Arte de Rua e Artes Gráficas: Paralelos e Influências

Autor: Ivan Ordonha Cechinel
Orientadora: Profª. Drª. Andréa de Souza Almeida
Instituição: Centro Universitário Senac

Resumo

Este projeto é um trabalho de iniciação científica que se iniciou em agosto de 2006 e terminará em junho de 2007, consiste em um levantamento detalhado da arte de rua de regiões da metrópole de São Paulo e uma reflexão sobre a linguagem das culturas juvenis existentes neste ambiente urbano. Essa pesquisa relaciona design, metrópole e intervenções urbanas, um contexto em que os jovens que atuam nesta área estão inseridos promovendo ações que modificam a paisagem urbana, são linguagens visuais que possuem particularidades referentes ao estilo de cada pessoa. A pesquisa visa entender as expressões visuais referente a grafites, pichações, estêncil e stickers, e têm como objetivo específico refletir sobre as apropriações imagéticas do espaço urbano em materiais gráficos destinados ao público jovem.[1]

Palavras-chave

Design; Metrópole; Comunicação

Base empírica e o processo metodológico

Para a realização desta pesquisa referente à arte urbana formou-se um grupo de estudos que abrange alunos do curso de Fotografia e Design Gráfico da Universidade Senac.

Inicialmente foi realizada a pesquisa iconográfica, através de registro fotográfico das expressões visuais encontradas nos locais, em busca do registro não só da arte espontânea que engloba grafite, pichação, stickers, estêncil e lamb, mas também da comunicação visual existente no contexto urbano de forma geral, por exemplo, a comunicação de origem de campanhas publicitárias e o design vernacular (estética que apresenta características regionais) como faixas e placas confeccionadas artesanalmente.

Paralelo a isso foram visitados galerias e eventos referentes ao universo da arte de rua, por exemplo a Galeria Fortes Villaça e a Galeria Choque Cultural que dispõem de um variado repertório de obras de diversos artistas da arte urbana, com o intuito de observar a linguagem visual apresentada por estes espaços culturais que veiculam informações e abrem espaço para a arte de rua.

---

1 Trabalho apresentado no III Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação.

2 Autor: Ivan Ordonha Cechinel, graduando do 7º Semestre do curso de Design Gráfico do Centro Universitário Senac, e-mail: Ivan_ordonha@hotmail.com

A partir do levantamento, foi estabelecido um critério de categorias de análises o qual cada aluno ficou responsável por um seguimento, no caso aqui proposto, o critério ideal para uma análise técnica e posteriormente a verificação da sua influência em comunicações visuais, é o suporte, a base das linguagens urbanas. As duas outras divisões das categorias de análises são a ocupação urbana e a linguagem das intervenções urbanas.

Após esta pesquisa de campo realizou-se a identificação em busca de verificar como esta estética encontrada nas ruas é aplicada em produtos gráficos, por exemplo, encartes de CD, folhetos e revistas sobre o assunto e de que maneira esses materiais gráficos se relacionam com o público a que estão direcionados, relações que se identificam com o universo informacional do usuário.

A pesquisa abrange um recorte geográfico correspondente a determinadas ruas da zona sul e da zona oeste da cidade de São Paulo. A parte da pesquisa de campo aqui descrita corresponde a ruas da zona oeste, são elas: Fradique Coutinho, Cardeal Arcoverde e a Avenida Heitor Penteado todas na zona oeste de São Paulo.

Essa região foi escolhida para a pesquisa de campo por constituir uma área de concentração em manifestações urbanas, além de haver nesta área galerias e ateliês que dispõem obras de artistas que atuam com arte urbana. Na rua Fradique Coutinho por exemplo há a galeria Fortes Villaça que em setembro de 2006 apresentou uma exposição com obras dos "Gêmeos". Próximo à rua Cardeal Arcoverde tem-se a galeria Choque Cultural e a Grafiteria, ambas ligadas ao universo da arte de rua.

A rua Fradique Coutinho, localizada na Vila Madalena é em grande parte residencial.

Os poucos estabelecimentos comerciais existentes na Fradique Coutinho, geralmente ocupam espaços equivalentes a uma residência adaptada para uma edificação comercial, não há lojas em seqüência, cada estabelecimento na maioria das vezes tem residências como vizinhos, encontra-se principalmente lojas de artigos de mobiliário, restaurantes, livraria e prestação de serviços.

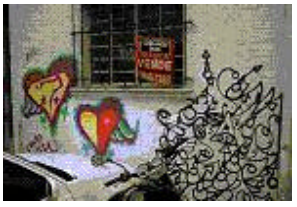
Cada estabelecimento comercial apresenta um estilo particular que na maioria dos casos podemos identificar que há um projeto de design veiculando conceitos atrelados ao produto ou serviços oferecidos pelo estabelecimento, criando uma temática própria.

Havia imagens de xilogravura, stickers e stencil coladas em muros (Fig.1). Nesta área havia também um muro pichado e alguns grafites junto aos lambs.

(Fig.1)

Outro ponto visitado na pesquisa de campo é a Av. Heitor Penteado, área de grande circulação de veículos. Há grande variedade de estabelecimentos comerciais, apesar de estar próxima a Fradique Coutinho não segue o padrão de conservação encontrado na rua residencial, em alguns pontos há lixo na calçada, algumas fachadas mal conservadas e apresentando exagero de informação visual, há menor incidência de grafite em relação a Fradique. Há também pouca quantidade de sticker, o que se observa mais é a pichação de "tag" (assinaturas em pichação) feitas com giz em pequenas áreas das paredes, em lugares baixos como muretas que beiram a calçada.

A terceira etapa realizou-se na rua Cardeal Arcoverde, nesta região percebe-se manifestação em grafite, pichação, sticker e lamb. Observando o contexto de forma geral, andando na calçada podemos ver que pichações, em maior ou menor quantidade, disputam o espaço junto a placas e faixas de imobiliárias (Fig.2). A maior concentração de Grafite encontra-se nas escadarias, Grafiteiros preencheram toda esta área das paredes com elaborados desenhos de estrutura variada, formas entrelaçadas que compõem manchas gráficas com intensa variedade de cores. Os lances de escada conduzem o pedestre a transitar em meio a verdadeiros painéis de grafite transmitindo a sensação de estar em um mundo a parte do contexto tradicional urbano, fazendo com que o pedestre "navegue" em uma mar de cores e estruturas gráficas que convida o observador a dirigir sua atenção para este mundo fantasioso do grafite.



(Fig.2)

Mais a frente observa-se pichações em pequena quantidade, porém a incidência de pichação se mostra constante por toda a cardeal, é mais densa a partir do ponto central da Arcoverde seguindo até o fim (Fig.3).

A comunicação comercial de forma geral, como placas faixas, outdoors ou fachadas de estabelecimentos comerciais convivem com a pichação e grafite.

Em diversas edificações da Arcoverde há stickers colados nas paredes contendo diversas informações gráficas e textuais, os stickers se encontram em maior parte atrás de placas de sinalização de trânsito, por exemplo, placas de proibido estacionar (Fig.4).

(Fig.3)

(Fig.4)

Panorama da arte de rua na cidade de São Paulo

São Paulo é uma cidade cinzenta...quem concorda com esta frase certamente não presta atenção ao seu redor quando se desloca pela cidade. As manifestações visuais em grafite tomam conta dos muros de São Paulo com grande variedade de cores e uma verdadeira explosão de criatividade, que utilizam como suporte a arquitetura da capital.

Considerada a locomotiva do país São Paulo é uma das maiores cidades do mundo em aspectos geográficos, econômicos e culturais. A quantidade de grafite na cidade é grande, considerando a extensão territorial da capital, duvido alguém sair na rua, se locomover de um lugar a outro em São Paulo e não avistar algum trabalho de grafite ocupando algum muro da cidade.

Atualmente, em nossa sociedade, no que se refere à paisagem urbana de grandes centros metropolitanos, como por exemplo a cidade de São Paulo, observamos que as manifestações das imagens presentes no cotidiano do ser humano, desde os primórdios da organização social, se faz presente neste momento densamente através de registros realizados por meio de grafite e pichação além de stickers, lamb, e demais expressões visuais.

Manifestações realizadas por imagens confeccionadas a partir de acontecimentos do dia-a-dia, ou da imaginação individual ou coletivas de determinado grupo social não são exclusividade do período moderno, ainda no período pré-histórico podemos observar registros do cotidiano tendo como suporte principalmente as paredes rochosas das cavernas, as chamadas pinturas rupestres possibilitaram a identificação nos das de hoje de costumes que remontam a um período, que apesar de rudimentar, registrava parte de

seu cotidiano demonstrando uma linguagem simbólica própria revelando, já naquele tempo, a existência de uma preocupação em registrar imageticamente idéias, ideologias, costumes, sonhos, desejos, aspirações que representam até os dias de hoje a vivência de determinado grupo social no dado período.

Metrópole super dinâmica e acelerada São Paulo tem em sua paisagem, além do grafite, muitas outras formas de linguagem visual que disputam o espaço urbano, por exemplo a pichação, que assim como o grafite é um expressão visual espontânea. Há também a veiculação de informação proveniente da publicidade como outdoors (recém proibidos pela prefeitura), uma infinidade de placas, comunicação de caráter vernacular (faixas e placas geralmente confeccionadas manualmente e apresentando características estéticas regionais), além da comunicação da sinalização oficial de trânsito.

Todas estas linguagens veiculam informações visuais, seja para conduzir o fluxo no caso da sinalização de trânsito, seja propaganda para anunciar um produto ou expressar idéias e ideologias, seja por caráter transgressor e demonstração de domínio subjetivo do espaço de determinada área através da pichação, ou expressões visuais particulares que definem a marca visual de uma pessoa ou grupo de artistas, como no grafite.

A paisagem urbana é forrada por essa maré de linguagens visuais que veiculam informações dos mais variados tipos.

Outros elementos de ordem estrutural colaboram para o caos na paisagem urbana que propicia a poluição visual, por exemplo fios de energia ou edificações deterioradas, ruas ou calçada sujas, em determinados lugares que dispõem de precário serviço de saneamento.

Esses elementos estruturais e formas de expressão contribuem para o ritmo frenético presente em São Paulo. Há um interessante paradoxo nesta sensação de dinamismo no meio urbano que se constitui cada vez mais frenético, todas essas formas de veiculação informativa estão estáticas, fixadas em determinado ponto, e obviamente quem transita são as pessoas nas calçadas, os motoristas que passam de carro, o usuário de transporte público que passa de ônibus e que durante o trajeto se confronta com todo esse caos de informação que se apresenta de diversas formas.

Em meio a esse mar de expressões informacionais, para uma linguagem visual se destacar e atrair a atenção do público é necessário apresentar uma estrutura gráfica consistente e se dispor em um ponto chave que propicie facilidade de observação para quem passa na frente. Por isso essa é uma preocupação recorrente entre grafiteiros e pichadores que buscam locais privilegiados no fluxo de passagem do público.

> "Porém, a percepção urbana não é um dado, não se manifesta como uma certeza, mas é um processo e uma possibilidade. Altera-se conforme as características socioculturais e informativas (repertório) do morador da cidade e submete-se às características físicas, econômicas e de infra-estrutura do próprio espaço urbano. É, portanto, fragmentada e, mais do que isso, localizada, nesse sentido, a percepção urbana transforma-se em ambiental" (FERRARA, Pág.107, 1993).

Pichadores se arriscam no alto de prédios onde nenhum elemento de publicidade conseguiu alcançar, chegam soberanos para se mostrar ao público da grande metrópole que observa com certa perplexidade e se perguntam: como conseguiram pichar lá em cima?

Grafiteiros ocupam geralmente lugares mais baixos, quase sempre muros ao nível do pedestre constituindo verdadeiros painéis visuais e convivendo mais próximos de outdoors e outras formas de comunicação que possuem interesses econômicos, principalmente provenientes do meio publicitário. Entretanto estes outdoors e placas de anúncios publicitários não são ocupados de pichação ou grafites, pois, a informação gráfica já presente no anúncio interferem no entendimento da mensagem transmitida pelo grafite ou pichação, provando que não só existe o caráter transgressor de vandalismo e sim também o intuito da comunicação e entendimento na transmissão da mensagem.

O panorama da pichação no Brasil mais especificamente, a pichação em São Paulo, apresenta uma linha de raciocínio voltado para a demarcação de áreas com disputa pelo espaço urbano por grupos de pichadores que concorrem em busca de lugares com maior dificuldades de acesso ou em conquista de áreas "neutras", na região central da cidade. A pichação de origem paulistana se difere das demais manifestações na América Latina por constituir significado próprio, quase sempre fechado a sociedade com o intuito de se identificar apenas através de assinaturas, denominações de determinados grupos de pichadores.

Os pichadores sobem pela arquitetura da cidade desafiando a altura, a polícia, o olhar crítico da sociedade em busca do ponto mais difícil para pichar onde a escrita estará em maior evidência para escrever sua assinatura, ou geralmente de seu grupo de pichadores. Entretanto, paralelo a isso, existem pichações de cunho político em São Paulo porém, em escala menor, presentes em alguns pontos estratégicos da paisagem urbana.

Grafiteiros ocupam geralmente lugares mais baixos, quase sempre muros ao nível do pedestre constituindo verdadeiros painéis visuais e convivendo mais próximos de

outdoors e outras formas de comunicação que possuem interesses econômicos, principalmente provenientes do meio publicitário. Entretanto estes outdoors e placas de anúncios publicitários não são ocupados de pichação ou grafites, pois, a informação gráfica já presente no anúncio interferem no entendimento da mensagem transmitida pelo grafite ou pichação, provando que não só existe o caráter transgressor de vandalismo e sim também o intuito da comunicação e entendimento na transmissão da mensagem.

Fechados a sociedade inclusive por sua estética em que as letras possuem uma estrutura gráfica que dificulta sua legibilidade, constituindo uma linguagem gráfica carregada de particulares em que muitas vezes são características do grupo que pichou, ou seja, não só identificados pelo nome, mas também através da estética desenvolvida para compor as letras do chamado "pixo". De forma geral a pichação possui estrutura basicamente tipográfica, ou seja, é constituída somente de letras. O estilo gráfico das letras geralmente apresenta traçado verticalizado de forma estilizada, uma estética agressiva. Representa a linguagem visual mais transgressora presente na metrópole, pois, os pichadores, diferente dos Grafiteiros que priorizam a estética, valorizam o "pixo" desenvolvido no lugar mais difícil, no alto de um prédio ou em uma janela no ponto alto de alguma edificação.

O grafite representa uma "quebra" no ciclo dinâmico e frenético da metrópole, através de suas manchas de cores e desenhos muitas vezes em caráter humorístico.

Observa-se nos muros e paredes da metrópole estruturas inusitadas, personagens que habitam um universo fantasioso com expressões muitas vezes amistosas, convivendo de certa forma com os transeuntes que andam pela rua. Apesar do caráter transgressor que soa como algo agressivo, grande parte dos grafites possuem um aspecto lúdico transmitindo alegria, festividade e vivacidade principalmente pela variedade de cores e formas gráficas. Observa-se uma verdadeira explosão de criação em que a combinação de cores, estruturas e estilos não têm limites. Observando essas manifestações artísticas urbanas tem-se a sensação de que a cidade parece um imenso livro ilustrado em que os muros e paredes são páginas que narram a imaginação dos artistas que intervém na paisagem urbana.

Cada personagem retratado na paisagem urbana parece habitar um mundo paralelo, um mundo fantasioso proveniente da imaginação de grafiteiros muitas vezes anônimos, mas que criam sua identidade e deixam sua marca no oceano de informações veiculadas junto á arquitetura urbana. Esses personagens multicoloridos e de variadas estruturas

parecem, mesmo que estaticamente, observar o desenrolar do dia-a-dia da grande metrópole. É irônico, mas em alguns casos observa-se harmonia estética entre grafite e outras veiculações de informação como placas, outdoors e fachadas de diversos estabelecimentos comerciais, principalmente harmonia cromática, é possível observar em alguns casos, ou seja, harmonia junto a demais elementos informativos e junto a própria arquitetura da cidade, como edificações, ruas, calçadas e sinalizações o grafite faz parte da composição urbana formando assim uma unidade em que todos os elementos constituem o que chamamos meio urbano.

Uma das grandes características do grafite é ser uma produção artística efêmera, ou seja, a sociedade controla sua duração, a obra que hoje habita determinado muro amanhã pode sumir através de uma pintura que a sobrepõem apagando a manifestação de criatividade da pessoa que a produziu.

> "Na homogeneidade da cidade, o hábito é a sedimentação de um uso urbano e, ao mesmo tempo, o fator da baixa definição da cidade enquanto fonte de informação; entretanto, é por este mesmo uso que o homem se apropria do espaço ambiental, identificando-o e se identificando com ele; é o uso que dinamiza o espaço e o concretiza como modo de ser de uma cidade ou de um modo de viver. A cidade adquire identidade através do uso que conforma e informa o ambiente. O espaço é informado pelo uso que o transforma em lugar, em ambiente público ou privado".(FERRARA, Pág.21, 1993)

A arte surge na paisagem urbana de modo inusitado, mudando a rotina visual por causar surpresa em quem passa por determinado local todo dia e de repente se depara com o muro grafitado. Do mesmo modo, em determinado dia o pedestre passa novamente pelo local e avista o mesmo muro todo coberto de branco.

Essa fugacidade que envolve a arte de rua cria a sensação de haver um universo de sonho em que a arte se torna o conteúdo de um devaneio que passa como se fosse uma mera impressão. Fugacidade que acompanha o ritmo da metrópole, assim como os estabelecimentos comerciais que mudam de ponto de repente, a avenida com trânsito parado na hora do "rush" e livre em horários tardios, assim como a estação do metrô lotada de pessoas no horário de pico e vazia horas depois, assim como os shoppings lotados de sábado a noite e vazios segunda pela manhã, assim como a relação entre as pessoas que dentre muitos conhecidos surgem pessoas novas mas poucas são as amizades consistentes, assim como filmes e peças de teatro que entram e saem de cartaz, exposições temporárias, essa fugacidade automática presente na relação da metrópole e seus habitantes se aplica também a arte de rua.

Como um show temporário apresentado por uma equipe circense, o grafite permanece também por tempo indeterminado, se não for admirado logo corre-se o risco de encontrar o terreno vazio, ou no caso do grafite o muro liso.

O muro se comporta como um palco, o grafite uma cena teatral, apagá-lo é como fechar a cortina do espetáculo.

Até pelo fato de originalmente as produções em grafite não habitarem com freqüência galerias de arte soa como algo transgressor aos ouvidos da sociedade, pois, outras formas de manifestação artística como pinturas ou esculturas estão "presas" em museus e galerias onde não é possível interagir com a obra, em alguns casos nem chegar perto. O grafite quebra esta barreira, pois, abrange o público de modo geral, qualquer pessoa que passa a sua frente é um público observador em potencial.

Diferente do museu ou qualquer outro espaço cultural que é preciso se locomover até o local e pagar ingresso para entrar, o grafite se apresenta de maneira democrática se tornando parte da rotina das pessoas que passam a sua frente. O grafite não espera visita para ser observado ele se coloca frente ao observador sem cobrar ingresso e sem horário para visita.

Apesar de o grafite surgir na rua, não habitando museus e galerias apresenta grande qualidade em suas produções apresentando complexidade estrutural e ousadia em termos de criatividade e combinação de cores.

A originalidade é outro aspecto importante observado em grafitesde qualidade, os principais artistas criam identidades particulares embutidas em suas obras, construindo traçado, combinação de cores e desenhos próprios.

É interessante observar o paradoxo que há no desenvolvimento do grafite, apesar de ser realizado em condições difíceis, na rua, geralmente à noite, com a polícia rondando, sem patrocínio, sem o conforto do ambiente de um atelier, muita vezes com equipamento limitado adaptado pelo próprio grafiteiro, o resultado final, no caso de um grafite de qualidade, é uma imagem complexa, elaborada com riqueza de detalhes, com exceção de alguns bombs que possuem uma estruturação gráfica simples justamente para a escrita rápida, os grafites complexos muitas vezes obrigam o artista a voltar mais de uma vez no local para concluir o trabalho.

A complexidade estrutural da imagem final reflete a dificuldade que existe no desenvolvimento do trabalho.

Comunicação visual Vernacular

A comunicação visual vernacular consiste em uma forma de linguagem comunicacional que agrega em sua estrutura elementos gráficos que apresentam características regionais em sua estética, geralmente placas ou faixas confeccionadas de forma artesanal.

Há poucos estudos, pouco material bibliográfico em relação a formas populares de comunicação, que compõem o universo frenético da comunicação visual urbana. A comunicação vernacular concorre com as demais formas de comunicação no meio urbano, não possui projetos gráficos que visam a criação de identidades visuais baseadas em conceitos e paradigmas acadêmicos com determinada metodologia. Entretanto o vernacular não deixa de ser uma identidade, ou uma linguagem visual, porém, esta é espontânea, nesse ponto se aproxima das manifestações em grafite e pichação, entretanto o vernacular tem foco comercial e o grafite e a pichação tem foco artístico e transgressor.

A comunicação vernacular que se observa em fachadas de estabelecimentos comerciais, faixas e placas visa a veiculação de informações com o intuito de atrair a atenção do público sobre determinado produto ou serviço, nesse ponto se difere do grafite e da pichação que possuem caráter transgressor, inclusive se opondo a estas intenções comerciais.

No dia-a-dia, em diversos contextos sociais existentes no meio urbano, observa-se uma verdadeira explosão de elementos relacionados à comunicação visual, por todo lado que se direciona o olhar vemos placas, outdoors, faixas, banners e fachadas de estabelecimentos comerciais oferecendo produtos e serviços. Muitos desses elementos estão ligados à comunicação vernacular expressando elementos regionais presentes no contexto em que esta comunicação se insere.

Na maioria dos casos essa comunicação não é durável, ou seja, não possui alicerce conceitual suficiente para se consolidar como identidade visual ou pelo simples fato de após determinado período não apresentar mais utilidade por responder, na maioria dos casos, a necessidades imediatas de comunicação atingindo, muitas vezes, o meio urbano de forma irresponsável.

Entretanto, a comunicação publicitária calcada em base conceitual desenvolvida através de projetos de design pelas agências de publicidade e escritórios de Design Gráfico, veiculada principalmente por outdoors, também se apresenta muitas vezes de forma indevida no meio urbano, em espaços não autorizados causando intença poluição visual.

Os outdoors, considerados sistemas oficiais de comunicação, agora estão proibidos pela prefeitura na cidade de São Paulo. Sendo assim, limitou-se o espaço urbano para a publicidade dita "oficial", e para a comunicação vernacular onde placas, faixas, banners surgem sem controle na paisagem urbana causando poluição visual na cidade.

A respeito deste assunto entrevistou-se Alan Lopes profissional da comunicação visual popular que atua na produção artesanal de faixas e placas. Ao realizar a entrevista, além de observar um profissional da área da comunicação visual vernacular no momento da criação, Alan não possui formação acadêmica, mas possui humildade e sensibilidade de percepção, além de uma convivência direta com os clientes e com o meio urbano. Sendo assim, conclui-se que este entendimento, pode-se dizer sociológico, do ambiente de destino da mensagem e das necessidades trazidas pelo solicitante do produto é de extrema importância para produzir, não só uma faixa ou uma placa de qualidade, mas principalmente uma comunicação visual eficaz que atende as necessidades de transmissão de mensagem à medida que traz soluções coerentes de comunicação. Alan apresenta toda essa competência profissional, ainda tendo que lidar profissionalmente com carência de recursos.

Análise sobre influências da arte de rua em produções de Design

Uma das influências da arte de rua encontrada em produções de Design Gráfico é o encarte do CD do cantor Marcelo D2 a parte frontal (Fig.5) do encarte traz as tags (assinaturas em pichação) (Fig.7) de forma literal, pois, compondo a cena há no chão tags pichadas com spray sobre uma base em que o artista caminha por cima.

O artista pisando sobra a pichação transmite a idéia de domínio em relação a este assunto, observa-se subjetivamente que pichação está em seu caminho, faz parte de sua trajetória e ele caminha de forma espontânea e sossegada sobre este caminho trilhado em cima destas manifestações visuais de rua, que por sua vez remetem ao universo Hip Hop unindo música, manifestações visuais urbanas e moda, presente nas roupas características do universo do Hip Hop em que o cantor está inserido.

parte da frente (fig.5)

Parte interna do encarte (fig.6)

Exemplo de "Tag" (fig.7)

Na parte interna do encarte (Fig.6), assim como na capa, encontra-se mais uma identificação do artista com a arte de rua. Há uma página dupla que traz seu rosto na página do lado direito, e do lado esquerdo há uma figura humana acentuadamente estilizada. Ambos aparecem lado a lado formando uma parceria entre o elemento humano e a estilização criada através de elementos gráficos característicos com a arte de rua.

A Biblioteca Alceu Amoroso Lima no Bairro de Pinheiros, zona oeste de São Paulo é um exemplo da aplicação da linguagem da arte de rua como forma de sinalização, com o andar exclusivo para o Núcleo Temático de Poesia, a palavra poesia foi escrita de forma parcial na fachada da edificação da biblioteca pelo grupo "Spray Poéticos" (Fig.8). Cada letra possui uma gama de cores diferentes. Transmite a sensação de clima festivo, uma forma lúdica de poesia, em contraponto com a imagem que muitos tem de literatura como algo maçante, sendo assim essa fachada cria uma espécie de "interface" simpática até mesmo ao público avesso à literatura. Essa transmissão da sensação de algo festivo e lúdico contrasta com a aparência sisuda do prédio da biblioteca que é construído em concreto, material rústico, conservando esse material na aparência. A intervenção do grupo "Spray Poético" quebra a rotina e suaviza essa impressão de aspereza transmitida pela edificação da biblioteca.

Há também a preocupação com a área interna, o andar dedicado à poesia apresenta mesas e cadeiras em cores chamativas acentuando a idéia de algo lúdico e fantasioso, há também painéis com arte urbana feita de estêncil, em cores variadas e um espaço para brincadeiras onde o lúdico se revela de forma tangível. Essas temática constituída pela arte de rua quebra a sensação de seriedade e silêncio que geralmente se encontra em uma biblioteca, pois, há presente nas imagens um dinamismo imagético que sugere movimento subjetivamente.

(Fig.8)

Grafite publicitário

Paralelo a essa densa comunicação comercial veiculada por outdoors, placas, faixas, entre outros suportes, vemos as intervenções visuais na paisagem urbana como a

pichação e os trabalhos em grafite, com diferentes objetivos de comunicação e diferentes formas de transmissão de mensagem, por exemplo, a pichação visa transmitir a mensagem através de uma codificação específica, restrita aos grupos de pichadores.

Os desenhos grafitados que, assim como a pichação, em muitos casos ocupa espaços ilícitos, porém a aceitação do público em relação ao grafite é maior devido a atmosfera artística que envolve este modo de intervenção.

É possível que com o advento dessa lei da prefeitura proibindo outdoors, os grafiteiros ganhem espaço neste aspecto publicitário, já é possível observar pela cidade anúncios publicitários que se utilizam do grafite. Por exemplo este mural presente na Rua Cardeal Arcoverde no Bairro de Pinheiros, zona oeste de São Paulo em que é possível observar o nome de uma grande empresa do ramo de produtos eletrônicos: "Sony Ericsson" (Fig.9).

A linguagem gráfica utilizada com cores vivas, formas estilizadas sobre grafismos cria uma imagem que se constitui de conceitos ligados à juventude transmitindo sensações de alegria, clima festivo, dinamismo, descontração, estilo próprio, quebra de padrões, evolução, ousadia, liberdade.

Anúncio Sony Ericsson na Cardeal Arcoverde (fig.9)

Considerações finais

Durante a realização deste trabalho percebi que meu olhar em relação à cidade de São Paulo se tornou mais aguçado, auxiliando-me na percepção de detalhes antes secundários e que agora se revelam como parte integrante de um contexto urbano apresentando sua importância em meio ao ritmo frenético da metrópole.

A busca minuciosa e atenta por expressões visuais na paisagem urbana me fez voltar o olhar para a cidade focando sua arquitetura, seus detalhes, suas paisagens, suas expressões, seu dinamismo desenfreado.

Esta observação reveladora auxilia no enriquecimento do repertório imagético do profissional da área do Design Gráfico, e mais do que isso, amplia seus horizontes culturais e faz surgir novas relações entre o indivíduo e a metrópole através da percepção das expressões visuais que estabelecem uma consistente rede de comunicação

informando a ideologia de diversos artistas que desenvolvem seus trabalhos em busca de comunicar seus ideais artísticos ou simplesmente deixar sua marca na paisagem urbana através de imagens, que dispostas em diversos lugares da metrópole, quebram por alguns momentos a seriedade da metrópole, constituída de concreto imensos arranha céus e considerada a capital do trabalho. Essas manifestações estão próximas de todos que circulam pelo espaço urbano participando diretamente do cotidiano dos habitantes da cidade, entretanto, muitas vezes não são percebidas ou são simplesmente desprezadas, o que contribui para a efemeridade deste tipo de manifestação, por exemplo, a ação da prefeitura em "limpar" os muros grafitados, pintando o muro e pondo um fim momentaneamente a uma arte que ressurgirá após algum tempo, mas enquanto não ressurge o que sobra é um muro apagado, sério, sem graça a exemplo das escadarias da rua cardeal Arcoverde (Fig.10) e (Fig.11).

(fig.10) e (fig.11) Escadarias na rua Cardeal Arcoverde primeiro em 26/02 e posteriormente em 19/03 de 2007

Referências bibliográficas

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Leitura sem palavras**. São Paulo, Ática, 2004

FERRARA, Lucrecia D´Alessio. **Olhar Periférico**. São Paulo, Edusp, 1999.

GITAHY, Celso. **O que é Graffiti**. São Paulo. Brasiliense, 1999

POATO, Sérgio (org) **O graffiti na cidade de São Paulo e sua vertente no Brasil: estética e estilos**. Núcleo interdisciplinar de Psicologia da Universidade de São Paulo, 2006.

TELLEZ, Armando Silva. **Graffiti: Una Ciudad Imaginada.** Bogotá, Colombia, Tercer Mundo Editores, 1988