



## **Galeria Urbana: O Uso da Rua Como Suporte Artístico e a Incorporação da Estética do Graffiti como Item de Consumo e Obra de Arte**

Henrique Vale Andrade SILVA<sup>1</sup>

David Gomes da Rocha NETTO<sup>2</sup>

Cristiano José RODRIGUES<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### **RESUMO**

Desenvolvemos um projeto experimental que pudesse integrar os aspectos que consideramos mais importantes dentro na nossa graduação. Utilizar técnicas de produção audiovisual - nossa área de maior interesse no curso - e fazer um exercício analítico com a visão crítica que construímos ao longo dos anos na Faculdade. Registramos em um documentário, opiniões distintas sobre a produção de graffiti no Brasil. Discutimos o uso do espaço público como suporte artístico, a apropriação da estética da arte urbana pela publicidade e pelo mercado de consumo e a passagem do graffiti para as galerias de arte e museus. Todas essas transformações ocorreram ao longo das últimas décadas, porém a discussão sobre elas se manteve em território acadêmico. O documentário, assim como as intervenções urbanas, tem como objetivo (re)afirmar a necessidade de se (re)discutir a função e a dinâmica do espaço urbano.

**PALAVRAS-CHAVE:** graffiti; intervenção urbana; espaço público; arte urbana.

### **1 INTRODUÇÃO**

Esse trabalho pretende analisar como uma expressão artística surgida nas ruas e sempre relacionada à subversão e criminalidade passa a ser aceita pela sociedade e utilizada nos mais diversos meios de comunicação. A partir dos anos 60 a estética do graffiti, nosso objeto de estudo, passou por processos que levaram essa forma de arte marginalizada a ganhar novo status. Além de estar presente no espaço urbano, o graffiti dos dias atuais invadiu os museus e galerias e tornou-se símbolo de urbanidade.

A presença marcante do graffiti nas ruas e também na mídia despertou o nosso interesse quando resolvemos realizar um vídeo documentário como Trabalho de Conclusão de Curso. A escolha por um trabalho prático ocorreu naturalmente pelo fato de o audiovisual ter sido a área de nosso maior interesse durante todo o curso de Comunicação Social. O documentário foi uma oportunidade para integrar a pesquisa jornalística e o uso das técnicas para gravação e edição absorvidas durante as aulas da faculdade.

---

<sup>1</sup> Autor do trabalho e estudante do Curso de Comunicação Social da UFJF, email: henriquevale@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Autor do trabalho e estudante do Curso de Comunicação Social da UFJF, email:nkc98@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor da Faculdade de Comunicação Social da UFJF.



## **2 OBJETIVO**

### **2.1 GERAIS**

- elaborar uma monografia - projeto experimental - como avaliação final do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo;
- realizar um documentário como parte prática do projeto experimental com temática a ser discutida na parte teórica do trabalho.

### **2.2 ESPECÍFICOS**

- investigar o espaço urbano como ambiente produtor de fenômenos comunicacionais.
- registrar experiências de interferências urbanas e os seus objetivos.
- analisar a apropriação do mercado pelas produções de artistas de rua X caráter contestatório da origem desse movimento.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A pertinência e importância de se discutir a arte urbana – arte feita na cidade e com a cidade – está no fato de que esta pode ser pensada como prática social que tece com a cultura e a história uma densa trama simbólica que dá sentido às maneiras como produzimos e ocupamos os espaços públicos e, ao mesmo tempo, somos “produzidos” por eles. (GONÇALVES, ESTRELLA, 2007, p. 103)

Seguindo o amplo conceito de Shannon & Weaver, onde comunicação se define por “todos os procedimentos pelos quais uma mente pode afetar outra”, pretendemos investigar o universo da arte urbana ou street-art como um espaço criador de fenômenos comunicacionais.

As intervenções artísticas no meio urbano podem ser vistas como forma de propôr uma troca de informação através da criação de novos signos nas ruas. Em suas obras, o artista de rua cria uma gama de possíveis interpretações para os passantes, dando início assim a um processo comunicativo.

Seja para demarcar um território, criticar o sistema, expressar ideias e sentimentos ou mostrar o nome ao mundo, a arte urbana mantém a ideia de passar uma mensagem adiante. O grafite, principal vertente desse tipo de arte, passou por várias mutações desde



que surgiu e hoje tem sua estética adotada por setores antes combatidos na sua própria ideologia.

Esse projeto tem o objetivo de registrar, através de um vídeo-documentário, quais são as visões e motivações de alguns artistas que utilizam os muros da cidade como principal suporte para passar sua mensagem e como a rua influencia em seus trabalhos.

Através da produção do documentário, estaremos frente a frente com nosso objeto de estudo, tornando assim a investigação proposta mais completa. Com as imagens e entrevistas captadas poderemos ilustrar diretamente um pouco do universo das ruas. Poderemos também compreender a natureza dialética da arte urbana, que utiliza a rua como inspiração e suporte e posteriormente agrega valores e novos significados ao espaço urbano.

## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

### **4.1 PRÉ-PRODUÇÃO**

#### **4.1.1 Pesquisa**

Iniciamos o trabalho de pesquisa tentando agrupar o maior número de informações possíveis sobre a produção e a história do graffiti no Brasil e no mundo. Utilizamos a internet como primeira ferramenta para fazer uma lista de possíveis referências iniciais para nos aprofundarmos no tema tratado.

A partir da pesquisa na internet e da leitura de alguns textos sobre a história do graffiti, tivemos contato com filmes documentais como: *Bomb It!* (2007) que parte de um resgate das origens do graffiti nos Estados Unidos e chega aos dias atuais mostrando o trabalho dos principais artistas atuantes no mundo; *Style Wars* (1983) que mostra a cena do graffiti de Nova York naquela época; *Inside Outside* (2006), documentário que mostra e compara a produção dos artistas dentro e fora das ruas; *Wild Style* (1983), conta a história dos membros do grupo de mesmo nome que eram conhecidos como os “reis dos trens de Nova York”.

A leitura de livros e artigos acadêmicos nos deu idéia da produção de graffiti como processo comunicacional. Nos livros que mesclavam imagens e textos como *Graffiti World*, *Graffiti Brasil* e *Stencil Graffiti* da Editora Thames & Hudson, *Wall and Piece* da Editora Century e *The Birth of Graffiti* da Editora Prestel, conhecemos a história e a obra dos principais artistas do mundo.

A pesquisa foi realizada tanto em conjunto quando individualmente pelos integrantes da equipe. As fontes de pesquisa relevantes para o trabalho que foram estudadas



individualmente eram discutidas em conjunto em reuniões semanais. Como última etapa de pesquisa antes das gravações do documentário, resolvemos fazer entrevistas com artistas de graffiti locais para conhecer melhor esse universo e definir como iríamos abordar o assunto no vídeo.

#### 4.1.2 Tema e Formato

Após as pesquisas gerais sobre produção de graffiti, notamos que fora do país, o graffiti brasileiro possui grande reconhecimento e alto valor de mercado no circuito de arte contemporânea. Além disso, nos meios de comunicação, na moda e na publicidade, a estética do graffiti nunca esteve tão presente.

Ao reconhecer o graffiti contemporâneo como um produto artístico cada vez mais democratizado, decidimos que nosso trabalho teria como foco, as relações graffiti X mercado e graffiti X obra-de-arte. Essa decisão também se fez necessária devido as nossas restrições financeiras e ao curto tempo de produção que nos obrigava a escolher aspectos mais específicos dentro do nosso tema geral. Pelas mesmas dificuldades tivemos que optar por gravar o vídeo em apenas uma cidade, e São Paulo, a “cidade mais grafitada do mundo”, foi a opção mais apropriada.

Com o recorte definido, produzimos um pré-roteiro para o documentário que selecionava os assuntos que seriam tratados no vídeo. Para abordá-los, decidimos realizar entrevistas com pessoas ligadas à produção de graffiti no Brasil. As entrevistas seriam ilustradas com imagens de graffiti no contexto urbano ou de telas que seguissem essa estética das ruas.

#### 4.1.3 Escolha das fontes

Durante a pesquisa alguns artistas chamaram nossa atenção e foram as primeiras pessoas com as quais entramos em contato. Para embasar o tema proposto precisávamos de outras pessoas que também estivessem inseridas nesse universo, mas que possuíssem uma visão diferente da dos artistas. Para isso, entramos em contato com o diretor criativo de uma revista de arte contemporânea e com um representante de jovens artistas, que a faz a ligação destes com o mercado de arte internacional. Os contatos foram estabelecidos por e-mail, através de uma conta criada com esse intuito.



#### 4.1.4 Entrevistas

Depois de entrar em contato com as fontes do nosso documentário montamos um cronograma de entrevistas que tinha o objetivo de agilizar o período de gravações e assim reduzir os nossos custos com hospedagem, transporte e aluguel de equipamento.

Com o cronograma definido e a pesquisa sobre cada fonte realizada, escrevemos uma pauta geral de entrevista para todas as fontes. A pauta, assim como o pré-roteiro, era definida por assuntos específicos dentro do tema geral graffiti. Resolvemos ordenar a pauta dessa forma porque a divisão por assuntos facilitaria na hora da montagem do documentário. Usando a pauta geral como base, fazíamos as adequações necessárias para cada entrevistado e escrevíamos uma sinopse sobre a relação deles com o graffiti.

#### 4.2 PRODUÇÃO

As gravações foram realizadas entre os dias 04 e 08 de maio de 2009. O equipamento utilizado para a gravação foi composto por 1 câmera Mini-DV JVC GY-DV300, 1 tripé para filmadoras, 1 spot de luz de 650w, 1 microfone direcional shotgun YOGA e 1 adaptador wide 0.5x para lente da câmera.

Resolvemos realizar as entrevistas em ambientes internos para priorizar a captação do áudio. Além disso, utilizando a casa ou o próprio local de trabalho dos entrevistados como locação não seria necessário que eles se deslocassem, tornando a execução da filmagem mais viável. Apenas um entrevistado (Onesto) pediu que sua entrevista fosse realizada na rua, pois o ambiente seria melhor já que estávamos falando de graffiti. Todos os entrevistados que concordaram em participar do projeto assinaram um termo que regularizava o uso da imagem e do áudio das entrevistas e explicava em linhas gerais a intenção do nosso Trabalho de Conclusão de Curso.

Procuramos criar um clima descontraído para as entrevistas. As perguntas eram realizadas por nós dois para não criar uma relação entre fonte e repórter e sim, simular um bate-papo. Dessa maneira acreditávamos que os depoimentos dos entrevistados pareceriam mais espontâneos e marcantes no vídeo. Além disso, fizemos algumas perguntas que não estavam na pauta, aproveitando o direcionamento da conversa e de situações que ocorreram durante as gravações.

Para contextualizar o ambiente durante as entrevistas optamos por usar o adaptador wide 0.5x, que tem como função ampliar o campo de visão da câmera. Dessa maneira ao mesmo tempo em que o entrevistado fala, o público pode conhecer um pouco das características do local de trabalho deles. O adaptador também foi usado nas imagens

externas, pois, como havíamos definido na pré-produção, priorizaríamos as imagens que mostrassem a relação entre o graffiti e o dia-a-dia na cidade.

Os closes e os detalhes dos murais pintados nas ruas também foram gravados, mas ficou acertado que na edição a prioridade das imagens de obras feitas nas ruas deveriam ser as de planos gerais ou de contexto. Para as obras feitas em tela ou qualquer outro suporte que não fosse o espaço público as imagens deveriam ser fechadas para registrar os detalhes e dar idéia que tais formas de arte são para um público restrito. As gravações de entrevistas e imagens totalizaram nove fitas Mini-DV, correspondendo a nove horas de material bruto e determinamos que o tamanho do vídeo final deveria estar entre 10 e 20 minutos com a condição de abordar todos os temas estabelecidos no pré-roteiro.

#### 4.3 PÓS-PRODUÇÃO

A pós- produção começou com a decupagem das nove fitas. Indicamos com anotações as falas importantes de nossos entrevistados e localizamos as imagens captadas. Depois de capturar as fitas no computador foi iniciada a montagem.

Primeiramente editamos apenas as entrevistas, procurando construir um discurso único e coerente a partir das falas dos nossos entrevistados. Era importante que esse discurso contasse, através da experiência dos participantes, como o graffiti se desenvolveu no Brasil, quais características fizeram ele se destacar no mercado internacional e como essa arte de rua passou para as galerias e virou item de consumo. Também era importante diferenciar a partir da visão dos participantes, o graffiti feito nas ruas e as telas pintadas com técnicas do graffiti.

Ao final da edição de entrevistas reparamos que as imagens estavam muito “lavadas”, sem contraste entre as cores, característica do equipamento disponível para utilização na faculdade. Para sanar esse problema e destacar as cores presentes nos trabalhos de graffiti, decidimos alterar digitalmente os níveis de preto e branco nas imagens, aumentando assim o contraste.

Para a abertura optamos em fazer um clipe de imagens que fossem aos poucos introduzindo o assunto a ser tratado – primeiro imagens que mostrassem o ambiente urbano e aos poucos imagens de graffiti nas ruas – com frases em off que fizessem um panorama geral sobre o tema do vídeo. Alguns frames de cada take foram separados e tratados de forma a acentuar suas cores, os mesmos frames foram então reinseridos ao vídeo trazendo um novo espaço - através das cores - e tempo (imagens paradas) para o caos urbano da



imagem original. Para apresentar os entrevistados que viriam a seguir montamos uma animação onde cada um deles aparece “grafitado” a um muro ao lado de sua obra.

Durante as entrevistas usamos as imagens captadas por nós, imagens de arquivo (outros filmes), e fotos cedidas pelos entrevistados para ilustrar o que estava sendo falado. Como recurso auditivo, utilizamos como BG – trilha sonora de fundo – músicas que trouxessem a sensação de cidade, do meio urbano, mas que não caíssem no óbvio para o assunto, que seria o Hip-Hop americano. A masterização do áudio das entrevistas foi terceirizada sob nossa supervisão, ficando a cargo do XT Studio.

Depois que o áudio do documentário foi masterizado partimos para os ajustes finais. Os créditos e arte para apresentar os entrevistados foram criados e integrados à montagem. A edição que representa a versão final do nosso Trabalho de Conclusão de Curso foi finalizada no dia 15 de junho de 2009.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O produto do projeto é composto de duas partes: o documentário e a parte escrita. No documentário fizemos uma montagem que pudesse direcionar os depoimentos para a abordagem de todos os tópicos que pretendemos investigar durante o período de produção do trabalho. Já a parte escrita tem a função de embasar todo o conteúdo discutido no documentário e relatar como foi o processo de produção audiovisual e apuração jornalística que utilizamos.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

O graffiti deixou de ser apenas uma marca do ambiente metropolitano para ser objeto das mais diversas mídias. Desde a moda à identidade visual de canais de TV, sua estética se tornou símbolo de urbanidade. Esse trabalho procurou se inserir no universo do graffiti e de maneira prática, discutir e reunir opiniões que pudessem ilustrar as relações contemporâneas que o graffiti estabeleceu com o mercado.

Através da produção de um vídeo com artistas e pessoas ligadas à produção de graffiti no Brasil tentamos registrar como esse fenômeno se desenvolveu no país. Pudemos observar que o reconhecimento alcançado pelo graffiti brasileiro no circuito de arte internacional se deu devido à originalidade do que é produzido aqui. Por sua vez, essa originalidade veio da falta de referência e da necessidade de se adaptar as condições adversas encontradas pelos artistas pioneiros do país.

Utilizar a imagem para discutir uma forma de arte visual foi a maneira mais efetiva que encontramos para corroborar as relações levantadas por nós. Com as entrevistas chegamos à conclusão que existe uma confusão acerca da conceituação de graffiti. Através dos depoimentos registrados concluímos que graffiti é uma forma de expressão feita de maneira livre e espontânea nas ruas, diferente daquilo que estampa camisetas ou dá identidade a anúncios publicitários. A estética do graffiti está muito mais ligada ao suporte que é utilizado do que aquilo que é feito.

Independente das discussões sobre o que é ou deixa de ser graffiti, a estética que veio das ruas nunca foi tão popular e democrática. Esse estilo, que invadiu diversas mídias, motiva o consumo tanto de uma pessoa da classe A quanto de uma pessoa da classe C. O mais importante nesse caso, é que o graffiti, ao ser apropriado por outros meios, não perca o seu caráter de intervenção e questionamento do espaço público.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, Jean. Kool Killer ou a insurreição pelos signos. In: *A troca simbólica e a morte*. Lisboa: Edições 70, 1976.
- DE CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- GONÇALVES, Fernando do Nascimento Gonçalves; ESTRELLA, Charbelly. *Comunicação, arte e invasões artísticas na cidade*. In: LOGOS 26. Rio de Janeiro: UERJ, 2007, p. 98 – 110.
- GUATTARI, Félix. *Caosmose*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.
- POATO, Sérgio (Org.) *O graffiti na cidade de São Paulo e sua vertente no Brasil: estéticas e estilos*. São Paulo: Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo. Núcleo Interdisciplinar do Imaginário e Memória. Laboratório de Estudos do Imaginário, 2006 (Coleção Imaginário)
- SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: Velho, Gilberto (Org). *O Fenômeno Urbano*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.
- BOMB IT. Direção: Jon Reiss. USA. Antidote Films, 2007. 1 DVD (93 min), 4:3, color, sem legendas.
- BASQUIAT. Direção: Julian Schnabel. USA. Eleventh Street Production, 1996. 1 DVD (106 min), 4:3, color, legendado.