

3. O Sticker e a Paisagem Urbana

A vida nas metrópoles urbanas é desafiadora. Seus habitantes vivem imersos em suas realidades profissionais e pessoais, afazeres e rotinas diárias que, quase sempre, forçam os mesmos a viverem numa corrida que parece eterna. Essa condição vêm se expandindo e se dinamizando com velocidade cada vez maior desde a Revolução Industrial, e leva esses habitantes das metrópoles a experimentarem sensações diversas, muitas vezes contraditórias enquanto lutam em busca de uma melhoria em suas condições de vida, manutenção das mesmas ou mesmo somente para sobreviver num sistema que homogeniza anulando o indivíduo.

Movimentos de oposição e crítica a essa anulação, utilizando-se do ambiente urbano como suporte, através de inscrições e frases poéticas em muros, parede e fachadas, tentavam resgatar os seres viventes nas metrópoles dessa anulação, tentavam resgatar o indivíduo.

Esses movimentos ganharam proporções mundiais e se desenvolveram culminando em movimentos de arte urbana como o grafitti.

Questões como explosão demográfica, oferta de emprego, transporte público, poluição do ar, poluição visual, todos esses fatores afetam diariamente em maior ou menor escala todos os milhões de habitantes dessas metrópoles, e são usados como temas dessas manifestações artísticas nas ruas.

A arte urbana tornou-se uma prática social, que através de suas obras, pensam sobre a vida social segundo Pallamin:

O relevo das significações das obras de arte urbana e sua concretização no domínio público dão-se em meio a espaços permeados de interdições, contradições e conflitos. Sua efetivação porta relações de força sendo exercidos entre grupos sociais, entre grupos e espaços, entre interpretações do cotidiano, da memória e história dos lugares urbanos. Potencialmente (sobretudo quanto às obras de caráter temporário), pode configurar-se num terreno

privilegiado para efeitos de choque de sentidos (negação, subversão ou questionamento de valores). (PALLAMIN, 2000, p.24)

No entanto, a rotina complexa e extremamente dinâmica na qual estamos inseridos hoje, deixa pouco ou quase nenhum tempo para os viventes das metrópoles perceberem e interagirem com o ambiente ao seu redor. Além disso, tais expressões artísticas urbanas eram e ainda são muitas vezes taxadas e classificadas como vandalismo e acabavam rechaçadas ou mesmo simplesmente ignoradas.

Isso, aliado a um excesso de estímulos a que os viventes das metrópoles são diariamente expostos, leva a um anestesiamiento ou mesmo “reclusão” dos mesmos em relação ao ambiente que os cercam. Segundo a professora de antropologia visual Rita Alves Oliveira em entrevista dada à Revista da Folha:

(...) “Nós vamos sofrendo um processo de anestesiamiento por conta de excesso de estímulos. Isso resulta naquela atitude blasé, reservada, a mesma do ‘Homem da Multidão’, de que falava (o escritor) Edgar Allan Poe”, acredita a professora de Antropologia Visual da PUC Rita Alves Oliveira. (MACEDO, 2004, p.8)

Poluição sonora, do ar, visual, todos esses fatores contribuem para o isolamento dos habitantes da cidade em “casulos” de suas vidas e realidades pessoais.

Buzinas, ruídos de motores de automóveis e ônibus, outdoors, luminosos, cartazes, faixas, banners, pôsters, todos esses elementos encontram-se em cada esquina e ruas de São Paulo e de outras metrópoles mundiais, às centenas, milhares, milhões, e se tornaram componentes da paisagem urbana dessas metrópoles como cita Moles:

O cartaz é uma elemento da vida cotidiana de países capitalistas, povoa a cidade de imagens e crina nosso ambiente; (...) (MOLES, 1969, p. 67)

O grande número desses elementos estimulando contínua e incessantemente os habitantes dessas metrópoles, age de forma a sobrecarregar os sentidos dos mesmos “anestesiando” seus sentidos, fazendo com que a resposta a esses estímulos seja cada vez menor.

Esses elementos passaram a fazer parte do imaginário das metrópoles juntamente com as edificações, postes, semáforos, ruas, praças, avenidas, criando uma imagem homogênea, de difícil legibilidade. A percepção do ambiente ao seu redor, da forma física e dos componentes da metrópole por parte dos seus habitantes fica, em razão dessa homogenização da imagem, prejudicada pois seu entendimento não se dá de forma completa como coloca Ferrara:

A percepção urbana é uma política cultural que concretiza certa compreensão da cidade e se apóia, de um lado, no uso urbano e, de outro, na imagem física da cidade, da praça, do quarteirão, da rua, entendidos como fragmentos habituais da cidade. Uso e hábito, reunidos, criam uma imagem perceptiva que se sobrepõe ao projeto urbano e constitui o elemento de manifestação concreta de espaço. Entretanto, essa imagem, por que habitual, apresenta-se homogênea e ilegível. (FERRARA, 1988, p.03)

Numa grande metrópole como São Paulo cuja imagem encontra-se homogeneizada, a percepção desta, torna-se nula por parte de seus habitantes. O sticker nesse contexto de cidade busca, através de seus grafismos, cores, formas, apropriações e interações com o ambiente imediato, atrair a atenção dos habitantes nas metrópoles, causar-lhes uma reação, uma emoção, seja de ojeriza, de riso, de confusão. O sticker busca dessa forma, fazer os habitantes dessas metrópoles perceberem e refletirem sobre o que ocorre no ambiente que os cerca.

O sticker, entretanto, ao longo do processo de tal busca, sofre a ação de diversas variáveis conforme veremos em seguida.

3.1. O Sticker e a população metropolitana

O sticker assim como o graffiti e outras formas de arte e de arte urbana têm seu fator motivacional muito variável e está intimamente atrelado ao contexto temporal-espacial (época histórica e lugar), da carga cultural e da carga vivencial e de quem os executa.

Assim como o fruidor ao apreciar uma obra de arte, que sofre a interferência de variáveis internas (psicológicas e sentimentais) e externas (culturais, espaço-temporais, sociais e econômicas) ao interpretar uma obra, o stickeiro também sofre a ação desse tipo de variável no processo criativo e produtivo de seus trabalhos.

Os stickeiros criam suas obras de acordo com sua realidade sócio-cultural, econômica, gostos pessoais, e ainda de acordo com seus sentimentos no momento do processo criativo. Umberto Eco, coloca que todos nós somos a somatória de experiências de vida e resultado de contínuas interferências do ambiente ao nosso redor ao longo de nossas vidas. Além disso, por sermos criaturas sociais, vivemos inseridos em determinados modelos culturais:

(...) Cada ser humano vive dentro de um certo modelo cultural e interpreta e experiência com base no mundo de formas assuntivas que adquiriu. (...) (ECO, 2003, p. 142)

A produção e criação dos stickers é, portanto, altamente influenciada e sofre grande interferência de tais variáveis, criando “categorias” de stickers.

Os stickers podem ser divididos em temáticas políticas, intervencionistas e massivas. Esses, apesar de ocuparem o mesmo suporte (a cidade) e terem características básicas comuns, são diferentes na questão da concepção e ideologia.

No processo criativo do sticker, por conta da variedade ideológica que acaba sendo determinada pela recepção e absorção pela sociedade dessa forma

comunicativa inserida no espaço urbano, o questionamento sobre o que realmente é essa manifestação e onde ela difere de outras formas de expressão artística, vai se transformando na mesma velocidade em que se cola um sticker numa caixa de energia.

Seus adeptos colam seus stickers pelos mais variados motivos. Alguns deles por “ibope”, outros por “protesto”, outros para intervir graficamente no ambiente em que vivem, já alguns procuram fazer a população da cidade de São Paulo, perceber as intervenções a seu redor e questionar as mesmas, levando-os a um reflexão sobre aquilo que está ali.

Artistas urbanos como Rodrigo Chã procuram estabelecer uma nova relação cidadão/cidade, através de estímulos visuais que o façam perceber o ambiente ao redor de si:

(...) Eu busco uma relação melhor entre o cidadão e a cidade.

Fazer com que ele perceba melhor seu ambiente, questione todo estímulo visual presente nesse caos.

Que começe a ver em um diferente ponto de vista, que mude sua rotina, em cada canto um símbolo diferente.

Estar pela cidade, como uma praga, a praga urbana mais comum nas metrópoles.. a pomba... muitos odeiam.. alguns gostam... [aqui fazendo uma alusão a seu trabalho o “Projeto Chã”]

Já Z. Zeila, coloca que sua motivação é trazer a arte para as pessoas em seu dia-a-dia:

(...) O meu é levar arte para as pessoas que não estão esperando encontra-la no seu caminho de rotina...

Acho que a arte deve fazer parte do cotidiano e não apenas ficar enclausurada entre quatro paredes, sendo vista apenas por quem sabe que ela está ali.

O artista Samuel Hoffmann diz que sua motivação é o amor à arte:

(...) Aí, pô, eu faço meus lams por coração, pelo amor a arte!

Mas também tipo assim, eu faço desenho desde pequeno, e eu queria que todos vissem minha arte. Mas com o graffiti era muito difícil em condição financeira!

Daí, vi um cara, há muito tempo isso, vi ele colando! Puxa, o “bagueio” me fascinou!

Elogiei o maluco e pensei: “Um dia eu faço isso!” Agora não é hobby, mas sim pura paixão mesmo pela arte!

Também penso assim: eu expresso o que eu acho que está certo. Quando as pessoas vêem meus tramos elas “pensam” a minha personalidade, meu caráter com minha comunidade social numa cidade!

Pó, a minha integração, entende?!

Mas aí cada um com seu motivo de liberdade e expressão na rua. Todos têm seus motivos pra colar!

Wel016.Sticker, diz que sua motivação é atingir as pessoas normais, fazê-las perceber o que está em frente a elas. Além disso, Wel coloca que cola também por diversão:

(...) Eu colo....

porque as pessoas que eu quero atingir, que eu quero que vejam os meus stickers, são pessoas normais como eu e você, que não têm carros, que não tem motos, que além de tudo andam a pé.

Eu colo para as pessoas normais perceberem. Não entenderem, porque entender um sticker está muito além... é uma coisa meio impossível.

Mas eu colo pela diversão, pela sensação ótima que me dá!

Porque eu sou como os cachorros que andam marcando todo poste que passam, porque eu sou um andarilho, e gosto de deixar a minha marca.

Colo com meus amigos, colo sozinho. Colo de dia, colo de noite. Colo com quem eu conheço e com quem eu não conheço.

Pra resumir um pouco... eu apenas colo!

Renan Saviolli diz que cola para intervir no ambiente urbano e vencer o preconceito contra os artistas urbanos:

(...) As minhas [motivações] são intervenção urbana, compartilhar minhas idéias, mostrar a liberdade que a sociedade tem de mostrar suas idéias... mesmo sendo taxado de vandalismo.

Aliás é bem por aí. Vencer o preconceito também.

Mostrar tudo o que há de podre e que deve ser mudado!

A questão da diversão... eu posso dizer que essa é minha diversão!
Gosto muito de saber que tá ali!!
Através de um adesivo, uma mensagem que pode fazer uma diferença!
É isso que me atrai no movimento sticker.

T.Hip⁴⁰ coloca que quer estabelecer com seus trabalhos um diálogo entre cidadãos e artista:

(...) O artista busca sempre passar uma mensagem, independente qual ela for.

O artista de rua em especial, porque sua obra é vista por milhões de pessoas, está na rua e a visibilidade é maior.

Acho que independente do compromisso do artista com sua obra ele tem antes um compromisso com o público.

De fazer a interpretar e ser interpretado e na maioria das vezes rola um “diálogo” entre a obra do artista e quem a vê.

O stickeiro Jota Erre⁴¹ é categórico quanto à sua motivação intervencionista na vida dos habitantes das cidades:

Interferir!

Colamos stickers na cidade porque é o meio onde vivemos. Como hoje em dia a convivência com as pessoas se tornou profissional e fria, aquele adesivinho que muitos falam, muda o dia dos que passam e vêem os stickers. Talvez a pessoa não entenda o que significa, mas só

⁴⁰ Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em setembro de 2006.

⁴¹ Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em setembro de 2006.

o fato de conseguirmos que ela desvie seu olhar habitual, vai gerar uma pequena mudança em sua vida, ou dúvida, curiosidade, seja lá o que ela sentir, conseguimos interferir no dia a dia da sociedade.

Colo porque gosto disso, gosto de saber que alguém vai perguntar: “Que porra é aquela colada na lixeira?”, ou “O que é aquele lambe-lambe com uma bomba que tá colado na ponte?”.

Acho que a arte efêmera é algo fascinante. Hoje você fez, amanhã já não tá mais lá.

A contemporaneidade do sticker permite que viajemos, criemos e colemos os stickers nos lugares mais absurdos, pois hoje o mundo é absurdo, ou seja, não existe regras, e as que ainda sobraram, nós vamos quebrar.

É isso, bomba neles!

O stickeiro Viny⁴² coloca que sua motivação é subverter o sistema:

Bem, no começo eu colava para tentar de alguma maneira interagir com as pessoas que andavam pelas ruas, atiçá-las, deixá-las curiosas a respeito daquilo e fazer com que elas sintam que há pessoas escondidas nos guetos das metrópoles querendo mudar suas rotinas, seu cotidiano.

Mas comecei a achar que isso não era o suficiente, muito artistico e pouco subversivo. E eu como odeio a arte e os diversos conceitos que estão escondidos nela, resolvi me juntar com alguns amigos e montar um coletivo, e vamos começar a bombardear os outdoors, e as

⁴² Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em setembro de 2006.

propagandas que tentam pegar os jovens (principalmente) pela moleira e fazê-los consumir coisas desnecessárias.

Estou meio cansado desses “hypes” criados pelo “indie” e “alternativo” e cada vez mais quero que as pessoas percebam que elas não tem controle sobre suas próprias vidas e que somos todos prostitutos de alguma forma.

O stickeiro Augusto Guimarães⁴³ menciona querer “organizar” a poluição visual da cidade e criar um trabalho poético na mesma:

(...) “dar uma arrumada” na poluição visual na cidade, e também fazer um trabalho poético, com uma mensagem por trás. Entendendo ela ou não, ela está lá, mas não por muito tempo...

A rotina é uma prisão, e arrebentá-la é sentir-se livre, nem que por um segundo.

E isso já faz valer a pena!

Mesmo com todos exprimindo e exibindo uma motivação para colar seus trabalhos nas ruas da cidade de São Paulo, há aqueles que não possuem uma motivação em especial, como mostra Jorge Botossi⁴⁴:

Pô, sei lá! Acho que tem a maior galera que nem se interessa muito e sai por aí colando umas coisas meio sem noção...

Mas não tenho problema nenhum com isso... “pega nada”.

⁴³ Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em setembro de 2006.

⁴⁴ Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em setembro de 2006.

E é engraçado mesmo... geralmente quem cola é bem inteligente e de cabeça aberta...

Wel016.Sticker reforça a afirmação:

(...) quanto a gente que cola sem saber qual o motivo na realidade, isso é normal.

Em tudo tem gente que entra sem saber os ideais. Agora, cabe a quem é mais antigo espalhar e ensinar os ideais básicos.

Eu também já fui porralouca de colar em tudo quanto era canto. Seja onde fosse, deu vontade e tinha espaço, eu estava colando.

Mas a gente vai amadurecendo e entendendo a realidade, e vê que street art não é sair por aí fazendo bagunça, e sim você mostrar a sua idéia na rua de um modo inteligente. (...)

As razões e motivações para a criação e produção dos stickers são, portanto, as mais variadas possíveis. O sticker quando instrumento para “fazer com que as pessoas percebam melhor seu ambiente”, “questionem todo o estímulo visual presente nesse caos”, “passar uma mensagem”, ou ainda “dar uma ‘arrumada’ na poluição visual na cidade, além de fazer um trabalho poético por trás”, adentra o conceito que Roaleno Ribeiro da Costa coloca em sua dissertação de mestrado, que uma obra para ser artística, deve prender a atenção do fruidor (ou no caso do sticker, das pessoas viventes nas grandes metrópoles e centros urbanos) e comunicar algo, passar uma mensagem e estimular um diálogo entre obra e fruidor.

Um objeto para ser considerado uma obra de arte, é preciso reconhecer que há algo nele que se dirige à comunicação, algo que

chama o olhar e pede a atenção do espectador. É fundamental que haja o desafio e a solitação a um diálogo. (COSTA, 1994, p. 2)

O sticker, apropria-se desse conceito na medida em que, colocados nos mais variados e incomuns lugares, despertam e chamam a atenção de pedestres e transeuntes da cidade, causando-lhes estranheza, ojeriza, admiração... forçando-os a buscar uma explicação para aquele adesivo ali colado com aquela ilustração ou mesmo mensagem escrita. Essa busca por uma explicação acaba por gerar um diálogo com a obra, fazendo com que o espectador tenha de explorar suas vivências e experiências até ali para encontrar uma resposta que lhe seja satisfatória e significativa.

Ao estarem aplicados em semáforos, placas de sinalização, caixas de energia, postes, outdoors e muros, com suas ilustrações e dizeres impactantes, fortes, violentos, icônicos, ou ainda com símbolos de-significados e descontextualizados, o sticker desequilibra, quebra a falsa “harmonia” urbana, desorganiza contextos já arraigados, cria tensão e confusão, atraindo a atenção, gerando polêmica e “desconforto”. Isso porque temos a tendência orgânica de harmonizarmos e organizarmos os estímulos racionalmente, a fim de não gerarmos essa tensão e confusão:

O organismo humano parece buscar a harmonia, um estado de tranquilidade e resolução que os zen-budistas chamam de “meditação em repouso absoluto”. Há uma necessidade de organizar toda espécie de estímulos em totalidades racionais, como foi demonstrado pelos experimentos dos gestaltistas. Reduzir a tensão, racionalizar, explicar e resolver as confusões são coisas que parecem, todas, predominar entre as necessidades do homem. (DONDIS, 1999, p. 108)

Assim, ao deparar-se com um sticker num semáforo, por exemplo, essa harmonia é quebrada, gerando, a princípio um “desconforto” que precisa imediatamente para o organismo, ser remediado.

(...) Um estímulo apresenta-se à atenção do fruidor como ambíguo, inconcluso, e produz uma tendência a obter satisfação: em suma, provoca uma crise, de maneira a obrigar o ouvinte a procurar um ponto firme que o ajude a resolver a ambiguidade. Em tal caso surge uma emoção, pois a tendência a uma resposta é imprevistamente estancada ou inibida; se a tendência fosse satisfeita, não haveria explosão emotiva. (ECO, 2003, p. 137)

Essas reações que forçam o espectador/fruidor a buscar uma explicação lógica ou mesmo razoável para a existência daquele determinado sticker colado naquele determinado local e num determinado contexto, são na verdade, reações emocionais despertadas pelo emprego por parte do autor, do estímulo estético.

O stickeiro, ao criar uma obra, um sticker, organiza a forma estética do mesmo a fim de sugerir, estimular, evocar emoções e sentimentos por parte do fruidor/espectador de forma controlada, dentro de limites preestabelecidos. Ao criar um estímulo estético, o autor não ignora as capacidades pessoais reativas do fruidor/espectador, mas sim as aciona, “atiga-as”, pois essas são condições vitais de extrema importância e necessidade para o sucesso da obra (ou o alcance de seus objetivos).

O estímulo estético age diretamente no âmbito da sensibilidade do fruidor/espectador, evocando seus gostos, seus preconceitos, seus hábitos:

No campo dos estímulos estéticos, os signos aparecem ligados por uma necessidade que apela a hábitos enraizados na sensibilidade do receptor (ou seja, o gosto – uma espécie de código que se sistematizou historicamente); ligados pela rima, pelo metro, por convenções proporcionais, por relações institutivas através da referência do real, ao verossímil, ao “segundo se diz” ou ao “conforme o hábito estilístico”, os estímulos apresentam-se num todo que o fruidor percebe não poder romper. (ECO, 2003, p. 85)

Dessa forma, é impossível para o fruidor/espectador isolar as referências e colher a complexa réplica que lhe é imposta pela expressão. Isso pois dentro do estímulo estético, o fruidor/espectador não poder isolar um significante para fazer uma relação de única forma interpretativa com seu significado denotativo. O fruidor/espectador deve perceber o todo, o global, a fim de poder iniciar um diálogo verdadeiro com a obra ali posta, e compreender sua mensagem e sua função ali.

3.2. O Sticker e as Culturas Juvenis

O Sticker parece ser uma forma de expressão inserida dentro do que Massimo Canevacci chamou de culturas eXtremas. Essas culturas seriam constituídas de mutações juvenis dentro dos corpos das grandes metrópoles urbanas.

Uma vez que o conceito de cultura dominante se exauriu por completo nas grandes metrópoles urbanas na década de 90, a dicotomia clássica de cultura hegemônica/culturas subalternas dissolveu-se de forma definitiva.

Antes, as culturas juvenis faziam oposição à essa cultura dominante e hegemônica, eles faziam parte da contracultura:

O prefixo “contra” atestava a dimensão da oposição que as novas culturas juvenis dirigiam à cultura dominante ou hegemônica. Ser contra significava que, antes de qualquer possibilidade de falar em cultura, aliás, ainda antes de chegar ao termo “cultura”, era preciso ser antagonista, opositor. (CANEVACCI, 2005, p. 13)

Após essa exaustão, as culturas juvenis mais inovadoras, perderam o interesse em serem contrastes aos fantasmas sobreviventes à essa exaustão das hegemonias culturais. Essas culturas juvenis não são mais contra. Nem contra uma cultura dominante que diluíra-se em poderes com múltiplos centros que competem entre si, e nem partidários de uma cultura contra. Não existe mais uma contracultura pois não existe mais o contra, e assim surgiram as culturas extremas:

Não existe mais uma contracultura, pois morreu a política como utopia que transforma o mundo empenhando o futuro próximo. Não há mais contra-cultura, pois não há mais o contra. O término da hegemonia, o fim da ideologia e o fim da política enxugaram o contra. E libertaram as culturas extremas... aliás eXtremas: lá de onde esse X (...) não tem nenhuma relação com a incógnita de uma geração. (CANEVACCI, 2005, p. 15)

Cultura eXtrema (com o “X” maiúsculo), para associá-lo ao “X-File”, o extraterrestre, ao radical, ao paranormal, ao excesso, ao irregular, ao alheio, ao versus como XL (extra large) incapazes de conter essa juventude. O X passou a ser um código da comunicação juvenil que significa irregular, incontível, além, anomalia:

(...) Em suma, o X, pouco a pouco, tornou-se uma espécie de ideograma que, em virtude da fonética inglesa (X=ecs), acabou por incorporar o timbre sonoro do irregular. À medida “extra extra large” como incapaz de conter, a música hardcore como impossível de ouvir, as imagens-grafite como insuportáveis, o pornô XXX como invisível. Muitas formas da comunicação juvenil de oposição assumem o X como código (lema) que explode os limites e fica contra os limites. (...)

(...) X, que incorpora atravessamentos corporais, espaciais, lingüísticos caracterizados pelo irregular, pelo incontível, pelo imaterial, pelo extra como além e como anomalia. (...) (CANEVACCI, 2005, p. 44)

Para Canevacci, as culturas eXtremas são as culturas jovens de formas móveis, inquietas, opositoras, que não podem mais ser enquadradas e restritas ao âmbito das políticas tradicionais nascidas de partidos de massa pós-facistas, que não podem mais serem enquadradas em rituais obsoletos, organogramas rígidos... são culturas intermináveis.

Dessa forma, as culturas eXtremas, podem ser definidas como as culturas que em seu processo autoprodutivo, adentram no espaço do interminável. Esse interminável se dá no sentido de não serem terminadas, se dá no sentido de recusarem-se a serem fixas, acabadas e compreensíveis:

Culturas eXtremas são aquelas que, ao longo de sua autoprodução, se constroem de acordo com os módulos espaciais do interminável. As culturas eXtremas são intermináveis: eX-terminadas: no sentido de que conduzem a não ser terminadas, a sentir-se como intermináveis, a recusar qualquer termo à sua construção-difusão processual. Culturas intermináveis enquanto recusam sentar-se entre as paredes da síntese e da identidade, que enquadram e tranqüilizam. Normalizam e sedentizam. (CANEVACCI, 2005, p. 47)

O sticker dessa forma, é eXtremo, pois ele parece ser um experimento de uma nova linguagem juvenil. Um novo tipo de comunicação juvenil metropolitana inovadora, que foge às lógicas tradicionais.

O sticker não é um cartaz, mas apropria-se de seu meio e suporte comunicativo. Não é uma logomarca, mas seqüestra-a e resignifica-a para transmitir uma mensagem, uma idéia. Não é um grafitti, mas choca e impacta com seus grafismos e esquemas cromáticos. Não é um anúncio num outdoor, mas apropria-se dos slogans para assombrar e atacar a publicidade. Não é uma placa de sinalização, porém sinaliza o caos e a desordem urbanas.

Por essa condição, o sticker adentra o campo das culturas eXtremas propostas por Canevacci que movimentam-se de forma desordenada entre os espaços comunicacionais das metrópoles urbanas e optam por inovar os códigos de forma a criar um conflito, uma estranheza, evocar um sentimento, uma emoção, provocar uma reação por parte dos habitantes das metrópoles.

O sticker, tem a capacidade de mudar o significado e o significante de alguns signos simplesmente removendo-os de seus contextos originais, alterando códigos e inserindo-os dentro de novos contextos, causando vezes confusão e estranheza à quem por ventura venha a se deparar com um sticker. Ao fazer

isso, o sticker remove aqueles significados estáticos, produzindo significados novos, alterados, separando signos fluidos dos símbolos sólidos.

No momento em que retira um signo de seu contexto, o sticker adentra o campo das culturas eXtremas de Canevacci:

(...) o campo das culturas eXtremas juvenis (...) que se movimentam desordenadamente aos espaços comunicacionais metropolitanos e escolhem inovar os códigos de forma conflitiva. Remover os significados estáticos, produzir significados alterados. Livrar Signos fluidos dos símbolos sólidos. (...) (CANEVACCI, 2005, p. 47)

O sticker dessa forma, torna-se linguagem criadora de contrastes muito fortes. Esse contraste se dá de várias formas, seja através do contraste cromático ou formal, o sticker somente pelo fato de estar ali aplicado naquele determinado local, causa estranheza e incerteza a quem venha a deparar-se com ele.

Segundo Donis A. Dondis, o contraste, por ressaltar o contexto das polaridades, dramatiza o significado através de formulações opostas:

(...) Em todas as artes, o contraste é um poderoso instrumento de expressão, o meio para intensificar o significado e, portanto, simplificar a comunicação (...)

(...) O contraste é uma força de oposição (...) desequilibra, choca, estimula, chama a atenção. Sem ele, a mente tenderia a erradicar todas as sensações, criando um clima de morte e de ausência de ser. (DONDIS, 1999, p. 108)

Essa característica de desequilíbrio e choque através do contraste, do impacto visual, da apropriação e ressignificação, é habilmente explorada pelas culturas juvenis eXtremas, incontroláveis, incontíveis, irregulares, imateriais que buscam chamar a atenção dos viventes das metrópoles para sua condição dentro do contexto de vida urbana.

4. O Sticker na Cidade de São Paulo

O sticker, na cidade de São Paulo, vêm, assim como nas demais metrópoles mundiais, mudando a imagem da cidade. Stickers colados em latas de lixo, postes, caixas de energia, todos formando mosaicos e bricolagens na paisagem urbana, travando diálogos ininterruptos com os viventes dessas metrópoles. Nesse capítulo, veremos a relação dos stickers com os ícones da cidade de São Paulo, como a Avenida Paulista, e a Rua Augusta, além de outras localidades do município de São Paulo.



Figura 58 – Imagem de stickers colados em placa de localização da Rua Augusta.
Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 59 – Imagem de sticker colado em placa de indicação de estação do Metrô Trianon na Avenida Paulista.

Fonte: Arquivo fotográfico do autor.

4.1. “Points” de stickers na cidade de São Paulo

Os stickers podem ser encontrados em muitos locais da cidade de São Paulo. Centro, Zona Norte, Zona Sul, Zona Leste, Zona Oeste, indo até Sorocaba e Vale do Paraíba (fora do perímetro municipal), o sticker infestou a paisagem urbana. A quantidade de stickers em meio à paisagem urbana cresce a cada dia, em progressão geométrica. Milhares de novos adeptos vão se arregimentando com o passar do tempo criando novos diálogos entre stickers, novos diálogos com os transeuntes de suas regiões.

Entretanto, na cidade de São Paulo, há uma concentração muito grande de stickers nas áreas periféricas ao Centro. Rua Augusta, Avenida Paulista, Rua da Consolação, Rua Frei Caneca e Vila Madalena, esses locais possuem talvez a maior concentração de stickers da cidade.

Muitos colam pois a diversidade de stickers, segundo o que já foi colocado anteriormente, atrai novos e favorece o diálogo e a criação de novos contextos nos trabalhos ali afixados. Alguns stickeiros colam seus trabalhos exclusivamente nesses locais como coloca Rodrigo Chã:

(...) Existe uma concentração nessa região mesmo. Inclusive, tem muitos trabalhos de gente que só cola por ali, porque não vejo em nenhum outro lugar. Mas toda região central está infestada. Dá um rolê pelo centro, desde a Praça da Sé até qualquer ruazinha estreita sempre tem coisa, e se você der uma volta por outros muitos bairros vai ver muita coisa também, Vila Mariana, Pinheiros, Sumaré, Liberdade, enfim, já vi coisa e já colei até em Parelheiros. Se você anda a pé é impossível deixar de perceber.

O stickeiro Pier Total acrescenta:

(...) Aí, eu fiz um rolê lá, [na Rua Augusta] e lá é uma rua qualquer, mano. A única coisa que caracteriza é que é movimentada 24 horas aquela rua, e “uma par” de gente que curte arte passa por ali, por isso que lá é “a pampa” colar. Mas eu faço a minha, colo em vários lugares onde dá.

Em “quebrada” [bairros da periferia], em Centro, não ligo pra isso, só quero levar minha arte pra onde der! Não quero ser famoso nem nada por causa disso. Só quero levar minha arte além da minha mente, compartilhar minha euforia num desenho. Muita mente, muita mente mesmo!

Mas o Centro é louco. São Paulo é Centro e “quebrada”. Fazer o quê?

Por causa de ações como a de Pier, o sticker se espalha gradualmente pela cidade, alcançando outros bairros e municípios do Estado como São Bernardo do Campo, e Sorocaba, por exemplo.

A stickeira Tata⁴⁵, de Santo André mostra que o sticker é muito forte na região do ABC Paulista e convoca um ataque à publicidade da região:

(...) Moro em Santo André e até por aqui existem bastante... [stickers].
Aliás anda crescendo muito! Cada dia vejo mais.
Mas tem mais em postes, em publicidade nada. Vamos atacar!!

O stickeiro Marco⁴⁶, de São Caetano, coloca que, apesar de muitos integrantes do movimento do sticker residirem na região e costumarem fazer “roles” na Rua Augusta, o sticker têm se fortalecido na região do ABC paulista:

(...) Aqui está bem longe da Augusta. Eu moro em São Caetano e a uma galera bem grande do movimento aqui que inclusive faz muito rolê pra São Paulo. É só prestar atenção. Está em todos os lugares, todos os bairros de São Paulo, e até mesmo no interior (...).

Entretanto, fica claro que há uma predominância de stickers na Rua Augusta, Avenida Paulista e cercanias, além do Centro da cidade. Não há uma ordem aparente de colocação: os stickers são colados ao acaso, em completa desordem. Um sticker parece atrair o outro para compor contextos, compor formas e esquemas de cores. Esses stickers mesmo desordenados, acabam por criar um mosaico de formas, cores e tamanhos que resultam numa colorização da selva cinza de concreto da cidade.

Moles faz um comentário em relação ao cartaz que se aplica ao sticker e traduz essa questão compositiva:

⁴⁵ Stickeira entrevistada por Thiago Hara, em setembro de 2006.

⁴⁶ Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em setembro de 2006.

(...) o que em seguida nos impressiona, é a desordem desses elementos: na cidade eles são propostos praticamente ao acaso, constituem um mosaico de solcaitações dispare, contribuem para essa “cultura mosaica” na qual devemos ver um dos caracteres fundamentais da sociedade atual. (...)

(...) Nenhum plano de urbanista contribuiu para sua realização; eles fornecem, entretanto, a cor da cidade e cabe perguntar se para o transeunte obedecem a uma estrutura qualquer. (MOLES, 1969, p.220-221)

É curiosa a concentração de stickers na Rua Augusta, na Avenida Paulista e no Centro da cidade. Seria essa concentração resultado de uma ação inconsciente de buscar, por parte dos stickeiros, locais com a maior visibilidade para suas obras? Uma busca destes por locais com o maior número possível de transeuntes para interpretarem e interagirem com seus stickers? Segundo Píer Total sim, pois muitos apreciadores da arte urbana ou “alternativos” freqüentam o local, além da mesma ser movimentada “24 horas” por dia.

Alguns stickeiros negam e renegam tais áreas, mas o fato é que a maioria absoluta dos stickeiros já colou nesses locais e parece que a maioria absoluta dos stickers é colada nessas ruas e avenidas e nas áreas circunvizinhas. Coincidentemente ou não, essas mesmas áreas são grandes áreas comerciais com um afluxo enorme diário de pessoas.

Moles cita um elemento aleatório oculto que rege essa disposição e colocação concentrada aparentemente desordenada:

(...) É importante ver a que regras ocultas essa desordem obedece. Esta resulta de um elemento aleatório de base: os “locais de afixação disponíveis”. E de um certo número de fatores de ordem, sendo a densidade de população o mais importante. O problema é menos o de definir para cada local de afixação uma densidade de circulação, que é

o aspecto psicológico do problema, e muito mais o de procurar locais em pontos onde haja grande circulação. (...) (MOLES, 1969, p.221)

Talvez essas áreas comerciais criem e influenciem um processo de atração do sticker assim como um processo de atração publicitária, mostrando que o sticker está onde uma grande concentração de transeuntes está, não por motivos mercadológicos ou comerciais, mas sim por motivos numéricos, para ser visto pelo maior número possível de pessoas, para interagir nos locais mais populosos, para ser interpretado pelo maior número de pessoas. O sticker está onde pode ser visto pelo maior número de pessoas possível, para concorrer com a publicidade e com a propaganda, visando questioná-las, destruí-las. Uma amostra disso é que em áreas como a Zona Norte existe uma quantidade razoável de stickers colados, entretanto, quase que a totalidade desses em ruas e avenidas de grande circulação de pedestres e veículos como a Avenida Nova Cantareira, ou ainda a Avenida Cruzeiro do Sul. Ao que parece, quanto mais longe de grandes vias públicas, menores são as quantidades de stickers colados. Na Zona Sul, também há um número expressivo de stickers colados. Na Avenida Jabaquara, por exemplo, pode-se encontrar vários stickers, entretanto, ao procurarmos os mesmos nas adjacências, fica claro que a quantidade colada cai exponencialmente.

A Vila Madalena, encaixa-se nesse perfil de área comercial, entretanto, o volume de pedestres e transeuntes não chega a ser tão volumoso quanto na Avenida Paulista ou na Rua Augusta. Mesmo assim, há uma diferenciação muito grande que faz a Vila Madalena ser também um pólo de stickers: sua tradição cultural. A Vila Madalena é um histórico bairro que concentra as artes urbanas, conceituais e underground. É nesse bairro que o “burburinho” cultural encontra condições mais ideais para se desenvolver.

A “Vila”, tem tradição na arte urbana, como no caso do graffiti que, na década de 80, era extremamente prolífico naquela área da cidade segundo Lara:

No final dos anos 80, o movimento graffiti estava em alta e ganhara as galerias de arte. Nas ruas havia muita agitação e brigas por territórios. Em São Paulo, o bairro de Vila Madalena abrigava a maioria dos

grafiteiros e começava a ter seus muros transformados em verdadeiros murais urbanos. (...) (LARA, 1996, p. 16)

Atualmente, o sticker também é muito prolífico nesse bairro, em virtude de sua localização próxima da loja Choque Cultural. A loja, como já foi comentado anteriormente, serve de ponto de divulgação do sticker e de outras formas de arte de rua, além de servir de galeria de arte e ponto de encontro de stickeiros e outros artistas urbanos.

Já na Rua Augusta, fica localizada a loja Most, que também faz o mesmo tipo de trabalho de divulgação do sticker e da arte de rua. Seu público é de “descolados”, alternativos e jovens de classe média alta que também colam stickers e que também freqüentam a Vila Madalena. Sua localização naquela rua, pode também ser um dos motivos pelos quais a Augusta e cercanias são também pontos de grande proliferação de stickers.

Com a entrada em vigor da “Lei Cidade Limpa” (Lei Municipal no. 14.223, de 26 de novembro de 2006), que proíbe a circulação de publicidade nas ruas do município de São Paulo, o sticker ao que parece, perdeu um grande “concorrente” com quem disputava um lugar no imaginário urbano. Com a diminuição dos anúncios de outdoor, banners, luminosos e fachadas nas ruas, o sticker pode, dessa forma, aumentar seu potencial e capacidade de transmissão de sua mensagem, sua interatividade com os habitantes da cidade, além da interatividade com o ambiente, já que parece que há um movimento por parte da Prefeitura do Município de São Paulo de minimizar os efeitos da poluição visual. É claro que, isso não significa que o sticker estará livre para agir impunemente, fora dos olhos da lei. Com essa nova legislação em vigor, é possível até que a legislação de vandalismo seja recrudescida e os stickeiros sejam penalizados de forma mais dura. Agora que a publicidade está saindo de cena, por conta dessa nova política pública, o sticker tende a aparecer muito mais, se destacando com suas cores, formas e grafismos. Num cenário como este, resta saber o que acontecerá ao sticker como forma de crítica à comunicação de massa no meio urbano.

5. Considerações Finais

Após a pesquisa de campo feita por meio de seções fotográficas das ruas mais adesivadas de São Paulo (Rua Augusta, Avenida Paulista, ruas da Vila Madalena e Centro), e, por meio de extensas entrevistas com integrantes do movimento do sticker para a produção dessa dissertação de mestrado, podemos fazer algumas considerações a respeito dessa nova forma de expressão que utiliza o suporte urbano para a transmissão de sua mensagem.

O avanço e as inovações tecnológicas nas áreas das artes gráficas nos últimos 50 anos atingiram um ponto onde as mesmas passam a ser fatores determinantes na produção artística pós-moderna.

Softwares de articulação de imagens, scanners, tablets, máquinas fotográficas digitais, impressoras a laser, laser film, telas de silkscreen, mesas de luz... estas são as ferramentas dos artistas pós-modernos.

Sua tela de pintura, passou a ser uma tela plana de 17 polegadas e com capacidade para gerar milhões de cores. Grafismos e ilustrações multicoloridas, formas orgânicas e inorgânicas compondo peças de intervenções e interações. Entretanto, o que se vê na tela ainda não é a obra acabada, ela ainda será levada para o suporte o qual foi planejado: a cidade.

Ao simples pressionar de um botão do mouse, padrões dessa obra ainda inacabada são impressas diretamente em papel adesivo ou num laser film para depois se transformar numa tela de silkscreen que será a matriz dessas impressões em plásticos adesivos vinílicos.

Após essa curta jornada, chega o momento para o qual o sticker nasceu: intervir no ambiente urbano e interagir com seus habitantes anestesiados pelo excesso de estímulos. Essa interação se dá das mais diversas formas, causando espanto, curiosidade, indignação, confusão e até mesmo provocando risos. Os stickers, com seu jogo de cromias, grafismos, formas e composições tanto individuais como coletivas, ao serem vistos e provocar essas reações, fazem com que os habitantes da cidade de São Paulo e outras metrópoles mundiais pensem sobre o que viram, reflitam sobre a existência daqueles adesivos ali

colados dentro do espaço urbano, tirando suas conclusões a respeito dos mesmos e, por vezes, até modificando sua conduta em relação ao ambiente que os cerca, fazendo-os prestar mais atenção ao seu redor, treinando mais seu olhar, buscando novas interações visuais no ambiente urbano.

O sticker por atuar dentro do meio urbano, parece ser uma forma de expressão artística que é amplamente influenciada e balizada pela experiência mercadológica que vêm se dando nas cidades nas últimas décadas que tornaram seus habitantes anestesiados em relação ao ambiente em que vivem.

Os artistas do sticker, por fazerem parte de uma geração que foi amplamente exposta à linguagem, conceituações e técnicas de *mass media*, incorporaram tal linguagem e técnicas visando unicamente subvertê-las, e usá-las para criticar a publicidade e a comunicação de massa dentro seu próprio território, ambiente e imaginário urbano.

Dessa forma, o papel do sticker na arte de rua na cidade de São Paulo, parece exercer o mesmo papel que nas outras metrópoles urbanas no Brasil e no mundo: a de crítica aos meios de comunicação (utilizando seus próprios artifícios e técnicas), crítica social através de um diálogo com os habitantes dessas metrópoles e, finalmente, o papel de intervenção artística no ambiente urbano.

No entanto, o sticker parece ainda se encontrar no Brasil assim como na cidade de São Paulo, num processo gradual de amadurecimento. Este, não sendo um processo de amadurecimento técnico, mas sim criativo e motivacional por parte de seus adeptos. Ao longo dessa pesquisa, pôde-se concluir que apesar de uma parcela dos stickeiros embasar-se em termos técnico-acadêmicos ou mesmo racionais para a criação e produção de seus stickers, muitos ainda colam sem um motivo válido aparente ou mesmo razoável, colando indiscriminadamente, sem critérios, contribuindo para aumentar a poluição visual que assola as metrópoles urbanas do Brasil.

Como todo movimento artístico, o sticker ao que parece, levará ainda alguns anos para amadurecer, assim com muitos de seus representantes que hoje, colam sem uma real e válida motivação. Muitos colam por modismo, outros somente para deixar um rastro por onde passaram, talvez em razão do conceito de carnavalização dado por Bakhtin (1987) em que as pessoas inseridas numa

visão carnavalesca de mundo (de cunho permissivo, transgressivo e libertário), tendem a vivenciar a desordem, as transgressões sociais, o sacrilégio e as profanações. Mas os trabalhos imbuídos de seriedade dos stickeiros que já tem ampla experiência e vivência na arte de rua podem tornar-se (e de fato, já o são) um exemplo a ser seguido pelos stickeiros mais jovens. Talvez, com o panorama de recrudescimento das políticas e legislações de limpeza e conservação pública, o sticker adapte-se e evolua ainda mais como ocorreu com seus antecessores como o graffiti e o stencil assim com seus representantes.

O sticker como forma de expressão mostrou-se, no entanto, muito democrático. Ele não possui tribos, nem restrições territoriais ou mesmo políticas, ele é aberto a todos. Skatistas, emos, alternativos, modernos, grafiteiros, até mesmo pixadores podem “praticar” o sticker. Em termos comparativos com o graffiti, o sticker não apresenta as dificuldades de imersão no meio, suas territorialidades e modalidades. Desde o jovem de classe média que compra stickers em lojas especializadas ou produzem seus stickers com intrincados e caros processos de impressão e acabamento, até o jovem da periferia que faz seus grafismos e ilustrações com canetas Pilotto em etiquetas adesivas, passando por adultos e até crianças de 10 anos, todos podem produzir e colar stickers em suas ruas e bairros ou mesmo nos points de sticker na cidade de São Paulo. Para o sticker, não existe raça, cor, estilo, tribo, idade ou classe social.

Em termos técnicos, o sticker é ainda mais simples. Não há a necessidade de se saber utilizar um spray de tinta ou mesmo técnicas de pintura com tinta látex. O sticker permite que um simples desenho no PaintBrush transforme-se numa obra intervencionista de rua. Não há uma grande complexidade em sua produção. É claro que um conhecimento técnico contribui em muito para uma solução plástica e estética de alta qualidade, mas ao simples apertar do mouse pode-se fazer milhares e milhares de stickers.

O sticker também é um agente social: stickeiros de toda a cidade colam nos mesmos points de stickers, isso quando não stickeiros de todo o mundo. Através dos fotologs e fotoblogs, além dos sites especializados, pessoais e de relacionamentos, stickeiros de todo o mundo criam, se conectam, formam suas redes de amizades e contatos e despacham via internet ou mesmo via correio seus trabalhos colando em seus espaços urbanos e prestigiando os trabalhos de seus colegas.

Em termos comunicacionais e massivos, o sticker, em decorrência dessa facilidade tecnológica, chega mais longe e mais rápido que seus antecessores diretos. Dessa forma, o sticker mostra seu papel e função dentro da arte de rua na cidade de São Paulo: ele permite que qualquer um se expresse no meio urbano, bastando criar seu trabalho, imprimí-lo e cola-lo onde lhe vier à mente sobre quais temas quiser. O sticker através de técnicas das artes gráficas e das técnicas apreendidas da comunicação de massa, permite que qualquer um intervenha no ambiente e suporte urbano. Apesar de ainda estar se desenvolvendo e amadurecendo, o sticker já consegue sinalizar que seu potencial de criação, alcance, massificação interação, intervenção e comunicação, são superiores ao de seus antecessores, e que veio para ficar de forma permanente no imaginário da cidade de São Paulo.

Apesar de ser uma pesquisa acadêmica, esta dissertação não teve como objetivo esgotar ou fechar a questão do sticker em nenhum âmbito, mas sim levantar e estimular uma discussão a respeito do mesmo, suas relações interdisciplinares técnicas e humanas além de seu papel na arte urbana de São Paulo, podendo esse estudo ainda ser complementado e enriquecido posteriormente por outros estudos futuros.

Em suma, essa pesquisa teve por objetivo, promover um estudo sobre o movimento do sticker, suas técnicas, o perfil de seus representantes e adeptos, seu ambiente-suporte e características a fim de subsidiar com um ponto de partida, futuras pesquisas das mais diversas disciplinas e áreas do conhecimento que venham a complementar e agregar a esse estudo inicial.

Referências Bibliográficas

Livros

AMARAL, José Luiz do. Artes Plásticas: Significação e Contexto. Porto Alegre: Tchê, 1987.

AZEVEDO, Wilton. O que é Design. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

BAKHTIN, Mikhail. A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento. São Paulo: HUCITTEC/Editora Universidade de Brasília, 1987.

BENJAMIN, Walter. A Obra de Arte da Era de sua Reprodutibilidade. In: LIMA, Luiz da Costa. Teoria da Cultura de Massa. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2002.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. O que é Comunicação. São Paulo: Editora Brasiliense, 1986.

BURNS, Kelly. I NY: New York Street Art. New York: Editora Die Gestalten Verlag, 2005.

CANEVACCI, Massimo. A Cidade Polifônica. São Paulo: Editora Studio Nobel, 1997.

_____. Antropologia da Comunicação Visual. DP&A Editora, 2001.

_____. Culturas eXtremas – Mutações Juvenis nos Corpos das Metrôpoles. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

CHAFFEE, Lyman G. Political Protest and Street Art – Popular Tools for Democartization in Hispanic Countries. Massassussets: Greenwood Press, 1993.

DONDIS, Donis A. Sintaxe da Linguagem Visual. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1999.

ECO, Umberto. A Estrutura Ausente. São Paulo: Editora Perspectiva, 1997.

_____. Obra aberta: Forma e Indeterminação das Poéticas Contemporâneas. São Paulo: Editora Perspectiva, 2003.

FARRELY, Liz. Stickers: Stick'Em Up. Londres: Editora Harry N. Abrams, Inc., 2003.

FERRARA, Lucrecia D'Alessio. Ver a Cidade – Cidade, Imagem, Leitura. São Paulo: Nobel, 1988.

GOMES FILHO, João. Ergonomia do Objeto – Sistema Técnico de Leitura Ergonômica. São Paulo: Editora Escrituras, 2003.

_____. Gestalt do Objeto – Sistema de Leitura Visual da Forma. São Paulo: Editora Escrituras, 2004.

HUNDERTMARK, Christian. The Art of Rebellion – World of Street Art. Los Angeles: Ginko Press, 2003.

KANDINSKY, Wassily. Do Espiritual na Arte. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2000.

MARCONDES FILHO, Ciro. A Linguagem da Sedução. São Paulo: Editora Perspectiva, 1988.

MOLES, Abraham. O Cartaz. São Paulo: Editora Perspectiva, 1969.

PALLAMIN, Vera Maria. São Paulo: Região Central (1945-1998). São Paulo: Annablume Editora, 2000.

PEDROSA, Israel. Da Cor à Cor Inexistente. Rio de Janeiro: Léo Christiano Editorial Ltda, 2002.

SILVA, Fernando Pedro da. Arte Pública – Diálogo com as Comunidades. Belo Horizonte: Editora C/Arte, 2005.

Dissertações de Mestrado

COSTA, Roaleno Ribeiro Amâncio. O Grafitti no Contexto Histórico-Social como Obra Aberta e uma Manifestação de Comunicação Urbana. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Artes) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – ECA, São Paulo, 1994.

LARA, Arthur Hunold. Grafite: Arte Urbana em Movimento. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Artes) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo – ECA, São Paulo, 1996.

LASSALA, Gustavo. Os Tipos Gráficos da Pichação: Desdobramentos Visuais. Dissertação (Mestrado em Educação, Arte e História da Cultura). Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2006.

Revistas

MACEDO, Lúlie. Subversão Visual. Revista da Folha. São Paulo: Parte Integrante da Folha de São Paulo, ano 13. No. 341. 10 de out. 2004.

Sites da Internet

ANDREA MAY (MAYART). Disponível em <<http://www1.fotolog.com/mayart>>. Acesso em 25 de jun. de 2007.

ART PROSTITUTE. Disponível em <<http://www.artprostitute.com>>. Acesso em 07 de set. de 2006.

BACKSPACE. Disponível em <<http://www.backspace.com>>. Acesso em 14 de out. de 2006.

BASE-V. Disponível em <<http://base-v.org/homept.htm>>. Acesso em 27 de out. de 2006.

BLDD. Disponível em <<http://www.bldd.nl>>. Acesso em 25 de ago. de 2006.

BLOG DE GUERRILHA. Disponível em <<http://www.blogdeguerrilha.com.br>>. Acesso em 06 de nov. de 2006.

BRAZILIAN UNDERGROUND SCENE. Disponível em <<http://www.bus.art.br/>>. Acesso em 25 de jun. de 2007.

GOD IS ART. Disponível em <<http://www.godisart.com>>. Acesso em 12 de out. de 2006.

INTERNET BUMPER STICKERS. Disponível em <<http://www.internetbumperstickers.com>>. Acesso em 14 de set. de 2006.

OBEY GIANT. Disponível em <<http://www.obeygiant.com>>. Acesso em 25 de ago. de 2006.

PEEL MAGAZINE. Disponível em <<http://www.peelmagazine.com>>. Acesso em 09 de set. de 2006.

PROJETO CHÃ. Disponível em <http://www.fotolog.com/projeto_cha>. Acesso em 25 de jun. de 2007.

PROJETO CHÃ. Disponível em <http://www.flicker.com/photos/_cha_>. Acesso em 25 de jun. de 2007.

SESPERWORKS. MENSTAL BKUP. Disponível em <http://sesper.blogspot.com/2007_05_01_archive.html>. Acesso em 01 de mai. de 2007.

SHN. Disponível em <<http://www1.fotolog.com/shn>>. Acesso em 25 de jun. de 2007.

STEPHANDOIT. Disponível em <<http://www.fotolog.com/calma>>. Acesso em 23 de out. de 2006.

STENCILREVOLUTION. Disponível em <<http://www.stencilrevolution.com>>. Acesso em 10 de nov. de 2006.

STREETSTICKERS. Disponível em <<http://www.streetstickers.co.uk>>. Acesso em 05 de set. de 2006.

STICK'EM UP. Disponível em <<http://www.stickemup.com>>. Acesso em 05 de set. de 2006.

STICKERGIANT. Disponível em <<http://www.stickergiant.com>>. Acesso em 05 de set. de 2006.

STICKERGUY. Disponível em <<http://www.stickerguy.com>>. Acesso em 12 de set. de 2006.

STICKERPLANET. Disponível em <<http://www.stickerplanet.com>>. Acesso em 12 de set. de 2006.

STICKERNATION. Disponível em <<http://www.stickernation.net>>. Acesso em 02 de set. de 2006.

STICKERSWITCH. Disponível em <<http://www.stickerswitch.com>>. Acesso em 24 de nov. de 2006.

STICKYLOU. Disponível em <<http://www.stickylou.com>>. Acesso em 15 de set. de 2006.

VISUAL RESISTANCE. Disponível em <<http://www.visualresistance.org>>. Acesso em 03 de out. de 2006.

WOOSTER COLLECTIVE. Disponível em <<http://www.woostercollective.com>>. Acesso em 06 de nov. de 2006.

WEL016.STICKER. Disponível em <<http://www1.fotolog.com/wel016/>>. Acesso em 25 de jun. de 2007.

Anexos

ANEXO A

Making the paste:

First off, materials...grab some flour. Cheap, no-name, white flour is perfect for this. You can easily pick some up for \$1. The rest you should already have around the house. You probably already have flour at the house, but given that you'll be using a lot, it is good to have some replacement flour on hand.

In all, you will need

1. flour
 2. water
 3. cooking pot
 4. stove
 5. stirring utensil (wisk preferably)
 6. container for the paste
- sugar is optional

Making the paste is fairly easy. First you have to decide how much you want to make. For every cup of flour you'll want 4 cups of warm water (1:4 ratio). I make anywhere between a couple cups of paste to over a gallon of paste depending on my project, just keep everything in the proper ratio. Mix until there is pretty much no clumping left since you want a very smooth mixture.

After being properly mixed, place the pot on the stove using medium heat. Mix it often with the wisk. As it slowly comes to boil you'll find it starts chunking at the bottom of the mixture. Break this up with the wisk and continue mixing. Eventually it will slowly get thicker until it gets it reaches a glue like consistency. At this point, you can add a little bit of sugar to add extra "stickiness" to the mixture. Mix the sugar in and take it off the stove. Don't leave it boiling or the sugar will burn.

Pour the mixture into your container, let it cool, and then paste it up!
You can toss the extra in the fridge for later, but after a couple days the wheatpaste will go bad and you'll have to make a new batch.

ANEXO B

How to Make Pasting Containers

Although I've largely given up wheatpasting my posters in favor of less illegal and less marking means of getting up, I started postering with wheatpaste, and had to pick a method of transporting it around. I looked online to see what other people were doing, and I wasn't fully satisfied with their methods.

The two most popular seem to be traveling with an open bucket of paste and a brush (for larger works) or traveling with a water bottle, one you can use to squirt paste on your surface of choice, and a brush to smooth it around. The trouble with these methods is that you're left with the problem of a brush covered in wheatpaste, and that'll lead to sticky and white wheatpaste getting everywhere.

One of the things you'll learn when you start wheatpasting is that it doesn't dry clear. It dries opaque white. A sloppy night of wheatpasting and you'll look like the star of a bukkake video.

You may want to wear white, by the way.... so here are two containers I came up with, both of which solve this little problem. They are both cheap and easy to make, but they do require the use of knives and hot glue guns, so be sure to ask an adult for help, ok? Enjoy!

Number one: The "Rubber Cement" container

Get yourself a wallpaper brush or some kind of brush at the hardware store. Then go to the dollar store or look around the house for some sort of container that is deep and wide enough to accommodate the

brush and has a watertight lid. Something like a little bucket with a lid will do nicely. Here's what I used.



(You may want to buy two of your containers, in case you crack the bottom of one, or just to have an extra lid that you can use instead of the lid with the brush attached when you want to store your leftover wheatpaste. This way you can store it without the brush inside.)

Then cut or drill a hole in the lid that is just slightly too small to fit the handle of the brush. This is so when you put the handle inside, there will be a pressure fit. Seal up around the handle on the inside and outside with a little hot glue or whatever works.



The nice thing about this is that the lid will also act as a sort of spill and splash guard, so it's even less likely you'll get it on your hands. And there you have it!



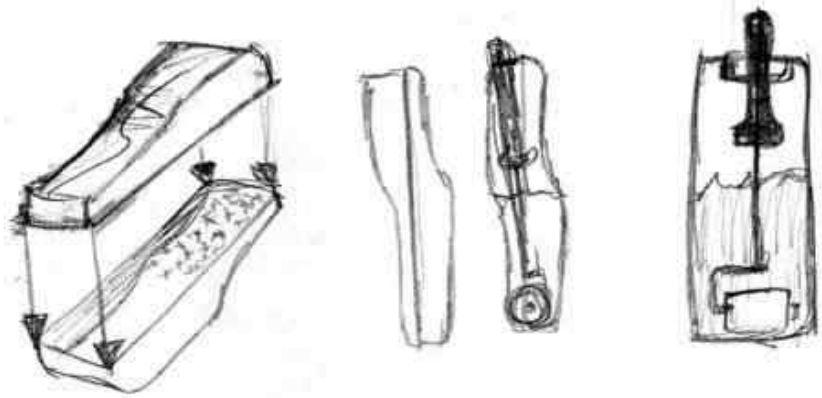
Simple, no? Just fill it up with paste and your ready to roll. The leftovers will store fairly well for at least a couple of weeks or so inside

of a refrigerator. You can leave the brush inside if it is submerged in wheatpaste, if it is not, however, you'll want to take it out, clean it, and cover your container with your spare lid or some plastic wrap. If not, this'll happen.



not fun to clean....

Number Two: The "Wheatpaste Wallet" container



Again, head to the dollar store and get yourself a pair of rollers and trays. Then turn them so their lying "head to foot", and tape/glue them together! The edges can be tricky to seal, so be careful.



It'll look something like this. The green is from some latex paint I poured around inside to help seal off the leaks. I don't really recommend doing that, however, because it'll flake off into the paste. I don't know if that'll bother you or not.



Then cut a whole in the top, large enough for you to fit the roller head through (sideways) without scraping the paste off the sides of it. The way you use this is pretty self explanatory, I think...

I will recommend that you get a messenger bag, (The type of bag that slung from one strap across your body and hangs at your hip) both the wallet and the "rubber cement" container will fit in nicely, won't be knocked upside down, and can be accessed and covered up quickly and discreetly. And remember, when a cop asks you "Can you show me what you have in the bag?" it's because he can't search your bag without a warrant, and needs you to volunteer to show him yourself, ..so... don't.