

A INFLUÊNCIA DA ESTÉTICA DO VIDEOGAME SOBRE O GRAFITE

João H. L. Agreli

Universidade Federal de Uberlândia - UFU

RESUMO

O presente artigo se propõe a realizar uma breve reflexão sobre como o grafite, que surgiu no fim da década de 70 em Nova York, veio se transformando até a atualidade, sofrendo influência de diversas estéticas, sendo os jogos eletrônicos uma delas, demonstrando, como o caráter lúdico e a riqueza visual do videogame tem sido uma das referências utilizadas pela nova geração de artistas contemporâneos.

Palavras chaves: grafite, videogame, intervenção urbana, arte e tecnologia, ilustração

ABSTRACT

This article proposes to conduct a brief reflection on how the graffiti, which emerged in the late 70s in New York, came to turning the tie today and influenced by diverse aesthetics, electronic games being one of them, demonstrating how the playful and visual richness of the game has been one of the references used by the new generation of contemporary artists.

Keywords: graphite, game, urban intervention, art and technology, illustration

Grafite e a paisagem contemporânea

Segundo Nelson Brissac Peixoto (2004, p.9-11), "as cidades são as paisagens contemporâneas", que diferem drasticamente das perspectivas tradicionais, em que o mundo se mostrava em um horizonte sem fim, pelas mãos do pintor, sobre o seu cavalete armado no alto da colina, em pinturas que, agora, acumulam poeira nas pinacotecas. Para o autor, "a cidade não é um horizonte que se descortina aos nossos olhos", mas um embate com um horizonte que não se deixa perpassar, que a cada dia se torna mais espesso, acumulando coisas que se recusam partir, sobrepondo camada sobre camada de informação. De acordo com Peixoto (2004, p.13), "a paisagem [contemporânea] é um muro".

Se a paisagem é um muro, dificilmente poderemos encontrar uma linguagem visual mais adequada para dialogar, de forma crítica, com a paisagem do que o grafite. Segundo Tristan Manco (2005), a evolução do grafite é constante, a cada dia imagens em tinta fresca ou papel aparecem durante a noite nas cidades pelo mundo. Em um processo de renovação perpétua, novos trabalhos artísticos são depositados sobre os fantasmas dos grafites do passado e da superfície urbana.

Efêmero por natureza, o grafite é uma forma contemporânea de arte que celebra a mudança e se alimenta de novas ideias. Quando o artista ligado ao grafite está criando, o muro se torna um espaço para novas formas, técnicas e estratégias, que derivam do cruzamento entre o gráfico e o tipográfico.

Peixoto (2004) faz uma crítica sobre como a saturação midiática tem transformado o olhar sobre a cidade, onde tudo se torna figura de coisas que significam outras coisas, linguagem que se presta de imediato a descrição e ao mapeamento, impossibilitando dizer sobre a cidade outras coisas diferentes das quais seus próprios habitantes estão acostumados a repetir. O que Peixoto (2004, p.15) defende é que a função do artista é a de criar "imagens da cidade que sejam novas" e que passem a "fazer parte da própria paisagem urbana", reinventando a localização e a permanência e redescobrimdo a cidade nesse processo.

Segundo Manco (2005), o grafite, atualmente, tem se tornado mais visível, se comunicando com um público maior. Em cidades sufocadas pela publicidade, o grafite vem proporcionando um vocabulário visual inovador, imbuído do design gráfico, porém livre de interesses comerciais, tornando-se um meio pelo qual os artistas têm dialogado com a cidade sobre questões sociais pertinentes.

Ainda segundo Manco (2005), cidades por todo o globo estão cobertas por sinais visuais, de fachadas de lojas, *outdoors* a sinalização de trânsito. Além da comunicação visual comercial e informacional, a maioria das cidades nos dias de hoje têm, em seu cotidiano, sinais visuais alternativos: o grafite, arte não sancionada, que divide os mesmos espaços e se comunica com a mesma audiência dos sinais oficiais.

Segundo Peixoto (2004), a paisagem da cidade é constituída pelo cruzamento entre diferentes espaços e tempos, entre diversos suportes e tipos de imagem, da interseção da pintura e fotografia, cinema e vídeo, mediados pela arquitetura, num espaço de trânsito intenso que reordena lugares, dinâmicas econômicas e sociais e dispositivos de comunicação. Para Peixoto (2002, p.12), "toda intervenção na cidade é necessariamente plural. É urbanística, arquitetônica, política, cultural e artística" e problematiza o estatuto da obra de arte e da arquitetura, na medida em que questiona sua autonomia e demanda um novo repertório técnico, estético e institucional, assim como novas estratégias de ação que consigam lidar com a paisagem urbana, fazendo parte constitutiva da poética artística nesse meio.

Segundo Manco (2005), os artistas ligados ao grafite utilizam novos materiais que refletem o ambiente urbano que os cerca, como pôsters e adesivos. Se utilizam também do computador para partilhar suas obras. Eles têm ocupado novos espaços pela cidade, como os *outdoors* publicitários, carros abandonados e sistemas de sinalização, criando táticas para subverter a paisagem urbana.

A intervenção artística contribui para redefinir o espaço urbano, segundo Peixoto (2004, p.14), quando realiza articulações no espaço ao seu redor, se integrando com outras linguagens e outros suportes, levando a obra de arte para "fora das instituições culturais, dos circuitos de exibição estabelecidos, dos padrões convencionais de classificação", possibilitando um diálogo mais amplo com a sociedade.

Reclamar o espaço da cidade tem sido a principal missão dos artistas envolvidos com o grafite, difundindo sua marca pessoal na paisagem e ou reagindo contra o consumismo infundido pela publicidade. Na época do grafite clássico, na década de 80, os alvos eram os trens e as paredes, mas, agora, a procura de novos espaços tem levado os

artistas a intervir na sinalização urbana. Para Manco (2005), os artistas, além de intervir, estão criando sua própria sinalização, atraídos pelo modo como a sinalização vem afetando as pessoas, representando visualmente em seu cotidiano: ordem, autoridade e propagando uma cultura consumista. Além da sinalização, os artistas também têm subvertido *outdoors* publicitários, geralmente utilizando tinta *spray* para divulgar mensagens políticas, existindo movimentos sociais ligados a essa prática, como o *AdBusters* ou o *Culturejamming*.

Ao criar arte em espaços públicos, artistas chamam atenção para os espaços da cidade e re-examinam áreas que, em princípio, não seriam de interesse artístico. O grafite desafia as questões sobre propriedade dos espaços, invadindo a cidade em uma luta contra a presença maciça dos cartazes e dos *outdoors* publicitários.

O grafite e o seu desdobramento no *sticker*¹, quando estão intervindo na cidade, na maioria das vezes, tomam posse, não pedem permissão, operando de forma marginal, disputando espaço na paisagem urbana com as mídias institucionais. Podemos entender o *sticker* como um jogo, uma invasão de territórios com o intuito de chamar a atenção e dialogar com a população. Nesse sentido, é possível de relacionar o discurso do Manifesto da Internacional Situacionista (2003, p.126), com o caráter marginal do *sticker*:

Antigamente a Igreja queimava os pretensos feiticeiros para reprimir as primitivas tendências lúdicas conservadas nas festas populares. Na sociedade atualmente dominante, que produz em massa pseudo jogos desprovidos de participação, a verdadeira atividade artística é forçosamente assimilada à criminalidade. É semi clandestina. Aparece sob forma de escândalo.

Paola Berenstein Jacques (2003, p.13 e 19), ao falar sobre intervenção urbana, utiliza-se do exemplo da Internacional Situacionista e sua preocupação com a participação dos indivíduos de forma ativa nas questões sociais e culturais da vida cotidiana, sendo o meio urbano o principal campo de ação na luta contra a monotonia ou a ausência de paixão em suas vidas. A A Interntacional Situacionista propôs uma volta à pequena escala humana, contrária à grande escala autoritária do Estado, percebendo, segundo a autora que "a arte total seria basicamente urbana e estaria em relação direta com a vida urbana em geral".

Guy-Ernsts Debord (2003) propôs uma revolução dos costumes cotidianos pela invenção de jogos com o objetivo de ampliar a parte não medíocre da vida e diminuir ao máximo os momentos nulos, indo ao encontro das ideias de Huizinga (2010), de que o jogo é parte integrante da vida, na medida em que se torna um complemento, um intervalo, uma distensão, ornamentando a vida e ampliando-a. Debord (2003, p.53) afirma que "uma ação revolucionária na cultura não pode ter por finalidade traduzir ou explicar a vida, mas de expandi-la".

1 *Sticker*, adesivo traduzido para português, se refere a uma manifestação estético-visual contemporânea em que artistas de rua utilizam materiais auto-colantes para propagar suas criações no cenário urbano.

Segundo Manco (2005), nossas esquinas estão povoadas pelos personagens criados pelos artistas do grafite: heróis, vilões, monstros e figuras de todo o tipo vivem nas paredes, compartilhando o universo visual alternativo imaginado por eles.

A nova iconografia do grafite tem sido criada com o objetivo de se destacar da paisagem urbana, surpreendendo e raptando o olhar das pessoas em seu cotidiano. Para Manco (2005), a produção visual do grafite parece ter escapado de um zoológico gráfico e invadido a selva da cidade. Quão mais selvagem e esquisito melhor, tornando a cidade mais fantástica e menos mundana.

A transformação da *Tag* em *Character*

Muito sobre o universo do grafite está relacionado ao nome de quem o executa, como Johannes Stahl (2009, p.29) ressalta, “a assinatura é o credo do graffiti”, ou como diz Manco (2005, p.43), “deixar a sua marca é a essência da cultura do grafite”. Uma das figuras importantes da história do grafite é TAKI 183, um jovem mensageiro que resolveu espalhar pelo bairro de Manhattan seu nome, junto ao número da rua onde morava, criando a sua “*tag*” (termo utilizado para designar a assinatura no grafite). Em pouco tempo, o gesto de TAKI havia ganhado uma série de discípulos com suas próprias *tags*.

Segundo Kirk Varnedoe e Adam Gopnik (1991, p.376), com o aumento das *tags* pela cidade, criou-se a necessidade, para cada grafiteiro, de pensar em como a sua *tag* poderia se destacar perante as outras. Para os autores, a resposta foi o “estilo”: não importava mais se o nome poderia ser lido, o importante era se poderia ser reconhecido numa miríade de outras *tags* que caminhavam no mesmo sentido. Foi a partir dessa disputa de estilo pessoal que os grafiteiros passaram a utilizar a lata de *spray*. Com o *spray*, as *tags* passaram a ficar cada vez maiores, até aparecerem as primeiras “*pieces*” (abreviação de *masterpiece*, “obra-prima”), que passaram a incorporar desenhos de ilustrações comerciais, personagens de quadrinhos e, até mesmo, referenciar a própria arte.

As primeiras *pieces* famosas apareceram nos vagões do metrô de Nova York, que eram cobertos de cima a baixo pelo grafite. Como os artistas deveriam realizar seus *pieces* em locais proibidos e não serem pegos, porém mantendo a qualidade de seu estilo, realizavam de forma cuidadosa desenhos preparatórios em seus livros de rascunho, conhecidos como *black books*.

Varnedoe e Gopnik (1991, p.376) apontam que o grafite, nessa época e local, estava estruturado em duas frentes contraditórias: uma era deixar sua *tag* em quantidade máxima de vagões possíveis; a outra era realizar uma *piece* onde ficasse claro que seu autor era o dono do estilo mais aprimorado. Para os autores, era uma tensão entre o desejo de ter o seu nome mais vezes escrito nos vagões ou o nome mais bonito de todos, “*the king of the line*” contra “*the king of the style*”, velocidade e estilo que se mantinham em diálogo, e muito da qualidade dos trabalhos dependia dessa tensão.

É interessante acompanhar a escrita do grafite nessa tensão entre *tags* e *pieces*. Se, no início, a escrita era executada de forma simples, com o passar do tempo, ela foi se aprimorando, ganhando efeitos 3D, ou o efeito bolha (influência dos quadrinhos

infantis da Disney), até o característico *wildstyle* (estilo selvagem), um complexo emaranhado de letras, que Varnedoe e Gopnik (1991) comparam, em sua originalidade caligráfica, com os iluminadores medievais.

Com o passar do tempo, as *tags* passaram a dizer mais sobre um estilo pessoal do que se preocupar com a legibilidade. No final da década de 80, alguns artistas concluíram que as *tags* e o estilo de escrita do grafite estavam muito padronizados, assim como, segundo Manco (2005), que havia um limite do quanto a caligrafia do grafite poderia comunicar. Atento a novas formas de comunicação, os artistas ligados ao grafite concluíram que uma abordagem iconográfica poderia se relacionar mais diretamente com as pessoas, indo buscar novas inspirações, passando a utilizar uma iconografia que incluía rostos, personagens e logos como assinatura pessoal.

Ainda segundo Manco (2005), os sinais engoliram as palavras, desde os pictogramas dos povos antigos, sinais têm sido utilizados para expressar diversos aspectos da vida, como os símbolos religiosos, culturais e científicos, que vão criando uma vasta biblioteca de imagens acessíveis ao designer e ao artista num processo de uso, mistura e justaposição que cria novos significados.

Stahl (2009) aponta a forte influência das marcas e estratégias publicitárias no modo de proceder do grafite. Para o autor, é uma nova configuração do antigo sonho de colocar o próprio nome em evidência, ser reconhecido. Os grafites tiveram início com os nomes de seus criadores, mas passaram a utilizar pseudônimos, mantendo o anonimato de sua identidade, na maioria dos casos, pelo caráter marginal de sua atividade. Criaram também personagens, chamados de *characters*, baseados em seu universo de afinidades, como: histórias em quadrinhos, estrelas de cinema, astros de bandas de rock e videogames.

Segundo Manco (2005), os artistas criadores de *characters* para o grafite se espelham nas estratégias de design e publicidade, em tornar ubíquos seus personagens, espalhando-os em revistas em quadrinhos, camisetas, *skates* e jogos de computador. Como o autor exemplifica, a imagem da *HelloKitty* consegue vender qualquer coisa, porém os *characters* do grafite, por natureza, são marginais, preferindo a rua do que enfeitar a capa de caderno de algum estudante.

Manco (2005) expõe que a variância de técnicas e estilos é enorme entre os *characters*, indo de simples rabiscos a ilustrações intrincadas, pintados ao improviso ou meticulosamente planejados em pôsters, estencil ou adesivos, sem textos ou planos de fundo, simplesmente aplicados sobre a textura na parede. Alguns *characters* são solitários, outros fazem parte de uma grande família, alguns são repetidos incessantemente, a ponto de se tornarem o logo do artista.

Na atualidade, um dos artistas, que utiliza dessa estratégia em sua poética, de forma totalmente inusitada para a arte urbana, é o francês Invader. O nome Invader, pseudônimo do artista (ninguém sabe o seu verdadeiro nome, nem conhece seu rosto, já que não permite ser filmado ou fotografado sem máscara), é baseado no ícone dos videogames *Space Invaders*. Transplantando a estética digital do pixel para os mosaicos feitos com azulejos, o artista começou invadindo sua cidade natal, Paris, com os seus

seres espaciais, para depois invadir o mundo, transformando suas invasões em um projeto de arte urbana de proporções globais.

Segundo Fernanda Mena (2011), depois de Invader ter invadido Londres, Nova York, Tóquio, Melbourne e até Katmandu, no Nepal, veio a São Paulo, invadir a sua vigésima capital. Participou também da exposição "De dentro e de fora", em 2011, em São Paulo. Naquela ocasião, segundo Teixeira Coelho (2012), Invader espalhou 52 instalações pela cidade, criando um percurso que deu origem a um mapa impresso, que tornava possível ao público identificar as obras por meio das fotos tiradas pelo artista e sua localização na cidade pelo mapa. Dessa forma, a obra só poderia ser vista em sua totalidade para quem estivesse disposto a sair do museu e andar pelas ruas, caçando os invasores apontados no mapa.

O objetivo de Invader é surpreender as pessoas que transitam pela cidade e dar alternativas aos sinais e placas de trânsito, como também à publicidade nas ruas. Para o artista, suas invasões são um jogo com a população. Segundo Coelho (2012), os aspectos lúdicos propostos por Invader são uma forma de o artista chamar a atenção do público para questões políticas, sobre a apropriação da cidade pelas instituições de maior poder, que se utilizam da publicidade como ferramenta de domínio social. As intervenções de Invader têm a intenção de provocar as pessoas a pensarem sobre esse jogo de poder, por meio de uma proposta participativa, que faz o público procurar suas obras na paisagem urbana.

Influências dos jovens artistas

A influência que a nova geração de artistas tem recebido das mídias digitais é inegável. Um adulto, com cerca de trinta anos, hoje em dia, teve, em sua infância e adolescência, a experiência de assistir a mudança dos processos analógicos para os digitais, nos desenhos animados na TV e no cinema, como também nas revistas em quadrinhos impressas, acompanhou a evolução dos jogos eletrônicos, a ascensão e decadência dos fliperamas e a evolução do console do videogame atari para o *playstation*, viu surgir as experimentações visuais na MTV e sua substituição, para ver vídeos, pelo *youtube*. Dessa forma, podemos dizer que a nova geração de artistas provém de um caldo midiático transformado pelas mídias digitais.

Segundo Suzete Venturelli (2004, p.162), a apropriação das tecnologias pela arte foi possível graças a inserção da arte no cotidiano, o que, conseqüentemente, levou a arte a se apropriar também de procedimentos dos meios de comunicação, de sua "interatividade autodefinida, organizada em torno de interesses ou finalidades compartilhadas".

A arte, caso possamos designar-lhe um mínimo de sentido subversivo, passou a ocupar todos os espaços imagéticos possíveis para a sua veiculação e suas experimentações. O homem contemporâneo urbano vive submerso por uma proliferação incontrolável de imagens. Vive-se numa imensa e irreversível imago-teca universal, proporcionada principalmente pelos meios de comunicação. Desde a invenção do rádio, temos artistas buscando nos meios de comunicação um espaço para a produção de um imaginário que se expande fora da rede cultural tradicional da arte (VENTURELLI, 2004, p.85).

É possível de forma muito clara, apontar as influências que a cultura das mídias digitais estão tendo na produção do grafite contemporâneo. Segundo Manco (2005), uma das formas mais utilizadas pelos artistas do grafite, para destacar suas criações da paisagem urbana, foi baseada na interface gráfica digital. Igual ao ícone iluminado, quando o tocamos com o cursor do mouse, na tela do computador, de forma a se destacar dos demais ícones, as criações do grafite realizadas em papel e coladas sobre a superfície urbana, deixam uma borda em branco, se destacando, ou se iluminando de branco, em relação ao fundo acinzentado dos muros de cimento.

"Invader", artista citado também é um exemplo com seus personagens de videogame pixelizados. Outro artista que também é influenciado pela estética quadriculada do *pixel* é "Pixel Phil", que cria imagens baseadas em ícones da interface do computador, o resultado gráfico de "Pixel Phil" difere da de "Invader" pelo "*pixel*" não ser tão grande e de utilizar posters de papel ao invés de azulejos. Podemos também perceber a influência do pixel do videogame no trabalho de Jan Vormann, que, de forma bastante inusitada, utiliza pequenos blocos do brinquedo "lego" para reconstruir parte de paredes danificadas. Se fizermos uma pesquisa aprofundada na relação entre o videogame, o *pixel* e o grafite é possível arriscar que encontraríamos vários outros artistas trabalhando de diversas outras maneiras criativas.

O que se pode concluir com essa breve reflexão sobre os caminhos que o grafite tem tomado, é que o universo midiático, incluindo os jogos eletrônicos, vem fazendo parte da formação da nova geração de artistas e essa influência tem aparecido de forma bastante clara na produção de uma pequena parcela desses artistas. Fica ainda aberta a questão, do quanto o videogame pode vir a influenciar, novas gerações de artistas onde a presença do videogame, durante sua infância e adolescência, tem sido cada vez mais presente.

Referências

COELHO, Teixeira. *De dentro e de fora*. (Catálogo), São Paulo: Comuniquê Editorial, Choque Cultural, 2012.

DEBORD, Guy-Ernest. *Relatório sobre a construção de situações e sobre as condições de organização e de ação da tendência situacionista internacional*. In: JACQUES, Paola Berenstein (org). *Apologia da deriva, Escritos situacionistas sobre a cidade*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens*. São Paulo: Perspectiva, 2010.

Internacional Situacionista. *Manifesto*. In: JACQUES, Paola Berenstein (org). *Apologia da deriva, Escritos situacionistas sobre a cidade*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

JACQUES, Paola Berenstein (org). *Apologia da deriva, Escritos situacionistas sobre a cidade*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

MANCO, Tristan. *Street Logos*. Inglaterra: Thames & Hudson, 2005.

MENA, Fernanda. *É a minha missão poética, diz Invader sobre intervenções em SP*. <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/954423-e-a-minha-missao-poetica-diz-invader-sobre-intervencoes-em-sp.shtml>>. Acesso em: 15 out. 2011.

PEIXOTO, Nelson Brissac. *Intervenções urbanas: Arte/Cidade*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2002.

PEIXOTO, Nelson Brissac. *Paisagens Urbanas*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2004.

STAHL, Johannes. *Street Art*. Colônia: H. F Ullmann, 2009.

VARNEDDE, Kirk e GOPNIK, Adam. *High an Low, Modern art and popular culture*. New York: MOMA, 1991.

VENTURELLI, Suzete. *Arte: espaço_tempo_imagem*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2004.