transformar o banal em enunciado, o detalhe em acontecimento, o ordinário em campo de disputa sensível, o *street sticker* contribui em tornar a cidade um texto aberto, um palimpsesto em constante reescrita, onde cada adesivo não é apenas imagem colada, mas uma forma de narrar, criticar, pertencer e imaginar.

■ ESTRATÉGIAS DE AÇÃO DO *STREET STICKER*

Após se analisar as genealogias históricas do *street sticker* e suas estratégias visuais, suas práticas de comunicação e ocupação se acentuam. A cada gesto de colagem, deflagra-se uma disputa sobre quem tem o direito de decidir o que pode ser visto, onde e por quem. A prática do *street sticker* emerge, assim, da fricção entre práticas de expressão e estruturas de poder, entre a reapropriação simbólica do espaço urbano e os regimes legais, institucionais e mercantis que buscam discipliná-lo. Para além da legalidade, o campo de ação do *street sticker* deve ser situado no entrecruzamento de conflitos simbólicos, disputas pelo direito à cidade e modos diversos de produção de visibilidade.

Para compreender esse campo, é necessário partir de uma constatação, como defendido por Sondra Bacharach (2015), o *street sticker* é, por definição, uma “prática aconsensual”. Para a autora, a arte de rua distingue-se da arte pública justamente por essa ausência de consentimento institucional. Essa condição não é acidental, mas estruturante. O *street sticker* não busca autorização porque questiona os próprios critérios de autorização vigentes, conferindo-lhe uma carga de ação própria. Nesse sentido, o adesivo deve ser lido como um gesto que questiona quem tem o direito de moldar a aparência da cidade. Ao colar um adesivo em um semáforo ou em uma parede pública, o artista não está apenas interferindo na paisagem; está produzindo uma afirmação simbólica: “eu também tenho algo a dizer” (MANCO, 2005, p. 50). Essa tomada de palavra visual é especialmente relevante em um ambiente urbano cada vez mais regulado por interesses comerciais, onde discursos hegemônicos dominam as superfícies visíveis. Como sublinha Awcock (2021, p. 25), “os adesivos não pedem o direito à cidade, eles o demandam” (tradução nossa), o que implica um gesto de reivindicação coletiva. O *street sticker* amplifica vozes marginalizadas, reivindicando espaço para causas que frequentemente são ignoradas.

DIOGO ANDRADE BORNHAUSEN |

The Traces in the Urban: An Analysis of Street Stickers as a Strategy of Insurgency and Production of Meaning

Esse gesto, embora pequeno e silencioso, carrega uma potência política significativa. O impacto do *street sticker* não reside apenas em sua presença isolada, mas na sua capacidade de se acumular, de se repetir e de proliferar. Ao ocupar reiteradamente o espaço público, ele perturba a gramática visual dominante e inscreve novas camadas de sentido na cidade. Em vez de um cenário neutro, a paisagem urbana revela-se, então, como um campo simbólico em disputa. Estudos realizados na cidade de São Paulo (RODRIGUES, 2010), por exemplo, demonstram que mesmo em contextos urbanos hostis, o gesto mínimo de colar um adesivo pode transformar o morador de espectador em autor, convertendo a cidade em um espaço de inscrição subjetiva. Para os artistas, a cidade se torna um “museu” ou um “lar”, reconfigurando sua percepção sobre o ambiente urbano. A arte de rua, em sua essência, busca “reivindicar o espaço público ‘para o povo’”, agindo como uma antítese ao “terrorismo da publicidade”.

Contudo, essa transformação não ocorre sem conflito. O *street sticker* se insere em uma estrutura de tensões normativas. Para o poder público, ele pode ser interpretado como vandalismo ou dano ao patrimônio. Para seus praticantes, trata-se de um exercício de cidadania crítica, uma forma de restaurar o “valor de uso” do espaço contra a lógica da mercantilização. A experiência de São Paulo com a Lei Cidade Limpa (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2016) é reveladora nesse ponto. Ao eliminar a publicidade comercial, a lei tornou as intervenções não autorizadas, como os *street stickers*, ainda mais visíveis e significativas. Cada colagem passou a funcionar como uma ruptura estética explícita, desafiando a ideia de neutralidade visual promovida pelo Estado e se convertendo em um índice de resistência. Esse ambiente, que se torna visualmente “mais limpo”, faz com que qualquer intervenção não autorizada se torne mais perceptível, intensificando a carga micropolítica das intervenções não sancionadas e transformando os *street stickers* em símbolos de resistência urbana. Isso demonstra como as tentativas estatais de regular e controlar a visualidade urbana podem, inadvertidamente, intensificar o poder da arte não sancionada.

É importante ressaltar que não se trata de idealizar todas as práticas de colagem. A ação do *street sticker* é relacional e situada, e não pode ser avaliada apenas em termos abstratos. Há dilemas práticos concretos, como adesivos que cobrem sinalizações importantes, comprometendo a segurança pública, ou a proliferação que reproduz a mesma “poluição visual” que os artistas pretendem criticar. Diante disso, o critério de ação não pode ser simplesmente legalista, mas deve considerar se a intervenção amplia ou restringe o comum, como destaca Lindsay Kosel (2018). Nessa zona de ambivalência, é preciso reconhecer que a ação do *street sticker* exige julgamento contextual e responsabilidade política, sem que isso implique sua domesticação. A prática, que muitas vezes não é organizada como um protesto formal, exemplifica como ações cotidianas e discretas podem empoderar indivíduos e catalisar mudanças sutis.

Em todas essas questões, no entanto, é perceptível que a dimensão do *street sticker* está no efeito formativo sobre a percepção urbana. Como afirma Awcock (2021), ao transformar o espaço público em campo de disputa democrática, o *street sticker* nos lembra que nenhum ordenamento urbano é neutro e que toda superfície é passível de reinvenção e reescrita. A ação do *street sticker*, portanto, não é uma doutrina, mas uma prática situada, uma pedagogia da presença e uma micropolítica do visível que convida à responsabilidade sem perder a insubordinação. Essa forma de expressão visual não é neutra, tomando partido e posicionando-se contra o “outro”. A sua aconsensualidade intencional o eleva para além da ilegalidade, tornando-o uma postura de ação contra as normas de propriedade existentes e um ato político de subversão.

STREET STICKER E A PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO URBANO

O *street sticker* se manifesta como uma prática que produz conhecimento urbano, funcionando como um dispositivo epistemológico que ensina a perceber e interpretar a cidade de maneiras não convencionais. Longe de ser um simples adorno, o adesivo nos interstícios urbanos opera como um artefato cognitivo que desafia os monopólios do saber tradicional. Essa epistemologia visual, situada e insurgente, propõe uma nova forma de leitura da cidade, que não se baseia na sistematização científica, mas em uma modalidade sensível de conhecimento.



FIGURA 3: Rua Bela Cintra, São Paulo. 10 de julho de 2025.
Fnte: Fotografia do autor.

Esse conhecimento emerge da experiência cotidiana e do choque perceptivo. Walter Benjamin (1995), ao analisar a experiência urbana, já argumentava que certas imagens têm a capacidade de interromper o fluxo ordinário da vida e reativar a percepção crítica. O *street sticker*, ao aparecer inesperadamente em placas, muros ou postes, rompe com a lógica automatizada do olhar metropolitano. Essa interrupção instaura um estado de estranhamento reflexivo, transformando a cidade em um palimpsesto simbólico. Camadas invisibilizadas de conflito, memória, pertencimento e desigualdade tornam-se legíveis.

A ação do *street sticker*, mesmo em sua dimensão mínima, tem efeitos significativos, convertendo o espectador *blasé*, figura tipificada por Georg Simmel (1976) para descrever a indiferença protetora frente à sobrecarga sensorial, em um intérprete ativo. Em contraste com a publicidade, que busca a sedução e o consumo, o *street sticker* opera por meio da dissonância e da interpelação. Assim, cada adesivo expõe o urbano como uma estrutura histórica e política, não apenas como um cenário neutro. Essa dimensão pedagógica retira a dimensão estética de obra única para uma obra gerada pelo encontro entre imagem, suporte, tempo e lugar. Um mesmo adesivo adquire significados distintos em diferentes contextos, como um muro em ruínas em um bairro gentrificado ou a fachada próxima a um protesto.

As contribuições de Massimo Canevacci (1993) e Thomas Bauer (2008) sobre a produção social do espaço oferecem uma base sólida para a análise do *street sticker*. Ao se fixar nas “brechas” do tecido urbano, o adesivo ativa zonas de insurgência simbólica que escapam às lógicas do planejamento técnico ou do consumo estético. O *street sticker* desestabiliza o mapa urbano oficial ao converter fachadas, lixeiras ou sinalizações em suportes discursivos, propondo uma contra-cartografia feita de fragmentos, memórias e disputas (ACSELRAD et al., 2008). Ao inscrever narrativas subalternas em superfícies dominadas pela publicidade, o *street sticker* disputa o direito de dizer o que a cidade é.

Essa produção de conhecimento muitas vezes se realiza por meio do *détournement*, uma técnica situacionista que consiste em apropriar e ressignificar símbolos dominantes, como logomarcas e slogans. Ao deslocar esses signos de seu contexto original e reinscrevê-los em superfícies urbanas, o *street sticker* desmonta o “espetáculo” descrito por Guy Debord (1997). Ele reconfigura a semiótica da cidade, questionando o que era comando regulamentar e consenso visual e transformando em provocação política e dissenso simbólico. O *street sticker*, portanto, atua como um manual prático de semiótica crítica, demonstrando que todo signo urbano é passível de reescrita. Essa prática de colonização criativa do espaço público (MANCO, 2005) busca “reafirmar o valor de uso” da cidade em oposição ao “valor de troca” que domina o capitalismo, conforme preconizado por Lefebvre (2001, p. 22). Essa antítese ao terrorismo da publicidade (BANKSY, 2005) oferece uma alternativa não comercial e combate a esterilidade e a padronização dos ambientes urbanos.

Contudo, essa epistemologia insurgente enfrenta seus próprios limites. Em um ambiente saturado de imagens, o excesso iconográfico pode levar à sobreposição massiva de signos que se anulam mutuamente, gerando ruído. Mas mesmo nesse colapso, o *street sticker* continua a ter uma função analítica, ao indicar a crise contemporânea da atenção e os desafios de produzir visibilidade crítica. A própria falha se torna diagnóstica, revelando os limites do olhar moderno e impulsionando a busca por novas formas de leitura.

Em suma, o *street sticker* é um dispositivo heurístico que transforma a cidade em um texto, o olhar em leitura e o espaço em um enigma a ser decifrado. Cada adesivo é uma pergunta visual, uma hipótese crítica, um ato de memória em disputa. A prática de colar, rasgar, sobrepor e circular produz um conhecimento distribuído que emerge das margens e interstícios da cidade regulada. Sob o olhar do *street sticker*, a cidade não é apenas cenário, mas uma obra inacabada e um laboratório vivo de significações, onde todos aqueles que a vivem e a percorrem podem participar de sua leitura e reescrita.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em resumo, este estudo demonstrou que o *street sticker* é um fenômeno cultural multifacetado, cuja historicidade, estética táctica, ética do dissenso e epistemologia insurgente o tornam um dispositivo central para a compreensão da cultura urbana contemporânea. Partindo de uma trajetória que o consolida como ferramenta de ocupação táctica, sua prática se infiltra nas frestas do ambiente urbano para questionar as lógicas dominantes de poder e visibilidade. A análise visual revela que a sua força reside na intersecção entre a materialidade, a estratégia de circulação e a experiência perceptiva do transeunte, enquanto a dimensão ética o posiciona como um gesto aconsensual de resistência, que demanda o direito à cidade em vez de pedi-lo.

Essa complexa ecologia de sentidos urbanos culmina na capacidade do *street sticker* de produzir conhecimento sobre o urbano. Ao se direcionar para as fendas e interstícios da paisagem, ele não apenas decora, mas participa ativamente da modificação da estrutura material do espaço, preenchendo locais usuais com novos significados. Esse processo, como apontado por Lucrécia Ferrara (2008), é o que permite que o espaço seja visto cognitivamente, ao mesmo tempo em que o torna perceptível como espaço social. No suporte inerte da cidade, emergem “as dobras de múltiplos sentidos presentes” (FERRARA, 2007, p. 30), a partir da construção desses espaços comunicantes. O *street sticker* promove, assim, um exercício de observação que busca

a cognição espacial, transformando a mera visualidade — a constatação de uma referência — em visibilidade, a elaboração reflexiva dos dados visuais que culmina em um fluxo cognitivo (FERRARA, 2002, p. 101).

O *street sticker*, portanto, emerge como um mediador de uma importante relação com o espaço público. Ele nos lembra que a cidade é um texto aberto, um espaço de autoria coletiva e um laboratório vivo de significações, onde cada adesivo, por menor que seja, pode ser um gesto de resistência. Convida-nos, assim, a ler a cidade não apenas com os olhos, mas com um olhar crítico e uma percepção atenta, transformando a forma como interagimos e compreendemos o nosso ambiente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACSELRAD, Henri et al. (Org.). *Cartografias sociais e território*. Rio de Janeiro: IPPUR/UFRJ, 2008.
- AWCOCK, Hannah. *Stickin' it to the man: The geographies of protest stickers*. Royal Geographical Society, v. 53, n. 3, p. 522-530, 2021.
- BACHARACH, Sondra. *Street Art and Consent*. The British Journal of Aesthetics, v. 55, n. 4, p. 481-495, 2015.
- BAITELLO, Norval. *Dada-Berlim: des/montagem*. São Paulo: Annablume, 1993.
- BANKSY. *Wall and Piece*. London: Century, 2005.
- BAUER, Thomas. *The city as media: the signatures of order and the scopes of real life*. Revista Ghrebh, n. 12, 2008.
- BENJAMIN, Walter. *Rua de Mão Única*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- BORNHAUSEN, Diogo Andrade. *Stickers: A exibição das imagens entre o urbano e o virtual*. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011.
- BURKEMAN, Db; LOCASCIO, Monica. *Stickers – from punk rock to contemporary art*. Nova York: Rizzoli, 2010.
- CANEVACCI, Massimo. *A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. São Paulo: Studio Nobel, 1993.
- CONTIA, Uliano. *Cities and Street Art*. A Sociological Research on 1UP, Mr. Paradox Paradise, Cranio, Blu and Mr. Woodland. Italian Sociological Review, v. 14, n. 3, p. 1003-1020, 2024.
- COOPER, Martha; CHALFANT, Henry. *Subway art*. Londres: Thames and Hudson, 1991.

- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DIAS, Thiago Hara. *O sticker e seu papel na arte de rua na cidade de São Paulo: stickers da rua Augusta, avenida Paulista, Vila Madalena e Centro*. 2007. Dissertação (Mestrado em Educação, Arte e História da Cultura) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2007.
- ECO, Umberto. *Obra Aberta*. São Paulo: Perspectiva, 2020.
- FAIREY, Shepard. *Obey: supply et demand*. Berkeley: Gingko Press, 2009.
- FERRARA, Lucrecia D'Alessio. *Comunicação espaço cultura*. São Paulo: Annablume, 2008.
- _____. *Espaços comunicantes*. São Paulo: Annablume; ESPACC, 2007.
- _____. *Design em espaços*. São Paulo: Edições Rosari, 2002.
- HUNDERTMARK, Christian. *Art of rebellion: the world of street art*. Berkeley: Gingko Press, 2005.
- KOSEL, Lindsay K. *A Tropic Understanding of Street Art as Political and Social Advocacy*. 2018. TCC (Honors Theses and Capstones) - University of New Hampshire, 2018.
- KUMAS, Srimi. Sticker nation. *The big book of subversive stickers volume 1*. Nova York: Disinformation, 2006.
- LEFEBVRE, Henri. *O direito à cidade*. Tradução de Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro, 2001.
- MANCO, Tristan. *Street logos*. Nova York: Thames & Hudson, 2005.
- MARECKI, Piotr. *Stickers as a Literature Distribution Platform*. The Trope Tank NYC, 2014. Disponível em: <https://trope-tank.com/reports/TROPE-14-02.pdf>.
- MILLIE, Andrew. *Urban interventionism as a challenge to aesthetic order: Towards an aesthetic criminology*. Crime, Media, Culture, 2016.
- NGUYEN, Patrick; MACKENZIE, Stuart. *Beyond the street: the 100 leading figures in urban art*. Berlim: Gestalten, 2010.
- PERNIOLA, Mario. *Os situacionistas: o movimento que profetizou a "sociedade do espetáculo"*. São Paulo: Annablume, 2009.
- PREFEITURA DE SÃO PAULO. *Lei Cidade Limpa - Gestão Urbana SP*. [S. l.: s. n.], [entre 2006 e 2025].
- RANCIÈRE, Jacques. *A partilha do sensível: estética e política*. Tradução de Mônica Costa Netto. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2009.
- RODRIGUES, Luciana Jorge. *Sticker: colando idéias*. 2010. Dissertação (Mestrado em Artes) - Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2010.

SENO, Rthel (Ed.). *Trespass. A history of uncommissioned urban art*. Colônia: Taschen, 2010.

SIMMEL, Georg. *A Metrópole e a vida mental*. In: VELHO, Otávio Guilherme. O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1976. p. 11-25.

TUNNACLIFFE, Claire Malaika. *The power of urban street art in re-naturing urban imaginations and experiences*. Londres: University College London, 2016.

WALDE, Claudia. *Sticker City – paper graffiti art*. Nova York: Thames & Hudson, 2007.