

Notas sobre a mais velha arte do mundo

Jorge Bacelar
Universidade da Beira Interior

Índice

1	Introdução	1
2	O graffiti	2
3	Marginalidade e estigma	3
4	O movimento	4
5	Algumas questões formais	5
6	Mitos e folclore	5
7	Terroristas, mas com sentido ético...	6
8	Concluindo	7
9	Glossário	7
10	Fontes	8

Resumo

Neste texto resumem-se algumas leituras e reflexões sobre o fenómeno do graffiti. Recusando a categorização redutora de actividade marginal ou de vandalismo, mas evitando igualmente qualquer tentativa apolo-gética, tento de um modo muito sucinto fazer um desenho do graffiti (e do graffiter) em vol d'oiseau tendo como pretexto a apresentação destas reflexões no painel "Novos Media, Novas Linguagens". No final do texto incluo um glossário com algumas das expressões mais recorrentes na novilíngua dos graffiters.

1 Introdução

Pode-se começar logo pelos vocábulos que identificam este painel: 'Media', 'Linguagens' e 'Novo'... O que se poderá entender como 'novo'? Eventualmente algo que é recente, que não é antigo, que rompe com o hábito (ou que pelo menos evolui do antigo, mas que é diferente desse antigo). Será pacífico, então, que aquilo que aqui se entende por 'novo' será algo que não radica em usos, costumes, técnicas ou processos mais ou menos atávicos? Poderia tentar recensear rapidamente alguns exemplos dos equívocos resultantes do uso descuidado desta expressão. Basta pensar nos movimentos de vanguarda artística do início do século passado, para detectar essa obsessão de ruptura com o antigo, mas se olharmos com a distância que o tempo já nos permite, a par da efectiva novidade, inevitavelmente encontraremos o antigo. O burguês que se procurava 'épa-ter' como Baudellaire ou Almada tanto gostariam, era efectivamente o destinatário por excelência da experimentação e das posturas 'novas' dos modernos. Ou seja, o discurso tinha de ser compreensível e passível de ser recebido e integrado, a mensagem tinha de ser acessível ao burguês, para que existisse comunicação efectiva. Ou então escrevia-se

ou pintava-se apenas para si próprio, restringindo o universo à pessoa do autor. Desaparecendo assim, num estalar de dedos, tudo o que se possa entender como comunicação, linguagem, mediação, etc.

É que linguagem, dizem os linguistas, é o resultado dum processo de interacções sociais e inter-pessoais que ao longo do fio do tempo se vai fixando numa série de processos normativos, tanto formais como informais, que possibilitam o entendimento. Mas que se trata de um processo em constante evolução, também não vamos tendo muitas dúvidas. Basta atentar, por exemplo, nos visores dos telemóveis ou nos chat-rooms, para se ter a prova dessa evolução. Neste caso, caracterizada por uma procura de economia no número de caracteres necessários para a produção de uma mensagem, detecta-se que os constrangimentos provenientes do 'Medium' influem na (re)construção da linguagem. É de evitar a produção de juízos valorativos sobre a qualidade dessa mesma produção literária (embora tenha as minhas próprias ideias sobre o assunto), mas o que importa reter deste processo é a ideia que a linguagem se transforma constantemente, condicionada não só pela dinâmica social e das relações entre os seus actores, mas que muda igualmente em função do seu suporte técnico ou material.

2 O graffiti

Comecei por referir o 'Novo', mas inevitavelmente os 'Media' e as 'Linguagens' tinham de vir na mistura... e o assunto que gostaria de aprofundar prende-se com um fenómeno que nada tem de novo (apesar de só recentemente ter entrado no seio da discussão académica): o graffiti.

Já lá vão uns anos, Pedro Barbosa tentou apresentar na Universidade do Porto um estudo sobre a escrita produzida no aconchego e privacidade dos sanitários públicos (à época, um dos poucos espaços possíveis para o exercício da liberdade de expressão), tendo provocado um escândalo considerável. Hoje, sendo um homem respeitado no meio académico, possivelmente a sua obra já merecerá uma atenção mais reverente... Recordo-me que foi o seu "Guardador de Retretes" que me despertou para as questões ligadas à comunicação informal - melhor dizendo, marginal - para a descoberta dos últimos redutos da expressão individual, para as últimas manifestações de ideias não condicionadas pela imposição da norma, seja ela gramatical, fonética ou gráfica. Ou seja, apesar de estarmos num contexto onde seria de esperar uma discussão sobre a comunicação e a linguagem enquadrados pela tecnologia de ponta, pelo hi-tech, por bits, bytes e megabytes, servidores e nodes, ISP's, redes e bases de dados e mais uma série infindável de acrónimos e designações mais ou menos herméticas, optei por uma dissertação sobre um 'novo' meio de expressão (que deve ser pelo menos tão antigo como a mais velha profissão do mundo...), mas que tem a característica de ir, actualmente, contra a corrente dominante nos processos de comunicação. Primeiro, por ser inerentemente subversiva (entenda-se este adjectivo como caracterizador, hoje, daquilo que não pode ser transformado em mercadoria); segundo, porque em vez de assentar no desktop publishing e nos programas de desenho vectorial ou de tratamento digital da imagem, assenta no traço manual, no desenho e na cor a que não se pode fazer 'undo'; e por último, porque no fundo se constitui como uma nova

linguagem, apesar de na maioria dos casos se comportar de um modo tão hermético como numa tertúlia de especialistas em tecnologias de informação...

Na sua maioria, os graffiti são marcados por uma indigência literária e gráfica constrangedora. A temática recorrente é o sexo, limitando-se o seu conteúdo à produção do vernáculo, à troca de mensagens obscenas, ao registo gráfico de órgãos sexuais ou de variações pouco criativas do kamasutra. Nada que não se fizesse em Pompeia, por exemplo. Daí que é uma forma de expressão tão antiga como a nossa civilização. Ou mais antiga, ainda: pensemos nas gravuras de Lascaux ou Foz Côa, e especulemos um pouco sobre a forma de passar o tempo dos graffiteres da época...

Desde que a humanidade descobriu a expressão gráfica, tem havido escrita nas paredes. Os Romanos escreviam nos edifícios das cidades que conquistavam e, muito antes da invenção da escrita, já muitas cavernas tinham as suas paredes repletas de sinais. Esta escrita já era conhecida como 'graffiti' nos tempos de Roma e assim continua a ser designada. Mas tal como os tempos mudaram, também evoluíram as formas da escrita parietal. Actualmente pode-se tentar categorizar as suas várias manifestações, desde o graffiti dos gangs, com a finalidade de demarcar territórios, o graffiti daqueles que utilizam as paredes como veículo das suas opiniões e mensagens, sejam políticas, sexuais, humorísticas (ou mesmo como exibição de total ausência de ideias...) e por fim uma última modalidade que emergiu e se consolidou nos últimos 30 anos, que se poderá, à falta de melhor designação, chamar 'graffiti artístico'. Esta última forma teria surgido em New York, iniciando-se com a aparição de mar-

cas gráficas composta por um nome e um número, em edifícios públicos, sinais de trânsito e nos transportes colectivos. A cidade é invadida por uma profusão de caligrafias indecifráveis, feitas a marcador, que não significam senão "eu estive aqui. eu existo". Estes primeiros ensaios, designados genericamente como 'tags', e que não são mais do que o pseudónimo do escritor associado ao número da rua onde vive, foram integrando a cor, novos estilos e foram também procurando novos processos técnicos para a sua concretização. Nos anos seguintes, motivados pela competição, os writers procuram novas soluções para ter o seu tag o mais up (presente) possível: agrupando-se em grupos (crews) para pintar melhor e maior, encontraram nas latas de tinta em spray o meio perfeito para preencher e tornar visíveis grandes áreas. Rapidamente esta nova forma de expressão se desenvolveu na direcção de trabalhos artísticos intrincados e com uma expressividade cada vez mais marcada. Assim, o graffiti contemporâneo é muito mais do que o resultado da vontade de mutilar ou desfigurar equipamentos colectivos, podendo-se considerar antes como um modo atrevido de revelação da criatividade, mestria e arrojo do graffiter.

3 Marginalidade e estigma

Foi depois de os jornais se começarem a referir a este fenómeno como 'graffiti' que a expressão entrou no domínio comum, sendo apropriada pelo 'mainstream', ou seja, pela cultura dominante, bem como a sua estigmatização, fomentada por intervenções inflamadas de figuras públicas contra a vandalização de equipamentos colectivos. É normalmente esta a fórmula utilizada pelo poder, preocu-

pado em domesticar ou eliminar algo aparentemente ameaçador, antes sequer de tentar compreender do que se trata efectivamente. O recurso inicial foi a rotulagem do graffiti como algo de nefasto e potencialmente destrutivo. A fase seguinte, perante a amplitude do fenómeno, foi a sua tentativa de absorção no circuito da 'alta cultura'. Novo falhanço, pois o graffiti não procura a perenidade da tela renascentista, mas, ao invés, vai-se modificando ao longo dos dias com sucessivas intervenções, comentários, sobreposições, limpezas dos serviços municipais, e novas inscrições sobre paredes novinhas em folha... e é difícil levar as paredes de um prédio ou os pilares de um viaduto para o interior de uma galeria de arte, e proceder aos rituais da vernissage, da crítica, das fotos para a imprensa mundana, e... pior ainda, é uma arte que não está à venda, que é, pela sua natureza, absolutamente impossível de colocar no mercado, não tem cotação, nem há investidores japoneses com excesso de liquidez interessados na sua aquisição. O seu estatuto marginal está, portanto, garantido, mesmo que alguns dos seus autores possam cair nas redes do sistema, obtendo assim os seus 15 minutos de fama... o problema para a compreensão deste fenómeno reside no já vulgar hábito de comermos sem pestanejar tudo aquilo que os media nos servem. Portanto, se o graffiti é declarado produto dos gangs de New York, o graffiti é produto dos gangs de New York. Assunto arrumado.

Mas não está arrumado. O graffiti, pode ter nascido em New York, ter raízes nos gangs, como forma de demarcação territorial, mas é muito mais do que isso: tanto no local de origem, como pela dispersão geográfica que se sucedeu, pois encontramos graffiti em todas as cidades do mundo, e

mesmo no meio rural também já começam a ser visíveis.

4 O movimento

O graffiti é efectivamente um movimento. Originado pela escrita parietal (os seus praticantes denominam-se 'writers'), surge da assinatura de um tag (nome, pseudónimo ou nom de guerre, caracterizado pela economia tipográfica). Esta economia justifica-se pelo carácter de clandestinidade e urgência com que cada inscrição é feita. Seria problemático que um graffiter adoptasse por exemplo o nome de Doctor Strangelove ou esternocleidomastoideu, pois não teria tempo para o inscrever nas carruagens do metro em movimento e seria facilmente apanhado pela polícia ou pela segurança dos edifícios ao tentar fazê-lo nos corredores dum centro comercial. Assim, tags com três ou quatro letras, serão o ideal para este tipo de autores.

Mas também no interior deste movimento existem hierarquizações, sejam ao nível da produção como dos produtores. O tag poderá ser considerado nesta perspectiva, como o elemento fundador, mas de menor importância; no meio de paredes saturadas de riscos, cada tag tornava-se pequeno demais, insignificante demais para poder sobressair. Segue-se então o throw-up, que consiste numa apresentação mais cuidada do tag, na qual já são visíveis preocupações de arranjo gráfico, tratamento formal dos elementos tipográficos, pela maior dimensão das letras, ainda monocromáticas, mas isoladas do fundo por um outline de cor contrastante, e uma ou outra incursão na iconografia. Movidos pela procura de novas formas de expressão, o throw-up seria elevado à forma de arte, pela complexificação das formas, decoração intrin-

cada dos interiores (fill-in) e pelo realce dos fundos com motivos gráficos contrastantes, originando-se assim a categoria superior do graffiti, a piece (de masterpiece), produzida normalmente por grupos (ou crews) de writers, nas quais já toda a parafernália de cores, formas e ícones da cultura urbana surgem e se interpenetram.

Relativamente à hierarquização dos produtores, de um modo sucinto, pode-se referir que a 'ascensão' no interior desta cultura se deve a dois factores: visibilidade e mestria técnica. A visibilidade obtém-se pela multiplicação de tags, e quantas mais vezes uma assinatura surgir maior será a sua visibilidade e reconhecimento; neste aspecto há igualmente que ter em conta a localização dessas inscrições, pois tratando-se de actos marcados pelo ilícito, as inscrições surgidas em lugares 'quentes' (locais públicos de grande visibilidade, policiados e iluminados) terão uma cotação muito elevada. Cotação que subirá à medida dos riscos associados a cada local específico. Além do factor 'coragem' associado à prática do graffiti vai-se desenhando uma outra hierarquização no respeitante ao domínio técnico do marcador ou spray, do desenho (seja tipográfico, seja figurativo), do domínio cromático e da espectacularidade do produto final.

5 Algumas questões formais

O graffiti alimenta-se da iconografia da grande metrópole, alimentando-a por seu turno. Uma paisagem urbana sem graffiti, actualmente, seria tão estranha como uma cidade sem sinais de trânsito ou outdoors. Com o desenvolvimento das técnicas e da retórica visual da publicidade, as letras têm sido transformadas em figuras de expressão:

as letras vão assumindo, por elas e pela sua multiplicação, uma identidade própria, independente do significado ou valor fonético que lhes está adstrito. E é também nesta dissociação entre a significação normativa da letra e o novo valor de uso que lhe é atribuído, que poderá assentar, pelo menos em parte, a compreensão deste fenómeno.

6 Mitos e folclore

O graffiti, entendido como forma de expressão gráfica actual, tem cerca de 30 anos. Nos seus primeiros tempos, era visto como uma actividade levada a cabo por vândalos, de marginais de várias estirpes, cuja finalidade residia em provocar o statu quo e deixar marcas sobre a propriedade alheia.

A incompreensão provocada pelo Wildstyle (ou estilo de New York), devido à total opacidade de significação para os 'de fora', poderá igualmente ser uma das razões para a imediata rotulagem do graffiti como algo de marginal e nefasto: devido à sua ilegibilidade, afasta uma população habituada a seguir diariamente as mensagens publicitárias que estruturam o espaço público, espaço este doravante disputado pelo graffiti. Confrontados com um exercício, na maioria dos casos meramente formal, sem qualquer conteúdo ideológico, informativo ou comercial, o transeunte não compreende. E o processo revela-se assustadoramente simples: o graffiti reclama apenas o lugar que ocupa, não anunciando mais nada senão ele próprio. Depois da tentativa frustrada de Andy Warhol em integrar Jean Michel Basquiat, um dos primeiros graffitiers, no mundo das artes, deu-se início à tentativa de compreender este fenómeno em níveis mais profundos. Em particular no campo dos estudos culturais, al-

guns investigadores interessados na problemática dos fenómenos raciais e das culturas suburbanas emergentes, encontram no graffiti um veículo privilegiado de comunicação. Mas se o graffiti como fenómeno de comunicação restrito a uma subcultura, poderia sugerir algumas pistas para a compreensão dessa mesma subcultura, hoje em dia encontrar-se-ão sérias dificuldades em atribuir significações precisas e definidoras, pois o fenómeno universalizou-se, e encontram-se exemplares de tags, throw-ups e walls em todas as cidades da esfera de influência ocidental. Assim, em New York, Brasília, Paris, Zagreb, Sydney, Los Angeles, Lisboa, Johannesburg, Auckland, Rio de Janeiro, Tokyo, Madrid, Boston, Zurich, Wellington ou Porto (e mesmo Covilhã...), encontraremos exemplares disseminados pelos espaços públicos e privados, ostentando grafismos similares, iconografias globais, que vão diluindo gradualmente a força e o carácter de identidade visual de uma subcultura caracterizada pela exclusão racial e económica, passando a constituir-se apenas como um estilo de vida e de pertença ao grupo, pois estão referenciados writers de todas as raças e estratos socio-económicos. Ou seja, o folclore global absorveu o fenómeno, e pese embora a sua resistência (impossibilidade) em entrar no mainstream da 'alta cultura', já se vai constituindo como um pretexto para a realização de negócios.

Nomeadamente pela constituição de empresas especializadas em remover graffiti, na venda de produtos químicos para proteger as paredes do vandalismo e, no sentido oposto, pelo aumento astronómico nas vendas de sprays e materiais auxiliares... ou ainda pela inclusão do estilo visual do graffiti nos genéricos de programas televisivos 'radicais',

pela adopção de estilos de vestuário vulgarmente associados aos writers, e mesmo a alguns maneirismos verbais e gestuais do hip-hop, que nos vamos acostumando a ver na televisão e no cinema.

7 Terroristas, mas com sentido ético...

Se a maioria dos graffitis (ou bombers) não hesitaria em pintar e desfigurar um outdoor publicitário, há no entanto, superfícies que se constituem tabu.

Existe uma espécie de acordo não escrito, uma base normativa implícita entre os praticantes, daquilo que é legítimo e aceite pela comunidade de writers. O princípio básico é o respeito pela obra dos que pintam há mais tempo. Um cross-out (riscar ou pintar por cima do tag, throw-up ou piece de outros) aproxima-se da blasfémia, demonstrando desrespeito pela hierarquia da comunidade. O cross-out só é possível, dentro das regras, com a permissão do seu autor. Para além deste código de conduta interno, marcado pela dinâmica da ascensão dentro do grupo, pelo desejo de reconhecimento interpares, existem também alguns preconceitos relativamente à escrita sobre paredes de monumentos históricos, ou superfícies de azulejo pintado, que por muito convidativas que se apresentem, são geralmente respeitadas. O que não significa que não haja iconoclastas no movimento, mas como o resultado de um bombing sobre uma superfície destas normalmente é a rejeição da restante comunidade, esta é uma prática com poucos adeptos. Portanto, mesmo numa prática pautada pela transgressão, existe um espaço para a norma...

8 Concluindo

Apesar de já estar rodeado de névoa devido às mistificações de que tem sido alvo, ainda há tempo para, querendo, descobrir as raízes sociológicas e culturais do graffiti. Basquiat foi indubitavelmente o primeiro graffiter mediático, mas antes dele já se escrevia e pintava em New York. Há autores que apoiam a asserção oficial de estarmos perante um produto dos gangs, mas há outros que afirmam tratar-se tão-só de uma das várias manifestações da cultura hip-hop, que de algum modo se afirma como alternativa ao modo de vida violento e territorial dos gangs. O que é certo, é que seja qual for a sua génese, o fenómeno ultrapassou as fronteiras do ghetto e hoje é visível em todo o mundo ocidental, independentemente do grau de exclusão (ou inclusão) cultural, económica ou social dos seus praticantes. Ou seja, a margem invadiu o rio. E é precisamente nesse aspecto que se iniciam as minhas interrogações.

9 Glossário

Bebs - Bonecos que adornam ou compõem os graffiti. O mesmo que characters.

Bite - Dar bites, imitar o estilo gráfico de outro writer.

Bomber - Graffiter que pratica bombing.

Bombing - Graffiti que se realizam rapidamente, pouco adornados e com letras pouco elaboradas.

Caps - Cápsulas que se colocam na saída das latas de spray. Existem caps específicos para cada tipo de traço pretendido.

Characters - O mesmo que bebs.

Crew - Conjunto de graffiters que usualmente pintam juntos, existindo nos seus trabalhos uma assinatura ou sigla que identifica

esse colectivo.

Cross-out (ou Cross) - Pintar algo (traço, tag ou desenho) sobre um trabalho alheio.

Detonado - Local ou parede cheio de bombing.

Fill-in - Preenchimento (simples ou elaborado) do interior das letras de um throw-up ou piece.

Graff - Abreviatura de graffiti.

Graffiti - O mesmo que writing. Componente visual (plástica) da cultura hip-hop.

Hip-hop - Cultura urbana composta pelo graffiti, musica rap e break dance.

Hot - Parede ou zona repleta de graffiti; zona de grande risco para os writers fazerem o seu trabalho.

King - Graffiter experiente, com muitos skills e grande número de trabalhos realizados. O contrário de toy.

Outline - Contorno das letras desenhadas.

Piece - Graffiti a cores, bastante elaborado. Normalmente constituído por fundos trabalhados, letras estilizadas e adornadas com characters.

Props - Parabéns ou felicitações inscritas, dedicadas a Graffiters ou crews, por amizade ou porque a qualidade do trabalho o merece.

Queimar Spots - Cobrir uma parede ou uma zona com trabalhos de pouca qualidade.

Skills - Conjunto de técnicas dominadas por um Graffiter.

Tag - Assinatura do Graffiter.

Tagar - Escrever o tag com letras desenhadas com uma só linha de tinta.

Toy - Graffiter inexperiente. O contrário de king.

Throw-up - Actividade do Graffiter quando este se limita a tagar paredes.

Wall of Fame - Muro de grandes dimensões pintado com uma sequência longa de pieces.

Wild Style - Graffiti caracterizado por uma

forte estilização das letras, tornando-o praticamente ilegível.

Writer - O mesmo que Graffiter

Writing - O mesmo que graffiti

10 Fontes

BARBOSA, Pedro, *O guardador de retretes* (3ª Ed.), Centelha, Porto, 1986

GILLER, Sarah, *Graffiti: Inscribing Transgression on the Urban Landscape*, Brown University, 1997, <http://www.graffiti.org/faq/giller.html>

HOOKS, Bell, *Beyond Basquiat*, <http://www.zmag.org/ZNET.htm>

MARQUES, Filomena; Almeida, Rosa; Antunes, Pedro, *Traços falantes - a cultura dos jovens graffiteres*, in Pais, José Machado (org.), *Traços e riscos de vida - uma abordagem qualitativa a modos de vida juvenis*, Ed. Ambar, Porto:1999, pp.173-211

MATOS, Miguel Moore, *Da subversão da paisagem urbana*, in Page n.º 9 Jul/Agosto 1999, pp.40-45

MOURA, Catarina, *Uma barata na parede*, *Urbi @ Orbi*, 30.10.2001, www.urbi.ubi.pt