

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

THIAGO HARA DIAS

**O STICKER E SEU PAPEL NA ARTE DE RUA NA CIDADE DE SÃO PAULO:  
STICKERS DA RUA AUGUSTA, AVENIDA PAULISTA, VILA MADALENA E  
CENTRO**

SÃO PAULO  
2007

THIAGO HARA DIAS

**O STICKER E SEU PAPEL NA ARTE DE RUA NA CIDADE DE SÃO PAULO:  
STICKERS DA RUA AUGUSTA, AVENIDA PAULISTA, VILA MADALENA E  
CENTRO**

Dissertação apresentada à Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito parcial para a obtenção de título de Mestre em Educação, Arte e História da Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Bairon Blanco Sant'Anna.

SÃO PAULO  
2007

THIAGO HARA DIAS

**O STICKER E SEU PAPEL NA ARTE DE RUA NA CIDADE DE SÃO PAULO:  
STICKERS DA RUA AUGUSTA, AVENIDA PAULISTA, VILA MADALENA E  
CENTRO**

Dissertação apresentada à Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito parcial para a obtenção de título de Mestre em Educação, Arte e História da Cultura.

Aprovado em agosto de 2007.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Sergio Bairon Blanco Sant'Anna – Orientador  
Universidade Presbiteriana Mackenzie

---

Prof. Dr. Wilton Luiz de Azevedo  
Universidade Presbiteriana Mackenzie

---

Prof. Dr. Vicente Gosciola  
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

## Dedicatória

À Francisco Marcos, Nair, Yannick,  
Yume e Josy, por todo seu apoio,  
compreensão e amor.

## **Agradecimentos**

Ao Prof. Dr. Sergio Bairon, meu orientador, que com sua paciência, diretrizes e sugestões me deu subsídios para concluir essa empreitada; ao Prof. Dr. Vicente Gosciola e ao Prof. Dr. Wilton Luiz de Azevedo que, com suas observações pertinentes, colaboraram para a finalização da mesma;

À Francisco Marcos, meu pai por toda sua ajuda, dedicação, apoio e compreensão ao longo dos anos; à Nair, minha mãe pela igual dedicação dispensada ao longo de minha vida; à meus irmãos Yannick e Yume pelo amor, apoio e ajuda nos momentos cruciais; à Josy Melissa Arakawa, minha namorada, por seu amor, paciência, apoio e ajuda não só na realização dessa dissertação, mas em todos os momentos; à Michael George Hanchard, meu tio, por sua presteza, paciência e ajuda;

À Profa. Ms. Zuleica Schincariol, por estender mais uma vez sua mão no momento em que precisei e por sempre estar disposta a me ensinar; à amiga e colega de Mestrado Savana Pace, que sempre se mostrou disponível para ajudar e colaborar na produção dessa dissertação; aos novos amigos e colegas de Mestrado Milton, Rafael, Joana, Eduardo, Carina, Sueli, Cibele, Zilma, Edson, Adriana e Amaral pela amizade e companheirismo nas aulas e na vida;

Aos Professores e Funcionários da Pós-graduação Mackenzie, pela ajuda nos momentos difíceis e incentivo à realização desse trabalho.

À CAPES pela concessão da bolsa de pesquisa ao longo do 1º. semestre de 2007, que permitiu a conclusão desse trabalho.

## **Resumo**

O sticker é uma forma de expressão visual no meio urbano que tira proveito de conceitos e técnicas produtivas amplamente utilizadas nos meios de comunicação de massa a fim de criar um diálogo com os habitantes da cidade de São Paulo. Além desse diálogo, seus representantes buscam uma interação com o ambiente urbano, criando também trabalhos de valor estético.

Essa dissertação tem por objetivo adentrar o universo do sticker e procurar abrir um debate sobre seu real papel da na arte de rua em São Paulo, usando como campo de pesquisa, a Rua Augusta, a Avenida Paulista e suas cercanias.

**Palavras-chave:** sticker, adesivos, Rua Augusta, Avenida Paulista, comunicação de massa e técnicas.

## **Abstract**

*The sticker is a form of visual expression in the urban environment that takes advantage of productive and conceptive techniques widely used in the mass media with the goal of creating a dialog with the inhabitants of the city of São Paulo. In addition to this dialog, its representatives also search for an interaction with the urban environment, also creating works with aesthetic value.*

*This dissertation has the purpose to enter the sticker universe, and to open a debate about its role in the São Paulo street art, using as a research field, the Augusta Street, the Paulista Avenue and its surroundings.*

**Keywords:** *sticker, stickers, Augusta Street, Paulista Avenue, mass media and techniques.*

## Sumário

Introdução .....	10
1. O Sticker .....	12
1.1. Histórico .....	12
1.2. O que é o Sticker .....	20
1.2.1. Características .....	45
1.2.1.1. O (Semi) Anonimato .....	45
1.2.1.2. A Marginalidade .....	53
1.2.1.3. A Efemeridade .....	56
1.2.1.4. A Reprodutibilidade .....	76
1.2.1.5. A Massificação .....	81
1.2.1.6. A Velocidade .....	86
1.2.1.7. A Espontaneidade .....	88
1.2.1.8. O Planejamento .....	88
1.2.1.9. A interdisciplinaridade .....	91
1.3. Técnicas .....	94
1.3.1. O Lambe-lambe .....	96
1.3.2. O Pincel Atômico .....	102

2. O Sticker como Obra Aberta .....	105
2.1. A Obra Aberta e em Movimento .....	105
2.2 O Sticker como Obra Aberta em Movimento .....	109
3. O Sticker e a Paisagem Urbana .....	113
3.1. O Sticker e a População Metropolitana .....	116
3.2. O Sticker e as Culturas Juvenis .....	126
4. O Sticker na Cidade de São Paulo .....	130
4.1. “Points” do Sticker na Cidade de São Paulo .....	131
5. Considerações Finais .....	137
Referências Bibliográficas .....	141
Anexos .....	147

## **Introdução**

Uma febre vem tomando de assalto das ruas de São Paulo de forma extremamente veloz e dinâmica: o sticker.

Adesivos que, com seus grafismos, cores, formas e dizeres colados nos mais diversos lugares e aparelhos da cidade, vem causando curiosidade e estranheza entre os habitantes da metrópole paulista.

Diversas matérias e artigos publicados por revistas, sites da internet e jornais de grande circulação, já tentaram mostrar e definir o que é o sticker e seu papel dentro de imaginário urbano.

Entretanto, até em razão de seu pouco tempo de vida no Brasil, ainda não há uma pesquisa ou estudo embasado teoricamente sobre o sticker. No contexto atual que é o “boom” do sticker em São Paulo, talvez seja esse o momento propício para se iniciar um estudo teórico.

Através de entrevistas com representantes dessa forma de manifestação no suporte urbano, leitura teórica e uma breve análise técnico-conceitual, procuramos organizar uma linha teórica para a compreensão do sticker e seu universo.

Metodologicamente, adotamos como referencial teórico Umberto Eco, Massimo Canevacci e Abraham Moles que contribuíram de igual forma ao longo do desenvolvimento da dissertação com conceituações referentes às artes como obras com abertura num âmbito interpretativo e construtivo, além de conceituações comunicativas e antropológicas.

Com o suporte de uma bolsa de pesquisa CAPES, num primeiro momento, foram realizadas entrevistas com vários representantes do movimento sticker e coletadas, através de seções fotográficas nas localidades de maior incidência dos mesmos, inúmeras imagens de stickers e suas interações ambientais e mútuas. O segundo momento foi voltado para uma análise teórica, técnica e conceitual dos trabalhos expostos na cidade assim como suas relações com o mesmo e seus habitantes.

O trabalho está dividido em 5 capítulos sendo que, no primeiro, abordamos os aspectos históricos, característicos e técnicos com o objetivo de compreender a dinâmica do sticker. No segundo capítulo, procuramos estudar o sticker no âmbito de uma manifestação artística sujeita a interpretações e intervenções múltiplas. No terceiro capítulo, procuramos entender a relação do sticker com a metrópole urbana e seus habitantes. No quarto capítulo, condensamos todos os estudos e análise feitos nos capítulos anteriores e buscamos estabelecer as relações do sticker com o imaginário urbano da cidade de São Paulo. O quinto capítulo reservamos para um breve apanhado da pesquisa realizada buscando extrapolar e concluir uma série de fatos a respeito do sticker.

## 1. O Sticker

Uma pomba preta inscrita num círculo com cores berrantes de fundo colada numa placa de sinalização, o rosto de uma garota derramando uma lágrima em forma de coração colada numa parede de uma loja, um “Jolly Roger”<sup>1</sup> estilizado saltando de uma caixa vermelha impressa em um jornal e colada num poste.

Uma febre teve início no Brasil nos últimos 5 anos, o sticker. Adesivos colados em semáforos, postes de iluminação, placas de sinalização, paredes e muros, se espalharam pelas ruas de São Paulo, tomando de assalto a paisagem urbana.

Nesse capítulo, aspectos gerais referentes ao sticker serão abordados como sua origem e histórico, características e técnicas que o tornam tão diferenciado e, ao mesmo tempo, tão parecido com outras formas de expressão artística no suporte urbano.

### 1.1. Histórico

O Sticker como Movimento começou a ter mais adeptos, projeção e força em meados da década de 1990, com a “campanha OBEY” promovida pelo então estudante de Design Shepard Fairley. Fairley, criara um adesivo com a inscrição “OBEY” e o rosto em preto-e-branco do campeão de luta livre norte-americano André Roussimoff, também conhecido como Andre, The Giant.

Apesar de haverem registros anteriores do uso de adesivos como meio de expressão política ou ideária, foi após um incidente em Providence envolvendo Fairley que o sticker começou a tomar a proporção e projeção que tem hoje. Segundo seu próprio relato em seu artigo para a Graphotism Magazine, de maio de 2003, e uma matéria do jornal britânico The Guardian, de 25 de Novembro de 1999, extraídos do site [www.obeygiant.com](http://www.obeygiant.com), a história do sticker remete à alguns

---

<sup>1</sup> *Crânio humano com ossos cruzados, muito utilizadas num fundo preto nas bandeiras piratas no século XVI.*

anos antes com um Fairley ainda muito jovem vivendo em seu Estado natal, a Carolina do Sul.

Nesse Estado, em 1982, não havia o já proeminente e desenvolvido Grafitti que reinava em cidades mais cosmopolitas como Nova York, e sim somente as pichações do tipo “Fulano ama Cicrano” e as de apoio à times locais. O que havia nessa época e que Fairley notara, eram adesivos da temática do universo do skate e de bandas de punk rock. Em 1984, Fairley tomara interesse em ambos através de amigos que eram do meio. O interesse crescera e, na medida em que seus amigos iam se desligando dessa cultura juvenil, Fairley que era ávido consumidor de adesivos de temática do skate, começara também a desenhar os logos das bandas punk rock e colar as mesmas em seus pertences. Tempos depois, com a ajuda de uma máquina fotocopadora comprada por sua mãe para ajudar nos negócios da família, Fairley copiava ilustrações de revistas além de capas de discos em papel adesivo e fazia seus próprios adesivos.

Paralelamente, Fairley produzia stencils de logos de skate e de bandas para aplicação com sprays e silkscreen. Essas atividades continuaram por todo o colegial mais por uma questão de não ter que pagar por adesivos e camisetas com tais marcas do que por uma questão artística, até por conta de uma não-disponibilidade no mercado da Carolina do Sul dessas mercadorias.

Em 1988, Fairley mudou-se para Providence em Rhode Island para freqüentar a Rhode Island School of Design. Providence tinha uma cena artística e musical extremamente vultosa se comparada à cena da Carolina do Sul. Imediatamente, Fairley mergulhou no meio skater e punkrocker e além disso, passou a ter contato direto e incessante com os adesivos e o stencil que estavam por toda a parte. Havia toneladas de adesivos de bandas, de causas políticas (em sua maioria de ativistas universitários), e o mais interessante para ele, alguns poucos “adesivos artísticos” (estes vamos chamar de Stickers) e adesivos com o tema “Hello, my name is”. Muitos dos adesivos artísticos (stickers) sinalizavam a questão de ponderar o sticker como um meio de expressão e comunicação para um indivíduo, ao invés de apenas representar uma banda, uma companhia, ou movimento.

Fairley encontrara alento nessa idéia de ter seu próprio sticker e que o mesmo contivesse uma mensagem, mas não conseguia pensar em algo inteligente o

bastante que valesse ser produzido. Então, Fairley começara a prestar muita atenção aos stickers e adesivos na rua e a tentar descobrir quem e o quê estavam por trás dos mesmos. Além disso, começara também a fotografar flyers, adesivos e grafitti.

Numa viagem de visitação a museus em Nova York, Fairley vira graffittis em locais de alto risco que deram a ele novo respeito pela dedicação dos autores. Stickers e “tags” (escrita dos graffittis) cobriam toda a superfície da cidade, o que faria Fairley deixar a cidade inspirado. Entretanto, ele convenceu-se de que o graffitti era algo que era preciso nascer com o “dom” e que também era preciso nascer no meio do mesmo, como uma irmandade hispânica ou negra, e um caucasiano como ele não seria aceito nessa cultura. Mesmo assim, ele decidira que tentaria alcançar esse nível de realização com o sticker.

No verão de 1989, Fairley trabalhava numa “skate shop” (loja de artigos voltados para o universo do skate) chamada “The Watershed”. Seu então chefe gostara de suas camisetas personalizadas feitas em casa pelo próprio Fairley e pedira que o mesmo desenhasse alguns adesivos e camisetas para a loja. Fairley então se surpreenderia: as pessoas realmente gostaram de seus desenhos “toscos” mais do que os desenhos que seu patrão fizera profissionalmente. Isso provera validação artística, mas Fairley ainda procurava seu caminho.

Entretanto, tudo encaixou-se perfeitamente quando um amigo pedira a Fairley para ensiná-lo a fazer stencils recortados no papel. Fairley então encontrara uma engraçada foto de Andre, The Giant e dera ao amigo a fim de ensiná-lo. O mesmo tentou, mas logo desistiu por conta da frustração de não conseguir cortar propriamente. Fairley então terminou o corte e adicionou “Andre, The Giant Has a Posse” de um lado e sua altura e peso (7’4” e 520lbs) de outro.

Nascia então o primeiro sticker de Andre, The Giant. Este sticker começara como uma brincadeira, mas Fairley tornara-se obcecado com a idéia colá-los por todo o canto com o objetivo duplo de ser irreverente e colocar algo no mundo anonimamente, mas que pudesse ser chamado de “seu”. Então, da mesma forma que vira outros stickers e estes o fizeram curioso, agora Fairley teria seu próprio sticker para irritar e/ou estimular o público.



Figura 1 – Imagem do sticker “André Giant Has a Posse”

Fonte: <<http://www.answers.com/topic/andr-the-giant-has-a-posse>> acessado em maio de 2005.

Em 1990, Fairley faria o sticker decolar num incidente envolvendo o candidato à Prefeitura da Cidade, Buddy Cianci. Fairley deliberadamente cobria um outdoor da campanha de Cianci com uma imagem de 4 metros de Andre, The Giant. A mídia local cobria o fato como sendo uma referência ao escândalo em que Cianci envolvera-se, onde havia sido expulso de um escritório após agredir o amante da ex-mulher. A imprensa acreditava que o desconhecido autor (Fairley) da intervenção no outdoor estava fazendo uma alusão à brutalidade de Cianci

usando a imagem de Andre. Após o incidente, o sticker Andre, The Giant naquele mesmo verão tomara Providence por completo e posteriormente viria a espalhar-se através do mundo com números estimados em 450.000 stickers. No outono seguinte, um jornal independente local publicara uma foto do sticker de Andre, The Giant, oferecendo uma recompensa à pessoa que pudesse revelar sua fonte e significado. A campanha do sticker funcionou tão rápido localmente que Fairley decidiu “atacar” Boston e Nova York que ficavam muito próximos de Providence. Apesar da falta de confiança inicial em colocar algo nas ruas que fosse criação sua, a oportuna e acidental criação do sticker de Andre, The Giant, deu o estímulo para que Fairley tentasse. Agora, ele partia para a “dominação mundial” através do sticker.

Fairley então surpreendera-se com o quão libertador e fácil era produzir e colar os stickers. Inicialmente, Fairley mandava imprimir algumas centenas por semana em uma gráfica usando o material adesivo dos mesmos. Após certo tempo, ele percebera que podia encontrar o material necessário para a produção dos stickers em lojas de suprimentos de escritório pela metade do preço. Stickers de papel eram ideais para uso em locais fechados, muito difíceis de remover, mas estragavam rapidamente em ambientes abertos e expostos às intempéries climáticas. Nessa época, Fairley estava tendo aulas de serigrafia na faculdade, então decidira fazer stickers de plástico vinil adesivo. Comprou então o material para a produção dos stickers em vinil e deparou-se com o primeiro problema: a tinta vinílica era tóxica. Entretanto, seguiu em frente e começou a produzir manualmente seus stickers que mostraram-se mais baratos de se produzir do que os de papel, com a vantagem de serem consideravelmente mais resistentes em ambientes abertos. Fairley também gostava da “confusão” em ter uma imagem de baixa fidelidade impressa num material mais “nobre” como o plástico vinil.

Além disso, Fairley sentia que, a cada jogo de stickers que imprimia, o mundo se tornava cada vez menor, isso por que ele sabia que alguns deles acabariam colados em algum lugar distante.

Entretanto, nem tudo eram flores. A pior parte era o recorte dos jogos de stickers em peças individuais. No princípio, Fairley utilizava tesouras e cortava-as manualmente, o que se provou ser um verdadeiro teste de paciência e resistência física. Após isso, Fairley resolveu adquirir uma guilhotina para otimizar o corte.

Esse processo perdurou de 1989 até 1996, resultando em mais de um milhão de stickers impressos e recortados à mão. Quando Fairley mudou-se para a Califórnia, decidiu então parar com a impressão manual com tinta vinílica e passou a mandar imprimir seus stickers novamente em gráfica.

Assim como suas técnicas, a distribuição de Fairley também evoluía. Fairley começara a enviar seus stickers à amigos entusiastas do sticker. Nessa época, o sticker já havia se tornado uma febre nos EUA. Muitos já produziam stickers artisticamente falando e buscavam difundir suas peças. Outros queriam apenas seus stickers marcando seus rastros. No caso de Fairley, seus stickers eram produzidos com a intenção de chegarem nos locais mais longínquos possíveis, chegando ao ponto de Fairley publicar anúncios oferecendo stickers em fanzines punks e revistas de skate com imagens de stickers de sua autoria e sua caixa postal para que ele mandasse de volta as cartas com os stickers prontos para serem colados. Fairley estava construindo uma rede de pessoas que apreciavam queriam stickers. Seu único problema era a falta de recursos. Os stickers tinham sido concebidos como um projeto de arte, e parte do charme era que nada era produzido para venda. Entretanto, Fairley precisava de recursos para continuar produzindo.

A solução encontrada foi pedir por uma doação de cinco centavos de dólar norte-americano por sticker, e na produção de camisetas para venda. Assim começou o pequeno negócio de venda de stickers e camisetas de Fairley, sendo que quase toda oportunidade artística e financeira em sua carreira veio através dos stickers e seus correlatos em pôsteres e stencils.

Ainda nessa época, Fairley já havia criado laços com artistas urbanos de outras categorias, como o graffitti. Muitos dos grafiteiros não aprovavam o sticker como manifestação artística. Consideravam o mesmo “irritante”, porém logo perceberam sua eficiência. Com o Sticker, a pessoa poderia colá-los por toda uma parede ou placas de uma rua facilmente.

Tempos depois, dois artistas de rua nova-iorquinos Revs e Cost demonstraram a força do Sticker produzido em massa e de flyers xerocados, colando-os em quase que todas as caixas de correio nas esquinas da cidade de Nova York entre 1991 e 1995. Sua área de cobertura fora sem precedentes, e seu trabalho causou tanta

comoção na cidade que a administração local mudou as políticas de limpeza urbana, assegurando que a dominação do Stickers nunca mais fosse alcançada novamente.

Revs e Cost promoveram-se através de um Sticker que parecia mais um típico grafitti do que uma marca. Eles usaram uma fonte (tipo) bold, legível e sem ornamentos. A técnica podia não ser imbuída de estilo, porém era muito eficaz, dando a Revs e Cost a distinção de terem sido os dois únicos artistas de rua cujos nomes ficaram conhecidos fora da comunidade do grafitti.

O trabalho de Fairley tem influência de Revs e Cost assim como da publicidade e propaganda. Fairley aprendera com a experiência de Revs e Cost que simplicidade e ubiqüidade podem se destacar entre toda poluição visual urbana. Através do uso consistente de esquemas de cores e ícones nos múltiplos desenhos de Stickers, Fairley tentava prover uma experiência às pessoas de repetição em conjunto com uma pequena diversidade para manter a intriga sobre seus trabalhos.

Fairley então lançara-se, nos anos que se seguiram, numa campanha de propaganda anti-consumista que beirava o absurdo, chegando ao extremo de “seqüestrar” 12 outdoores da Sprite “Obedeça sua Sede” na costa da Califórnia, obliterando toda a propaganda, exceto a palavra “Obey” (obedeça), e colando nas mesmas a imagem de Andre, The Giant.

Assim, Fairley criara um ícone e começara angariar a fama de corajoso ativista de rua, um Dadaísta contemporâneo, um Situacionista, ou ainda um “pós-grafiteiro” que utiliza o meio impresso ao invés da lata de spray para “tagear” as ruas. Seu ícone Andre, The Giant, agora com o inscrito “Obey”, tomara as ruas dos EUA e do mundo, além da atenção da mídia com seu gigante estampado em vinhetas e shows da MTV e HBO, em filmes como “Gone in 60 Seconds” (chamado aqui no Brasil de “60 Segundos”) e “Batman Forever”. Depois destes Fairley viria a conquistar também as galerias de arte.



Figura 2 – Imagem do sticker “Obey”

Fonte: <<http://www.obeygiant.com>> acesso em 20 de abril de 2007.

A consagração e reconhecimento viriam em 1995, quando Helen Stickler dirigiu o documentário “Obey Giant Has A Posse”, que mostra Fairley explorando todo o potencial e possibilidades da campanha “Obey”. O documentário foi exibido com sucesso no Museu de Arte Moderna de Nova York (MoMA) e no Festival de Sundance.

Desde então, o sticker vêm se multiplicando em progressão geométrica na América do Norte, na Europa, Ásia, Oceania, tudo através da internet e dos correios.

Hoje, o que era parte da cultura underground tornou-se o “mainstream”. Fairley é diretor e proprietário de sua própria empresa de design que tem como clientes a Pepsi e a gigante multimídia Universal, além de vender como água seus trabalhos em galerias especializadas dos EUA.

## 1.2. O que é o Sticker?

Sticker, segundo o *Longman Dictionary of Contemporary English, 2003*, é a palavra inglesa para designar todo e qualquer pedaço de papel ou plástico com uma imagem, ilustração ou palavras que seja auto-adesivo e que se possa colar em qualquer superfície. Ela vem da palavra *stick*, que significa, primeiramente, colar ou aderir algo em algum outro objeto ou superfície.

**stick** - to attach something to something else using a substance, or to become attached to a surface.

**stick er** – noun. A small piece of paper or plastic with a picture or writing on it that you can stick on to something.<sup>2</sup>

Stickers em sua concepção primeira e originária nada mais são do que adesivos auto-colantes. Nos EUA, no Reino Unido, e em outros países de língua anglo-saxã, todo e qualquer adesivo auto-colante têm essa denominação. Entretanto, a palavra ganhou um novo sentido e significado na última década quando se começou a utilizar esse material para fins outros e mais abstratos além dos já conhecidos como publicidade política, ideológica, mercadológica, entre outros.

---

<sup>2</sup> **stick** – afixar algo em alguma outro objeto usando uma substância, ou tornar-se afixado a uma superfície.

**stick er** –nome. Pequeno pedaço de papel ou plástico com uma ilustração ou escritura que possa ser afixado em algo.

Para D-Face, um jovem natural da Inglaterra e um dos mais prolíficos artistas do sticker na Europa, em sua introdução para o livro *The Art of Rebellion*, de Christian Hundertmark, o sticker possui várias denominações tais como Pós-grafite, Arte de Rua ou ainda Arte Urbana, entretanto, tudo resume-se à uma técnica onde alguém pode “deixar sua marca”, manifestar-se, expor suas idéias e opiniões e registrá-las no ambiente e suporte urbano, ou ainda intervir nesse mesmo ambiente buscando um diálogo com os viventes nas grandes metrópoles:

Street Art, Post Graf, Urban Art – call it what you like, in it's raw essence, it's all about leaving your mark. A trace of existence, to taunt or humour the public as well as a liberating F\*\*\* You to the powers that deem our work vandalism.<sup>3</sup> (HUNDERTMARK, 2005, p. 6)

O sticker guarda ainda muitas semelhanças com seus “antecessores” diretos, como o grafite, o stêncil, e o “pixo”, nos âmbitos técnicos, estéticos, criativos e interpretativos, além de compartilharem a atuarem no mesmo espaço e suporte: as metrópoles urbanas.

Muitos dos representantes do sticker também são proficientes e têm ampla experiência nessas modalidades. Entretanto, apesar de compartilharem o mesmo espaço em suas intervenções, o sticker e as demais modalidades como o grafite, por exemplo, têm origens um pouco distintas. Segundo Roaleno Ribeiro Amâncio Costa em sua dissertação de mestrado, muitos grafiteiros e pichadores eram e ainda são oriundos de camadas sociais mais desfavorecidas. Adolescentes das periferias de São Paulo e das várias áreas pobres das grandes metrópoles do mundo que marginalizadas por sua condição étnica, cultural, social e educacional, buscavam nessas manifestações como o grafite uma maneira de se destacarem ante seu grupo, em seu meio e círculo de amizades. Se destacarem de alguma forma ante a sociedade:

---

<sup>3</sup> *Arte de Rua, Pós-Grafite, Arte Urbana – chame do que quiser, em sua essência crua, tudo resume-se em deixar sua marca. Um traço de existência, para escarnecer ou alegrar o público assim com um libertador F\*da-se para os poderes que chamam nosso trabalho de vandalismo.*

(...) E os dois momentos do grafitti mundial contemporâneo, (...) usam clandestinamente o espaço; disputam territórios entre gangues; registram nomes, pseudônimos, endereços; radicalizam na forma e no local executado; são realizados em sua maioria, por uma camada popular, marginalizada, representadas em Nova York pelos negros e “chicanos” que viviam em bairros e em São Paulo, por adolescentes que na maioria das vezes, deixaram de estudar para trabalhar em funções mal remuneradas, com perspectivas limitadas e que possivelmente buscam uma identidade que o reconheça perante a sociedade que fecha os olhos à massificação e sabotização das relações humanas dentro do espaço público em crise e diante de uma cultura de massa que iguala os indivíduos e anula suas particularidades. (COSTA, 1994, p. 134)

Já no caso do sticker, em sua origem tanto nos EUA como seu início no resto do mundo, era muito comum encontrar muitos de seus adeptos (entretanto não a totalidade deles) possuindo uma formação superior em Design Gráfico, Artes Plásticas e Comunicação Visual, frutos de uma nova geração de artistas que abraçaram a arte urbana como forma expressiva legítima.

O próprio Shepard Fairley, considerado como o pai do sticker por muitos adeptos do sticker, é designer gráfico formado pela Rhode Island School of Design, em Providence, EUA, e hoje é diretor de um dos mais conceituados estúdios de design da América do Norte.

No Brasil, o início do sticker não se deu de forma muito distinta. Segundo reportagem da Revista da Folha de 10 de outubro de 2004, os vanguardistas do sticker se utilizavam das técnicas aprendidas em sua formação universitária para intervir no meio urbano, criticar e sabotar o “sistema” vigente:

Aproveitando a formação acadêmica a que tiveram acesso, os autores utilizam os conceitos mercadológicos aprendidos nos livros para sabotar o “sistema” de que fazem parte como um vírus. (...)  
(MACEDO, 2004, p.6)

Dessa forma, em muitos stickers, pode-se observar uma preocupação com questões técnicas tanto nos âmbitos estéticos e comunicacionais, assim como num âmbito ergonômico. Essa preocupação visa viabilizar a otimizar a mensagem e informação contidas nos stickers.

João Gomes Filho define como *meios* tudo aquilo que transmite e expressa informação e que faz uso de elementos imagéticos, ilustrativos, gráficos e textuais, e como tais, devem ser calcados em atributos cromáticos e formais:

[Meios] São os fatores de expressão da informação constituídos pelas imagens (desenhos, fotografias, marcas, pictogramas, grafismos, etc) e pelas palavras (textos, logotipos, etc). Eles devem ser assentados nos atributos da forma, da cor, da luz (iluminação natural ou artificial), de um objeto, etc. (...) (GOMES FILHO, 2003, p. 47)

O sticker, ao ser utilizado como forma de expressão, passa a ser um meio, um meio imbuído de uma carga informativa, com uma mensagem a ser transmitida.

Para que sua missão seja levada à cabo de forma plena, necessita também estar calçada em certos conceitos e códigos (normas) cromáticos, morfológicos e tecnológicos:

A cor é a parte simples mais emotiva do processo visual. Ela tem uma grande força e seu uso é vital para expressar e reforçar a informação visual. (...) (GOMES FILHO, 2003, p. 48)

O código morfológico diz respeito, fundamentalmente, ao tratamento gestaltico das informações inscritas nos objetos levado em conta os princípios básicos de percepção, estrutura, organização e diagramação ou composição formal. (...) (GOMES FILHO, 2003, p52)

O código tecnológico diz respeito às técnicas, materiais e processos de produção, reprodução e transmissão da informação visual no que se refere, de modo genérico, à estrutura do signo, ao seu suporte estrutural e ao seu substrato (enquanto base de apoio e localização da informação), guardando-se as devidas proporções, em relação à sua categoria e função. (...) (GOMES FILHO, 2003, p. 53)

Questões técnico-conceituais como cromia, relação figura-fundo, legibilidade, acuidade visual, contrastes visuais formais e cromáticos, movimento, ritmo, aspectos morfológicos como a unificação da percepção formal e ainda aspectos técnicos como materiais e processos de produção são amplamente considerados ou deliberadamente subvertidos (pelo menos por uma parte dos stickeiros) durante o processo criativo de seus stickers.



Figura 3 – Imagem de um sticker afixado em poste na Rua Augusta. O esquema cromático utilizado possui alta pregnância visual, favorecendo a percepção e visualização do mesmo.  
Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 4 – Imagem de um sticker afixado em placa de sinalização na Rua Augusta. O esquema cromático utilizado possui alta pregnância visual, e exerce uma relação figura/fundo ideal favorecendo a percepção e visualização do mesmo.

Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 5 – Imagem de stickers afixados em poste na Avenida Juscelino Kubitschek. O esquema cromático utilizado possui alta pregnância visual, favorecendo a percepção e visualização do mesmo.

Fonte: <[http://www.fotolog.com/projeto\\_cha/25243104](http://www.fotolog.com/projeto_cha/25243104)> acessado em junho de 2007.



Figura 6 – Imagem de stickers afixados em placa de sinalização na Rua Augusta. O esquema cromático utilizado no sticker da esquerda possui baixa pregnância visual, desfavorecendo a percepção e visualização do mesmo.

Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 7 – Imagem do sticker Pringles afixado em poste na Avenida Paulista. O esquema cromático utilizado possui baixa pregnância visual por conta da relação do material utilizado (transparente) com o local aplicado (metálico), desfavorecendo a percepção e visualização do mesmo.

Fonte: Arquivo fotográfico do autor.

Esse cuidado (ou quando o caso, transgressão) estética, técnica e morfológica, visa maximizar o impacto no momento em que os stickers estiverem intervindo e interagindo com o ambiente, atraindo a atenção dos transeuntes na selva cinza da metrópole de São Paulo.

Um exemplo de stickers e lambe-lambes que parecem ser concebidos segundo alguns conceitos e critérios ergonômicos são os do Projeto Chã, criado pelo stickeiro Rodrigo Chã. Chã possui formação universitária em Design Gráfico e é muito conhecido e respeitado no meio dos artistas de rua por seus trabalhos. Muitos de seus stickers são produzidos em material resistente às intempéries climáticas (com materiais tais como plástico vinil ou papel de seda), com impressão em silkscreen com tinta vinílica e sempre com cores contrastantes visando uma legibilidade maior ao exercer uma relação de figura-fundo no local a ser aplicado. Além disso, seus stickers variam em seus aspectos formais, especialmente em suas dimensões de acordo com o lugar a ser aplicado. Se o objetivo é a aplicação em semáforos ou postes de iluminação ou similares, então são colados stickers que tem um tamanho e forma determinados. Já se o objetivo for a aplicação em caixas de controle de sinalização luminosa, ou caixas de telefonia ou ainda muros e fachadas, Chã aplica lambe-lambes de papel de seda ou jornal de grandes dimensões colados com cola de maizena ou stickers cujas dimensões são outras, normalmente maiores, sempre com cores fortes e chamativas e com um layout mais específico.



Figura 8 – Imagem de um sticker de Chã aplicado em caixa de telefonia na Rua Augusta.  
Fonte: <[http://www.fotolog.com/projeto\\_cha/25243104](http://www.fotolog.com/projeto_cha/25243104)> acessado em junho de 2007.



Figura 9 – Imagem de um sticker de Chã aplicado em placa no Centro da Cidade de São Paulo.  
Fonte: <[http://www.fotolog.com/projeto\\_cha/25243104](http://www.fotolog.com/projeto_cha/25243104)> acessado em junho de 2007.



Figura 10 – Imagem de um sticker de Chã aplicado em semáforo na Ladeira Porto Geral, no Centro de São Paulo.  
Fonte: <[http://www.fotolog.com/projeto\\_cha/25243104](http://www.fotolog.com/projeto_cha/25243104)> acessado em junho de 2007.

Chã também faz uso em seus stickers de outro conceito muito utilizado na comunicação urbana: o conceito dos signos visuais.

Tomando por base o conceito de signo dado por Bordenave de que um signo é qualquer coisa que faça referência a alguma outra,

Signo é qualquer coisa que faz referência a outra coisa ou idéia. E a significação é o que consiste no uso social dos signos. A atribuição de significados a determinados signos é precisamente a base de comunicação em geral e da linguagem em particular. (BORDENAVE, 1986, p.24).

e tomando por base o conceito de signo publicitário dado por Costa Filho,

(...) são usados para a veiculação e propaganda de modo em geral, intrínsecos, de modo mais particular, à produção e à publicidade com relação à venda e ao consumo de produtos e serviços em geral. Em relação as lojas, empresas e similares, eles se classificam também como signos de identidade. (COSTA FILHO, 2003, p. 46).

Rodrigo Chã, ao colocar a “marca da pomba” em seus stickers como parte integrante e contextualizada, cria também um símbolo, um signo de identidade para si. Apesar de muitos outros stickers fazerem algo similar, Chã parece fazer isso de forma deliberada e muito bem-sucedida, com o objetivo de “marcar” esse signo.



Figura 11 – Imagem de um sticker de Chã aplicado em caixa de telefonia na Rua da Consolação.

Fonte: <[http://www.fotolog.com/projeto\\_cha/25243104](http://www.fotolog.com/projeto_cha/25243104)> acessado em junho de 2007.



Figura 12 – Imagem de um sticker de Chã aplicado em semáforo na Praça Ramos de Azevedo, no Centro de São Paulo.

Fonte: <[http://www.fotolog.com/projeto\\_cha/25243104](http://www.fotolog.com/projeto_cha/25243104)> acessado em junho de 2007.



Figura 13 – Imagem de um sticker de Chã aplicado em placa.

Fonte: <[http://www.fotolog.com/projeto\\_cha/25243104](http://www.fotolog.com/projeto_cha/25243104)> acessado em junho de 2007.

Qualquer stickeiro que veja o “pombo” sabe que aquele sticker foi colocado ali por Rodrigo Chã que inclusive é proprietário, no site de relacionamentos Orkut, de uma comunidade chamada “Projeto Chã”, onde defende seu trabalho nas ruas em conjunto com outros stickeiros e discute com os membros da comunidade temas e questões da arte urbana.

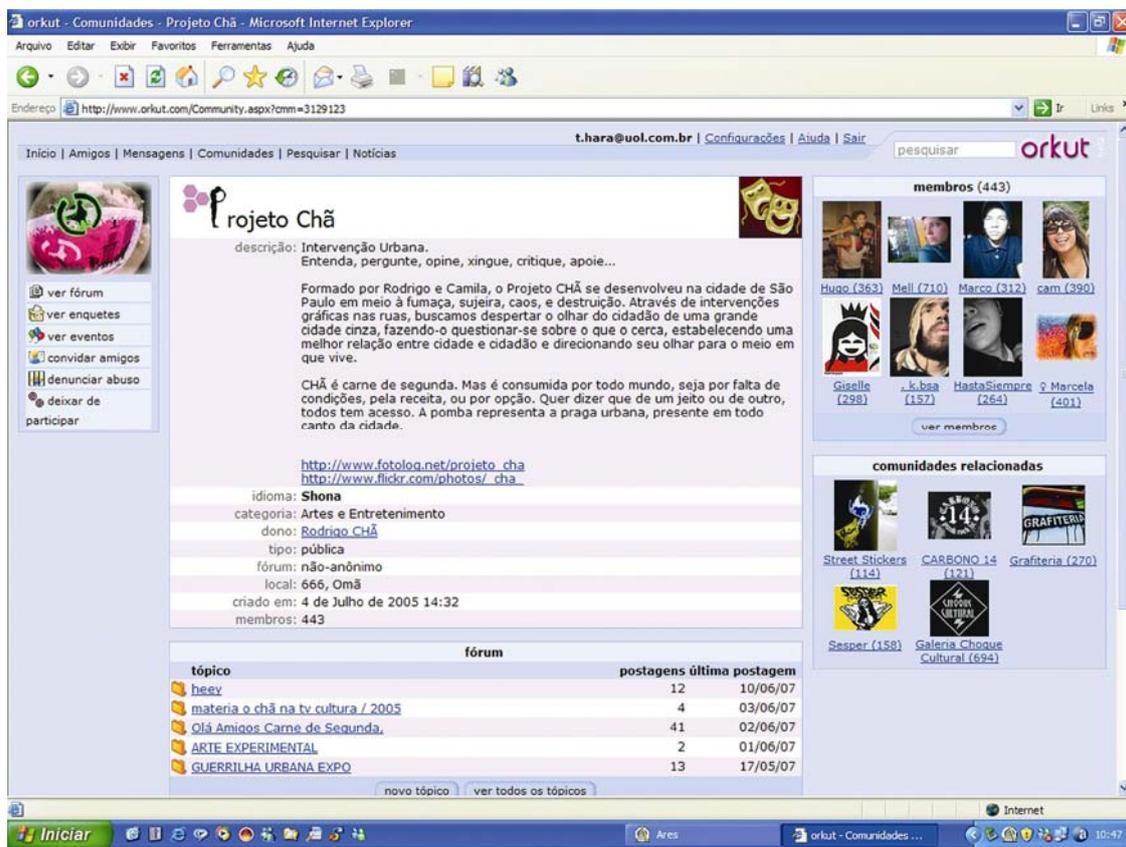


Figura 14 – Imagem da página da Comunidade do Projeto Chã no site de relacionamentos Orkut.

Fonte: <http://www.orkut.com> acesso em 05 de novembro de 2006.

Outro sticker bastante difundido principalmente na Av. Paulista, no centro e cercanias, que faz uso ainda que aparentemente em menor proporção é o “Pringles” (de autoria desconhecida pelo autor desta dissertação).

Esses stickers apropriam-se da ilustração do personagem dos rótulos da batata frita Pringles da companhia Procter & Gamble e descontextualizam-no. As mesmas questões técnico-conceituais e ergonômicas se manifestam na produção desses stickers ainda que de forma um pouco menos elaborada no quesito tecnológico como os stickers de Rodrigo Chã, por exemplo, apenas em alguns momentos utilizando materiais mais baratos e menos resistentes à intempéries climáticas e cromias não muito bem selecionadas para o ambiente onde foram aplicados os stickers.



Figura 15 – Imagem dos rótulos da batata Pringles da Procter & Gamble  
Fonte: <<http://id.wikipedia.org/wiki/Pringles>> acesso em 05 de novembro de 2006.



Figura 16 – Imagem do sticker Pringles afixado em totem de semáforo da Avenida Paulista  
Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 17 – Imagem do sticker Pringles afixado em placa de sinalização na Rua Frei Caneca.  
Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 18 – Imagem do sticker Pringles afixado em placa de sinalização da Rua Frei Caneca.  
Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 19 – Imagem do sticker Pringles afixado em semáforo da Avenida Paulista. Note que o material do adesivo não era de boa qualidade, criando uma baixa legibilidade do mesmo.  
Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 20 – Imagem de um lambe-lambe Pringles afixado em parede da Rua Frei Caneca. Note a baixa legibilidade em virtude da escolha cromática entre ilustração/grafismo e fundo.  
Fonte: Arquivo fotográfico do autor.

Ao descontextualizar a ilustração sem amplamente provocar nenhuma alteração morfológica na mesma, o autor do sticker Pringles trabalha de forma irreverente com o conceito de legibilidade dado por Costa Filho:

Legibilidade: é o modo de percepção ligada à recepção de uma informação e o seu reconhecimento pela comparação armazenada na memória. Assim, a percepção de uma letra, de uma palavra ou de um sinal gráfico qualquer está ligada à identificação de suas formas e o seu reconhecimento, em comparação com um padrão de armazenamento na memória do indivíduo. (...) (COSTA FILHO, 2003, p.41).

O autor do sticker Pringles, retira o personagem do seu contexto (a embalagem da batata frita) e o coloca em semáforos, placas, caixas de troncos telefônicos mantendo o desenho original parcialmente intacto, somente mudando alguns pequenos detalhes (o autor ao invés de manter os cabelos do personagem divididos ao meio, “arrepia” os mesmos) ou ainda insere outros grafismos complementares, criando novos contextos, mas mantendo a ilustração geral ainda identificável e reconhecível pelas pessoas para que elas possam fazer a ligação do sticker com a embalagem do produto.

Ao trabalhar a questão da legibilidade, o criador do sticker Pringles quebra ao mesmo tempo o conceito de signo publicitário ou de identidade, ao remover a ilustração de seu contexto original e aplica-la no ambiente urbano recontextualizando a mesma.

O historiador e membro do coletivo de artistas de rua SNH Eduardo Saretta, faz um comentário na matéria da Revista da Folha sobre essa apropriação do sticker da logotipia a fim de distorcê-la para atacar a própria publicidade e dar visibilidade aos stickeiros:

“Os stickers se apropriam da logotipia para atacar a publicidade. O que é um adesivo a não ser uma peça de promoção?”, questiona o historiador Eduardo Saretta. (...) (MACEDO, 2004, p.6)

Ao apropriar-se da logotipia, de signos publicitários ou de identidade para atacar a própria publicidade como comenta Saretta, o sticker adentra o conceito de L. McCaffery a qual Massimo Canevacci faz menção, o Avant-Pop:

O avant-pop associa a atenção da pop art para bens de consumo e mass media ao espírito subversivo e às radicais inovações formais da vanguarda (McCaffery, 1998, p.371). Nesse sentido, as imagens-chave da cultura popular difundidas pela mídia – “já isoladas de seu típico conteúdo comercial” (ib.) – podem revelar um fascínio estético que, no mesmo momento em que foi encenado, mudou radicalmente de sentido. Um extremo deslizamento dos códigos que – conjuntamente –

expõe e dissolve fetichisticamente os fetiches pop. Diferentemente da pop art (que “se inclinava a apropriar-se dos materiais da cultura pop, com a finalidade de uma reprodução fiel sem fazer transformações”), o avant-pop se entrega a estratégias comunicacionais muito mais flexíveis contra a representação neutra dos materiais originais. Ou, melhor, as produções da mídia tornam-se uma espécie de matéria-prima a ser explorada, manipulada e transformada de modo criativo: elas não são imutáveis ou confinadas nos limites de seu significado, ao contrário, podem tornar-se uma fonte inexaurível de ressonâncias secretas, de estratégias recombinaatórias, de desmascaramentos paradoxais e fetish. (McCAFFERY, 1998 apud CANEVACCI, et al., 2005)

No caso do sticker “Pringles”, ao ser isolado de seu conteúdo comercial, a ilustração mostra o fascínio estético que exerce sobre o autor (que poderia ter escolhido qualquer outra ilustração), mas sem seu já mencionado conteúdo comercial, muda radicalmente de sentido, de significado, saindo de sua representação material original.

Apesar de haver à época da publicação da matéria sobre os stickers na Revista da Folha, um cuidado com conceituações ergonômicas e técnico-acadêmicas por conseqüência dos pioneiros dessa forma de expressão artística de rua serem compostos em sua maioria por graduados em design gráfico, artes plásticas e comunicação social, com alguns deles, inclusive, sendo oriundos da classe média, atualmente isso não se traduz numa verdade. O sticker popularizou-se entre jovens dos mais variados extratos sociais. Garotas e garotos da periferia ou de áreas mais pobres da cidade realizam seus “rolês” em grupos (“crews”) ou individualmente da mesma forma que outros jovens de classe média ou das áreas mais nobres da cidade, e nos mesmos “points” de stickers de São Paulo.

Ao serem inquiridos em relação ao que a matéria na Revista da Folha colocara quanto à formação acadêmica e procedência social dos stickeiros, muitos

discordaram veementemente, enquanto outros levantaram questões relevantes á matéria.

O stickeiro Japaone Singular<sup>4</sup> discorda:

Nossa... discordo completamente!

Sem noção quem escreveu isso aí! Tudo bem que já vi elementos do sticker e lamb usados em propagandas e tal, mas dizer que isso é fruto único de publicitários é estúpido!

Eu acho o sticker uma das veias do grafite. O design feito por artistas e grafiteiros tomou um maior espaço nas galerias e isso faz com que muita gente confunda as coisas.

E a mídia publicitária tenta tirar proveito disso, por que é arte das ruas, de fácil acesso a todos e foge daquele “esteticismo” que reinava antes...

Eu acho isso...

O stickeiro Wellington, o Wel016.Sticker<sup>5</sup> reforça:

Assim como qualquer coisa, há gente que tem grana como há gente que não tem grana que dê seus “pulos” para conseguir material e etc.

Mas conheço bastante gente que tem um estudo, formada em curso superior que cola, gente que faz curso de design, nego que “trampa” com design... mas também tem nego que nem terminou a escola, ou como eu, que nem se interessa em fazer curso de design.

---

<sup>4</sup> Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em novembro de 2006.

<sup>5</sup> Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em outubro de 2006.

Mas cola porque gosta de interagir com a cidade!

Só acho que assim como todas as coisas existentes, o sticker atinge todas as camadas sociais!

O stickeiro David Itália<sup>6</sup> coloca que não há uma predominância de uma classe social no sticker. O que realmente conta é o talento e a capacidade para cria-lo:

[Risos] Mano, o “barato” [sticker] não tem classe social! Saco, você pode não ter dinheiro mas ter talento e fazer uns “trampo” muito “manero” “pau a pau” com designers sendo até muito mais artista arranjando outros caminhos.

Já o stickeiro e estudante de design Lex Lopo<sup>7</sup> acredita que uma formação acadêmica é bem-vinda para um embasamento teórico-conceitual sobre seu trabalho e também acredita que não há um real predomínio de determinada classe social, mas sim uma falta de comprometimento por parte de alguns stickeiros por não investirem um pouco mais em termos financeiros para a produção de trabalhos melhor elaborados e executados:

Na verdade o lambe-lambe original já era um veículo de marketing antes de se tornar intervenção artística. Mas hoje em dia, a galera que cola é muito mista, não é nem por questão de verba mas eu acho que tem muita gente que, com “dó” de gastar um pouco mais de grana com um material decente, acaba fazendo muito “trampo” tosco e jogando na rua. Então eu acho válido ter um estudo do que você está fazendo como um curso de publicidade ou de design... você tem que saber “o por que” e porquê você está colando... esse movimento não é só pra fazer troca [de stickers via correios ou internet] e jogar fotinho

---

<sup>6</sup> Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em novembro de 2006.

<sup>7</sup> Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em novembro de 2006.

no “fucklog” [Fotolog, páginas na internet que permitem a hospedagem de fotos]!

O stickeiro Felipe Amorim<sup>8</sup>, o Tripa concorda parcialmente com a matéria da Revista da Folha e vai além, criticando contundentemente a nova geração de stickeiros nas ruas da metrópole:

Essa entrevista tem o seu lado realista. Talvez em 2004, a maioria dos coladores poderiam “trampar” nessa área [de design e publicidade] sim.

Mas hoje, só quem cola são moleques pré-adolescentes revoltados com a vida! [Risos] Mas nada a ver falar que sticker quem faz é só a elite, nem que o grafite são só os prejudicados socialmente. Hoje em dia tá meio invertida essa história aí... [risos]

Entretanto, o designer gráfico e stickeiro Rodrigo Chã<sup>9</sup> faz uma leitura um pouco mais serena e realista da matéria, colocando que à época da mesma, os vanguardistas do sticker de fato tinham uma formação acadêmica ou mesmo trabalhavam no meio das artes visuais e gráficas, mas que não há uma real questão de predomínio de uma camada social em voga, culminando numa heterogeneidade muito grande de stickeiros na atualidade, que possuem ou não uma formação acadêmica ou real motivação criteriosa:

Bom... tendo em vista a época que saiu essa reportagem, quem é que estava aí nas ruas colando pôster e adesivos? Não é uma questão de ser elite ou não, mas em 2004 quem dominava as ruas com cartazes se enquadravam nessa descrição sim!

Por exemplo? As próprias entrevistas já confirmam: Sesper (designer), SHN (arquiteto, historiador e designer), Andrea May (artista plastica), entre os outros que colavam em São Paulo como o Calma (artista

---

<sup>8</sup> Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em novembro de 2006.

<sup>9</sup> Designer Gráfico entrevistado por Thiago Hara, em outubro de 2006.

plástico e ilustrador), Base V (coletivo de artistas e designers gráficos), Renan Cruz (desenhista), Onesto (graffiteiro e videodesigner), Fat Louis (designer), Fefê (artista plástica)... mesmo eu que sou formado em design gráfico, entre muitos outros...

Então concordo, pois li a matéria quando saiu, e era bem isso mesmo o que acontecia. Atualmente, “sticker” se tornou muito mais popular, e muitas pessoas começaram a fazer... ou fazer mais... hoje em dia já não tem muito esse lance de que o cara cola na rua usando o que aprendeu ou trabalhou profissionalmente de uma outra forma. Atualmente, pessoas colam pra mostrar um trabalho pessoal, divulgar seu “trampo”, deixar apenas uma marca. Tem quem cole como forma de protesto, ou qualquer outro motivo também... ou até sem motivo algum, só um desenho qualquer ou uma imagem da net. É só ver a faixa etária dos que colavam em 2003, 2004 e que colam hoje. Era uma faixa entre 20 a 28 anos o pessoal, todos estudavam ou trabalhavam nessas áreas, hoje tem muita gente de até 12 anos! Não criticando ninguém, só quero tentar explicar o que foi colocado ali, certo?

Para exemplificar o que Chã coloca na parte final de sua declaração de que muitos colam apenas para “deixar sua marca” ou “sem motivo algum” com idades na faixa dos 12 anos, entrevistamos o jornalista Worney Almeida de Souza que, juntamente com seus filhos, produz e cola stickers nas ruas do bairro do Limão por uma questão de diversão familiar:

(...) Eu e meus “moleques” colamos stickers lá no nosso bairro. Eles fazem os desenhos, eu faço a cola [de farinha] e saímos colando em pontos de ônibus, paredes e postes. Daí, quando acabam os stickers, voltamos pra casa.

Porquê? Por que é legal! E nós nos divertimos juntos! Meus filhos têm 16, 14 e 10 anos. É legal sair com eles e colar. A de 14 adora skate,

jogar bola, é meio molecona, ela curte demais os stickers! Eles saem colam seus desenhos nas ruas, deixam um trabalho que é deles ali.

Dessa forma, como mostram as entrevistas, atualmente temos uma heterogeneidade de stickeiros em atividade nas ruas de São Paulo, e em outras cidades do Brasil. De fato, houve um início do sticker no Brasil pelas mãos de profissionais das artes gráficas, artistas plásticos e mesmo publicitários. No entanto, com a ampla divulgação e massificação as quais o sticker se sujeita conforme veremos posteriormente nesta dissertação, o mesmo passou a ser conhecido num ritmo muito acelerado por uma ampla gama pública que abraçou o sticker como forma de expressão. Dentre esse público, estão, em sua maioria, jovens de adolescentes que buscam, através do sticker, deixar sua marca, seja qual for sua motivação, até mesmo por puro modismo. Esse fator é uma faca de dois gumes, pois, na medida em que o número de adeptos cresce exponencialmente, a qualidade dos trabalhos tende a ser prejudicada. No início do sticker no Brasil, haviam trabalhos mais elaborados, bem planejados e bem executados. Atualmente, ainda existem trabalhos nessas condições, porém a qualidade da maioria deixa muito a desejar. Se o papel inicial do sticker era fazer os habitantes das metrópoles e de São Paulo “abrirem os olhos” para o ambiente em que vivem, por conta desse grande número de stickers mal elaborados, isso pode vir a não ocorrer. Isso porque a colagem indiscriminada, não criteriosa e mal produzida de stickers leva a sobrecarregar ainda mais o ambiente, o imaginário da cidade, contribuindo ainda mais para a poluição visual urbana a qual os stickers fazem críticas vorazes em alguns trabalhos.

Em suma, após muitas experimentações no grafite, stêncil, e no lambe-lambe, os artistas de rua passaram a buscar e explorar novas técnicas e ferramentas, como o papel, os adesivos em vinil e papel, além de pôsteres de grandes dimensões, a fim de dinamizar a elaboração e finalização de suas intervenções urbanas. O sticker é uma forma de expressão artística que apropria-se de técnicas já consagradas tanto no meio da arte de rua quanto no meio acadêmico para, através de um novo tipo de suporte e materiais, transmitir uma mensagem, interferir na paisagem urbana e promover um diálogo entre artistas de rua e os habitantes das grandes metrópoles urbanas.

### **1.2.1. Características do Sticker**

Percebem-se outras marcantes características acerca do movimento do sticker que influenciam em muito em sua linguagem, todas podendo estar ou não presentes em maior ou menor intensidade de acordo com a mensagem a ser transmitida. São elas: o (semi) anonimato, a marginalidade, a velocidade, a efemeridade, a reprodutibilidade, a massificação, a espontaneidade, o planejamento e a interdisciplinaridade.

#### **1.2.1.1 O (Semi) Anonimato**

O anonimato se faz presente e é buscado pelo simples fato de, apesar da arte urbana já estar relativamente absorvida e deglutida por uma considerável parcela da sociedade atual. Uma prova disto, são as freqüentes exposições de arte de rua em conceituadas galerias de arte, além das já consagradas galerias “alternativas” e até com representantes das camadas sociais de maior poder aquisitivo da cidade de São Paulo adquirindo trabalhos de grafiteiros e outros artistas de rua para suas coleções particulares. Entretanto, muitos stickeiros ainda são abordados (“enquadrados”) pelas autoridades policiais, chegando, inclusive, a serem presos em determinadas ocasiões sob a acusação de vandalismo e destruição de propriedade pública e privada. Isso sem mencionar agressões físicas e verbais sofridas pelos stickeiros nas mãos das autoridades ao invés da apreensão.

A maioria absoluta dos stickers são produzidos e colados sem menção direta ou assinatura do autor. Entretanto, em sites de relacionamentos como o Orkut, MySpace, Fotologs entre outros, temos autores reivindicando e provando sua autoria de stickers e lambe-lambes, daí o (semi) anonimato.

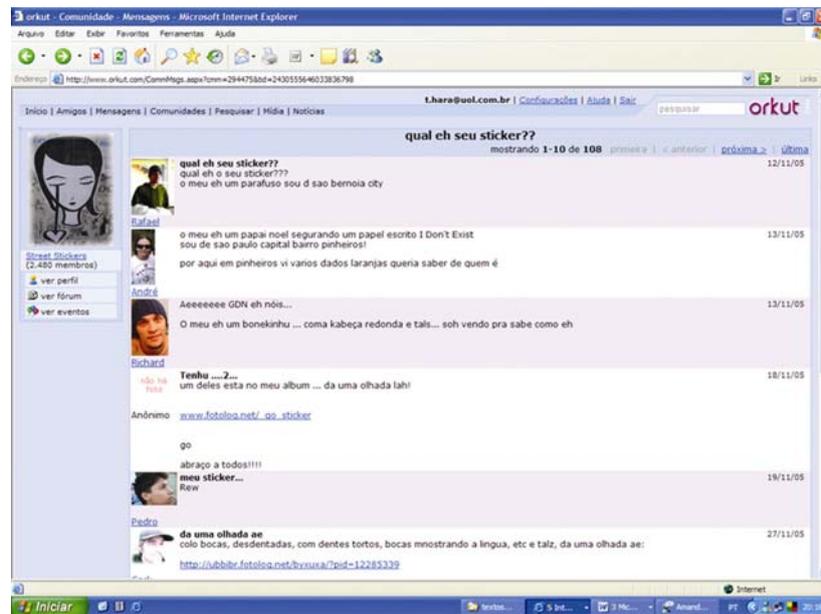


Figura 21 – Imagem de página da Comunidade Street Stickers no site de relacionamentos Orkut, onde os stickeiros se apresentam e a seus trabalhos na rua.  
Fonte: <http://www.orkut.com.br.> acessado em 15 de agosto de 2006.

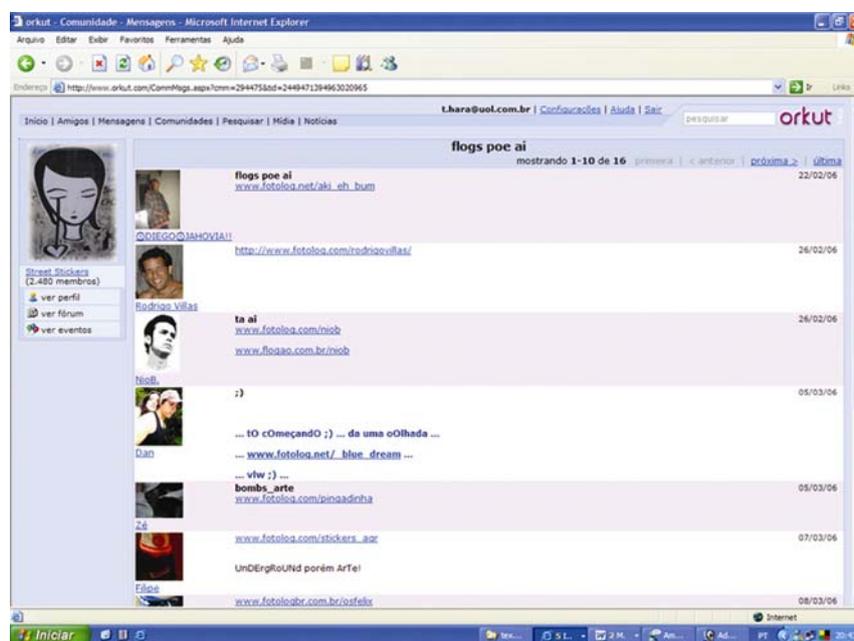


Figura 22 – Imagem de página da Comunidade Street Stickers no site de relacionamentos Orkut onde os stickeiros colocam seus endereços de Fotologs para divulgar seus trabalhos.  
Fonte: <http://www.orkut.com.br.> acessado em 15 de agosto de 2006.

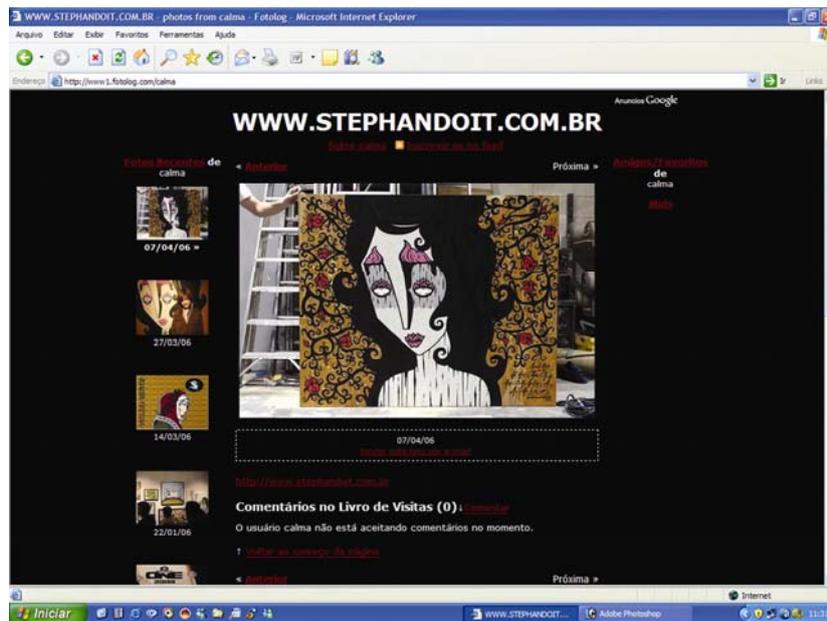


Figura 23 – Imagem de página do Fotolog do stickeiro Stephan, Calma mostrando seus trabalhos realizados nas ruas de São Paulo.

Fonte: <<http://www.fotolog.com/calma>> acessado em outubro de 2006.

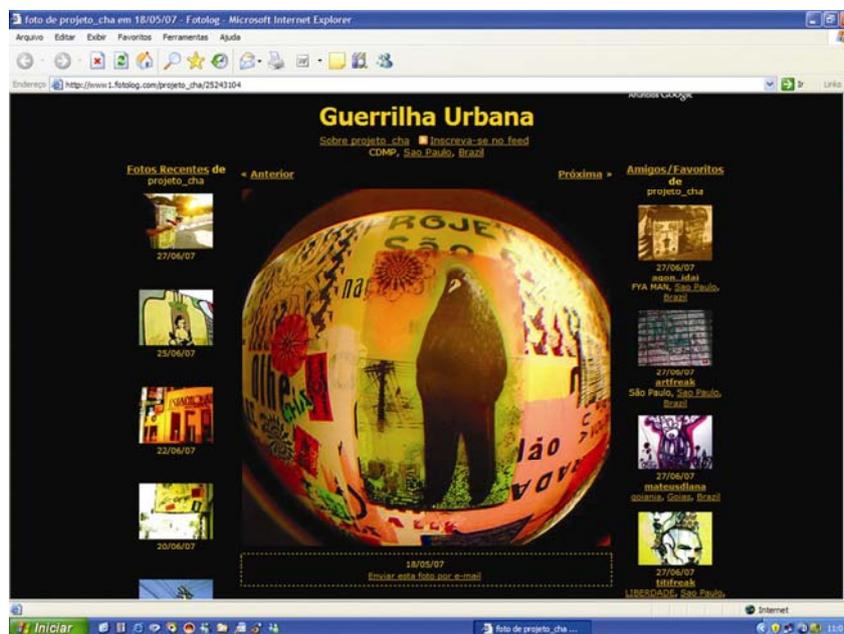


Figura 24 – Imagem de página do Fotolog do sitckeiro e designer gráfico Rodrigo Chã mostrando seus trabalhos realizados nas ruas de São Paulo.

Fonte: <[http://www.fotolog.com/projeto\\_cha](http://www.fotolog.com/projeto_cha)> acessado em junho de 2007.

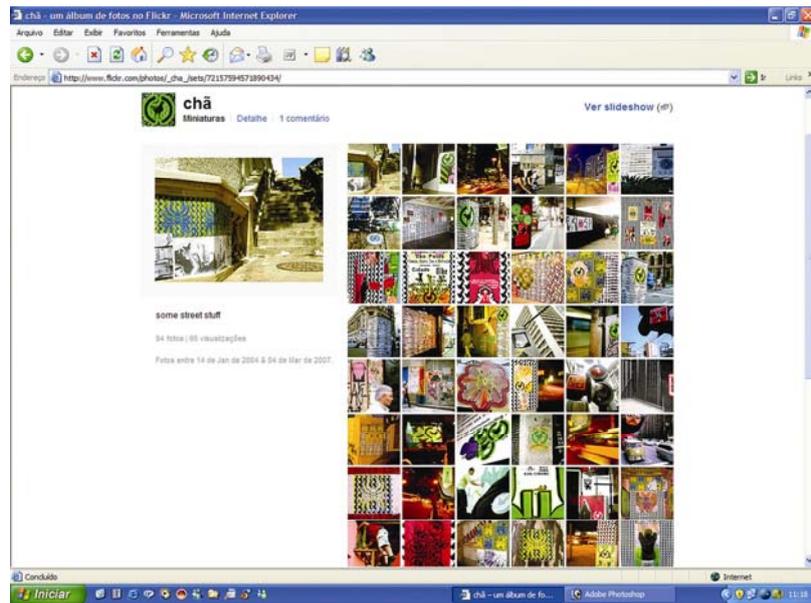


Figura 25 – Imagem de página do Fotolog do sitckeiro e designer gráfico Rodrigo Chã mostrando seus trabalhos realizados nas ruas de São Paulo.

Fonte: <[http://www.flickr.com/photos/\\_cha\\_](http://www.flickr.com/photos/_cha_)> acessado em junho de 2007.

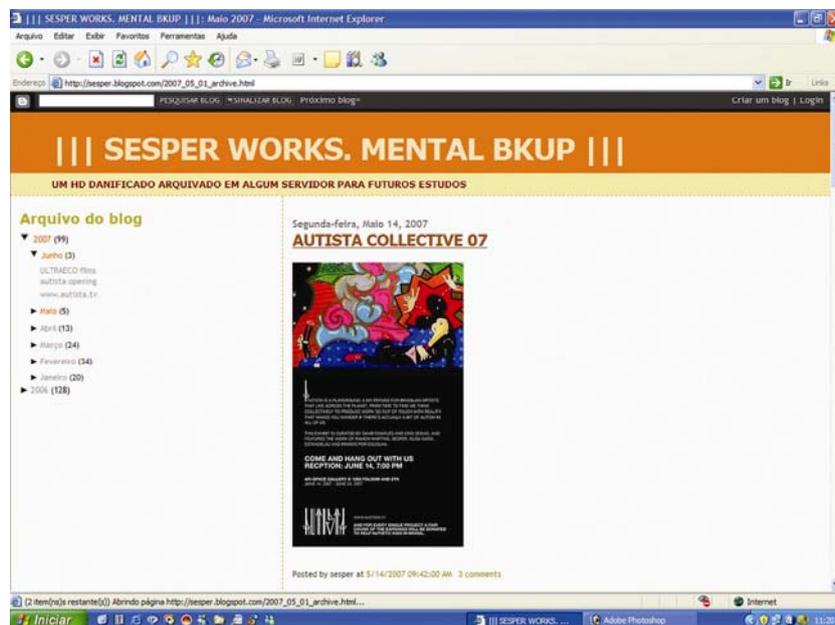


Figura 26 – Imagem de página do Fotolog do sitckeiro e designer gráfico Alexandre Cruz, o Sesper mostrando seus trabalhos realizados nas ruas de São Paulo.

Fonte: <<http://sesperblogspot.com/2007/>> acessado em maio de 2006.

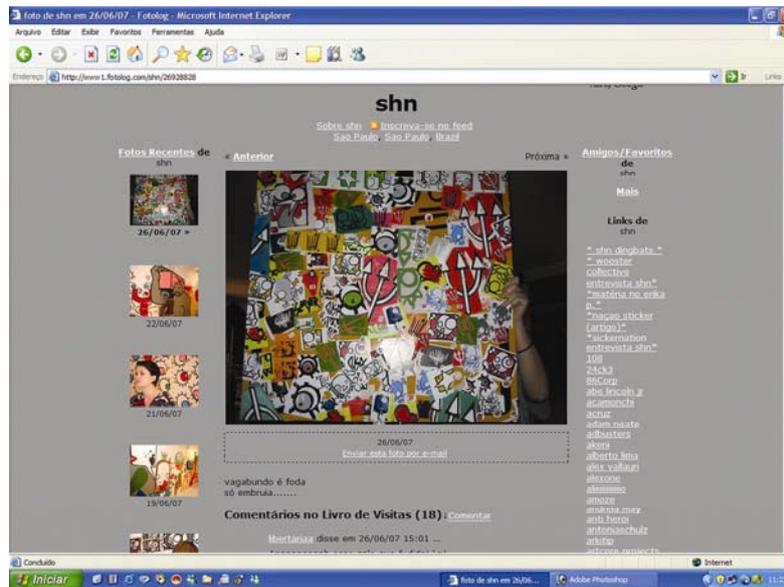


Figura 27 – Imagem de página do Fotolog do sitckeiro e designer gráfico Rodrigo Chã mostrando seus trabalhos realizados nas ruas de São Paulo.

Fonte: <<http://www1.fotolog.com/shn>> acessado em maio de 2006.



Figura 28 – Imagem de página do Fotolog do sitckeiro Wellington, o Wel016.Sticker mostrando seus trabalhos realizados nas ruas de São Paulo.

Fonte: <<http://www1.fotolog.com/wel016>> acessado em junho de 2007.

Ao que parece, a liberdade num mundo virtual erguido após a segunda revolução industrial e o advento da sociedade da informação, é, sob a visão de muitos dos autores de stickers inviolável, o que não corresponde à verdade. Os autores divulgam seus trabalhos, mostram uns aos outros, trocam experiências, opiniões, discutem, degladiam-se tudo na “segurança” da net. No site de relacionamentos Orkut, observa-se que vários stickeiros, (talvez numa tentativa de ocultarem suas identidades), colocam imagens de stickers ou outras ilustrações em seus “perfis”. O stickeiro Rodrigo Chã, por exemplo, coloca uma foto de si de costas aplicando um lambe-lambe de grandes dimensões numa parede. Já o stickeiro Errico<sup>10</sup>, coloca em seu perfil do Orkut, uma ilustração de criação sua, (uma máscara de gás usada na 2ª Guerra Mundial) que ele o mesmo costuma a utilizar como tema/objeto de seus stickers. Apesar de muitos stickeiros colocarem suas fotos em seus perfis do Orkut, no mundo real, no entanto, temos a discrição, e a proteção do pseudônimo para ocultá-los.

Isso é compreensível, uma vez que o sticker também se trata de uma manifestação que apropria-se do meio e espaço públicos, assim como paredes e muros de casas, prédios e outras edificações privadas.

Um fator que pode tornar os stickers mais “identificáveis” são as ilustrações usadas, pois muitos stickeiros usam o mesmo objeto ou personagem em seus stickers. Temos como exemplo, o artista Eli Golande que cola dirigíveis/submarinos ao longo da Rua Augusta e cercanias. Sendo conhecido no meio, todos sabem que os stickers dos dirigíveis/submarinos são obra dele, mesmo não havendo identificação escrita ou assinatura que o ligue aos stickers. Um outro exemplo, são as pombas inscritas num círculo de Rodrigo Chã, ou ainda os grafismos ou o jogo de repetições de suas fotos de Wel016.Sticker e as caveiras do coletivo SNH. Todos esses stickeiros variam a solução gráfica do mesmo tema para criarem seus stickers.

---

<sup>10</sup> Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em setembro de 2006.



Figura 29 – Imagem de stickers aplicados em placa de sinalização na Avenida Paulista. O sticker da direita é de Wellington, vulgo Wel016.Sticker.  
Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 30 – Imagem de stickers aplicados em placa de sinalização da Avenida Paulista. Note o sticker de Wel016.Sticker aplicado.  
Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 31 – Imagem de stickers aplicados em placa de sinalização na Avenida Paulista. Note a aplicação de outro sticker de Wel016.Sticker em conjunto com stickers de Pringles e Chã que encontra-se rasgado no canto inferior esquerdo.  
Fonte: Arquivo fotográfico do autor.

Outra forma de identificação do autor, apesar de ser mais dificultosa, é seu traço. Os stickeiros, assim como qualquer artista, buscam criar um traço distinto dos demais, a fim de se obter uma singularização e personalização em seus trabalhos. A estilização pode ser um meio de distinguir-se dos demais além da técnicas de produção dos stickers utilizadas e da qualidade de material.

### 1.2.1.2. A Marginalidade

Essa característica é herdada de outras formas de expressão urbanas (do graffiti para ser mais exato) e relaciona-se com a anterior por conta do preconceito da sociedade que ainda é existente, além das questões legais colocadas anteriormente. O sticker, assim como seus antecessores, apropria-se de forma muitas vezes abrupta e violenta dos espaços urbanos como viadutos, postes de iluminação, placas de sinalização, semáforos, muros, paredes de prédios comerciais e residenciais, casas, fachadas de lojas. Essa apropriação se dá com suas imagens e ilustrações enigmáticas, suas cores, ou mesmo somente com suas composições individuais e coletivas (quando coladas stickers em massa num único lugar) e ilustrações preto-e-branco criando muitas vezes desconforto, insatisfação e revolta por parte da população ou ainda proprietários e moradores que não aprovam esse tipo de manifestação em suas propriedades ou mesmo perto das mesmas. Isso marginaliza o stickeiro, criando situações de risco ao mesmo.

O stickeiro <sup>11</sup> coloca que a fiscalização e repressão a esse tipo de expressão é pouca e branda, porém em caso de reincidência pode acarretar sérios problemas ao stickeiro:

(...) “Orra” mano...

Então nós, eu, Marcelo e Will, no “trampo”, na maior inocência, não sabíamos que nós estávamos em frente o Fórum.

---

<sup>11</sup> Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em novembro de 2006.

Aí, eu subindo na placa pra colar ligeiro, eu ia colar uns 4 [stickers] ali acho, aí chegou um velho gritando. Aí eu achei que os “maluco” que estavam comigo davam um jeito... só que o maluco chegou na maior ignorância, isso era umas 7 da noite, a hora que eu viro é um promotor com colete e “pá”... o maluco foda mesmo. Aí firmeza, falou pra olhar as mochilas, os “barato” estavam na minha... aí ele viu a dos 2 moleques e eu fingi que estava abrindo a minha, mas nem abri. E ele deixou quieto a minha.

Aí ele começou a gritar o que nós pensávamos de ficar andando em frente o Fórum e por aí com rolinhos na mão, na cara de pau. E nisso todo mundo olhando pra nós.

Aí ele apreendeu nosso rolinho e falou que ia levar nós pra delegacia se visse a gente de novo lá...(risos)

Maior cena mano!

O stickeiro Felipe Giglioti<sup>12</sup> coloca que dependendo da situação e do tipo de intervenção, não há problema:

(...) bem ó, com canetão os “cozinha” [os Policiais Militares] pega e “zoa”, risca na cara e tal.

O ruim é que a maioria dos canetões são com tinta de secagem rápida e difícil de tirar.

Bem, lambe-lambe pode acontecer de eles colarem em você todinho ou jogar a cola em você e tacar fogo nus lambe-lambe, e de sticker no

---

<sup>12</sup> Stickeiro entrevistado por Thiago Hara, em novembro de 2006.

máximo que cola é um “esporro” [reprimenda] do coxinha por estar sujando um local público.

Mas com lambe-lambe e stiker nem cola nada.

Wel016.Sticker faz relato de suas experiências colando stickers envolvendo agentes da Força Pública:

(...) Depende muito do lugar que você tá colando e o que você tá colando. Já estive colando pôsters e a polícia passou que não parou, como também já parou e fez eu arrancar, e deu dura...

E também já “rodei” [foi pego] colando sticker. Tomei dura e tive que arrancar.

Dependendo da onde você colar, se for lugar público, eles vão parar e você vai “rodar”.

E se for lugar particular, eles podem parar só pra encher o saco. É foda, quase sempre eles param, mas soube só de 2 historias de gente que foi pra delegacia.

Mas o esquema é não ter medo. Tá colando, tá sujeito a tudo!

Ah esqueci de falar, você pode ser enquadrado no artigo de vandalismo e depredação de patrimônio público. Ambos são crimes inafiançáveis. Portanto, cabe a você saber “desenrolar a idéia” com os policiais para não ser enquadrado...

Além desse caráter apropriatório de interferir no ambiente e espaço urbano de forma não-autorizada, o sticker também “marginaliza”, pois permite ao stickeiro

expressar suas opiniões, sua leitura da sociedade, suas idéias e pensamentos que muitas vezes não encontrariam vazão em outros meios de comunicação e expressão ideológica, uma vez que muito provavelmente estes estariam de alguma forma fazendo parte do “sistema” criado pela sociedade. É sabido que muitas dessas expressões de opinião muitas vezes vai de encontro com a concepção ideal de sociedade elaborada por ela mesma, gerando um conflito cuja reação imediata é a ojeriza e repúdio a tal ato de expressão, classificando-a como poluição visual e vandalismo.

### **1.2.1.3. A Efemeridade**

A efemeridade encontra-se presente na maioria das outras formas de expressão artística ou comunicacional no ambiente urbano. Para o stencil, o grafite e mesmo a piuchação, basta uma mão de tinta sobre os mesmos para que a obra seja apagada, destruída. No caso de posters (lambe-limbos ou cartazes), basta arrancá-los ou raspá-los com uma espátula. Abraham Moles coloca que, no caso de um cartaz, este enfrenta a efemeridade em dois momentos: num primeiro momento, a efemeridade do olhar e num segundo momento, a efemeridade material:

Ora, esta situação evolui, permanentemente, em função do tempo; o cartaz se desgasta sob o olhar, e, como toda a obra gráfica, cujos morfemas ou os elementos de estilo se banalizam, este inevitável desgaste faz dissolver pouco a pouco seu valor estético, à medida que ele é melhor compreendido e melhor aceito e que o choque de cores e de formas enfraquece. (...)

(...) Isso implica uma vida útil do cartaz na sociedade: chega o momento em que ele perdeu toda a sua força, em que o seu sentido foi internamente extraído como um limão que se espremeu. O cartaz cumpriu sua função e deve ser renovado. Mas pode ser que ele ainda subsista materialmente, geralmente manchado, rasgado, sujo, esquecido, constitua um novo elemento do ambiente urbano, adquira uma poesia de situação, lembrando mais a sua existência que o seu conteúdo. (...) (MOLES, 1969, p. 27-28).

Dessa forma, o cartaz enfrenta o desgaste do olhar na medida em que os habitantes da metrópole acostumam-se com ele. Suas cores, formas e grafismos, estampados em vários locais da cidade, desaparecem aos olhos das pessoas uma vez que essas, “já viram aquele cartaz por aí”. Além disso, a degradação material se mostra presente na mesma proporção. Com o passar do tempo, a exposição às intempéries climáticas degrada o cartaz, fazendo com que esse seja trocado. Entretanto, às vezes isso não se dá, fazendo com que o velho e degradado cartaz continue ali, como um fantasma na parede mostrando que naquele local, um dia, estava afixado um cartaz brilhante, colorido, transmitindo uma mensagem, comunicando uma informação.

O sticker experimenta essas mesmas questões, além de ser influenciada por algumas outras (e maiores) proporções. Intempéries climáticas como chuva, sol, vento e poluição, a interferência de outros stickeiros e transeuntes, ou mesmo de outras formas de expressão artística no ambiente urbano, além da vigilância do poder público que pode arrancar os trabalhos desses artistas de rua são fatores que contribuem em muito para a efemeridade dos stickers.



Figura 32 – Imagem de stickers aplicados em muro na Avenida Paulista em plena degradação. Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 33 – Imagem de stickers aplicados em placa de sinalização na Avenida Paulista arrancados por agentes da limpeza pública.  
Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 34 – Imagem de sticker do coletivo SNH degradando.  
Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 35 – Imagem de sticker do coletivo SNH aplicado em lata de lixo na Rua Augusta em pleno processo de degradação.

Fonte: Arquivo fotográfico do autor.



Figura 36 – Imagem de sticker aplicado em parede na Rua Augusta em processo de degradação.

Fonte: Arquivo fotográfico do autor.