

A PROFISSIONALIZAÇÃO DOS ARTISTAS URBANOS: ENTRE A LIBERDADE E A ALIENAÇÃO¹

Leonardo Perdigão Leite²

RESUMO

O presente trabalho é fruto de desdobramentos da dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social (PPGPS) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Nele, são levantadas algumas discussões acerca da atual influência do mercado no trabalho dos grafiteiros, que têm em sua atividade artística uma nova possibilidade mercadológica, mas que também possuem desdobramentos e pressões que podem ser positivas ou negativas. Esses aspectos mercadológicos vão, muitas vezes, contra a essência das manifestações da arte urbana, que normalmente são gratuitas, efêmeras e feitas sem interferências externas. O debate foi feito com base em noções como *alienação, liberdade, grafite corporativo e grafite marginal*.

Palavras-chave: Alienação. Grafite. Liberdade. Trabalho.

ABSTRACT

This paper is fruit of an essay required for a master's degree course in Social Psychology. The paper presents and discusses work relationships nowadays that can cause stress and burnout. Another topic of discussion is the differences

¹ Artigo desenvolvido sob a orientação do professor Dr. Luiz Felipe Baêta Neves Flores, que é associado ao PPGPS/UERJ.

² Museólogo, mestre em Psicologia Social pelo PPGPS, da UERJ.
E-mail: leoperdigaoleite@yahoo.com.br

between art work and corporate jobs. The art work is supposed to be associated with freedom, the artists can do whatever they want when they want. The example used is about graffiti artists that have been facing new market dynamics. Many corporations are now using this kind of street art to publicize their logos and to finance some artists looking for profit. The discussion is made by means of some notions of Sartre, such as alienation and freedom.

Keywords: Alienation. Employment. Freedom. Graffiti.

1 Introdução

A ideia deste trabalho é analisar as mudanças ocorridas na produção dos grafites até os dias atuais. Para isso, será tecido um pequeno histórico e conceituado o grafite. Em seguida, será feita uma discussão sobre a apropriação do grafite pelas galerias de arte e pelo mercado, destacando as diferenças nos fazeres entre a pintura de obras encomendadas e os trabalhos sem restrições feitos nas ruas, quando não há fomentadores, e mostrando a apropriação da linguagem do grafite para uma vasta gama de mercadorias vendáveis, como perfumes, tênis e camisas.

As noções de *liberdade* e *alienação* são pensadas pelo viés do filósofo Sartre. A alienação possui uma relação ontológica com a liberdade, por isso é possível falar em alienação como “liberdade alienada”. Esse processo se daria com base na deturpação ou mudança da objetivação do projeto de um sujeito, seja por outros indivíduos, seja por ele mesmo, o que causaria um estranhamento a esse sujeito.

O filósofo francês crê que essa situação se exacerba com a *alienação do trabalho* desenvolvida por Marx nos Manuscritos econômico-filosóficos, causada em grande parte pela divisão social do trabalho, que consiste na especialização dos trabalhadores em apenas uma função, servindo para expropriá-los dos meios de produção e privá-los do conhecimento da confecção total dos produtos, como era feito no caso dos artesãos. Para Marx (2004, p. 80):

O produto do trabalho é o trabalho que se fixou num objeto, fez-se coisal, é a objetivação do trabalho. A efetivação do trabalho é a sua objetivação. Esta efetivação do trabalho aparece ao estado nacional-econômico como desefetivação do trabalhador, a objetivação como perda do objeto e servidão ao objeto, a apropriação como estranhamento, como alienação.

Assim, o trabalhador tem uma relação de estranhamento com o produto do seu trabalho, sem ter consciência do processo de produção – apenas sabe que realizou uma obra pra outrem, a quem pertencem os meios de produção. O trabalhador se torna, portanto, um servo do seu objeto por dois motivos: o primeiro é devido ao recebimento de um objeto de trabalho, ou melhor, de um trabalho – no sentido de emprego –; o segundo se deve aos meios de subsistência que este trabalho – através da remuneração – dá a ele (MARX, 2004).

Voltando-nos para o caso das artes, sabemos que a produção não se faz de maneira industrial quanto aos quadros e esculturas, embora atualmente haja uma gama de produtos com a estética do grafite. O trabalho dos artesãos, escritores e artistas plásticos possui um espaço para a criação que redefine as relações normais de trabalho. Porém, com o reconhecimento econômico e mercadológico, vemos uma necessidade – no caso dos artistas urbanos que trabalham com o grafite – de um “trabalho concreto”, que é a criação de mercadorias e bens de consumo. Em um período de dez anos, verificamos o aumento de exposições, vendas de quadros, criação de marcas de roupas, bonés e objetos de decoração feitos por esses artistas. O grafite na rua pode ser encarado então como um “trabalho abstrato”, pois não pode ser consumido, no sentido de ser comprado, apesar de, recentemente, um dos murais do grafiteiro Banksy ter sido roubado, como será apontado ao longo do trabalho.

Em sua análise da arte popular na Idade Moderna, Peter Burke desenvolve a ideia de que em certo momento a arte popular estava mais acessível para diversas regiões da Europa. Essa expansão do mercado padronizou a produção dos objetos. Dessa forma, não se podia mais

realizar obras conforme as exigências de determinados clientes. Como exemplo, o autor mostra as modificações feitas nos azulejos holandeses, que foram se simplificando até ceder lugar para as máquinas e objetos padronizados. “A expansão do mercado também destruiu a cultura material local.[...] Eram os primeiros sinais do poder destrutivo da revolução comercial – mas o processo que destruiria a cultura popular tradicional possibilitou antes algumas de suas belas realizações” (BURKE, 2010, p. 328).

É claro que muitas das obras realizadas pelos grandes mestres renascentistas, como Rafaelo Sanzio, Leonardo da Vinci e Michelangelo, foram feitas com financiamento de mecenas, porém esses artistas estavam trabalhando na construção de movimentos artísticos que superassem a “arte popular”. Burke (2010) aponta o fato de que o clero, a nobreza e a burguesia tinham razões para abandonar a cultura popular, sendo a Renascença o período de adoção de novas maneiras de comportamento e, em alguns lugares, da adoção de novas línguas das quais somente os nobres tinham domínio. “As classes superiores não estavam rejeitando apenas as festas populares, mas também a concepção de mundo popular” (BURKE, 2010, p. 359).

No caso do grafite, que surgiu como um movimento de contracultura e resistência vindo dos guetos norte-americanos e da revolta dos estudantes em 1968, nota-se uma preocupação com a confecção de telas e outros produtos vendáveis, o que modifica e retira a essência transgressora do movimento. Ademais, grandes painéis que são feitos na rua e financiados por particulares limitam a temática – embora os artistas ainda mantenham seus estilos – e acabam por transformar a linguagem do grafite em mera ornamentação.

A profissionalização desses sujeitos é agora amparada pelo projeto de lei nº 6756/2013, que propõe a regulamentação das profissões ligadas à cultura *hip-hop* – os *djs*, *mcs*, *rappers* e o *break-dance* –, supostamente para dar valorização e reconhecimento aos sujeitos que participam dessas manifestações.

2 Breve histórico e conceituação do grafite

É difícil precisar a origem do grafite. Alguns localizam sua origem nos desenhos rupestres de Lascaux, ou na antiga cidade de Pompeia – que conservou em seus muros grafites políticos –, ou no muralismo mexicano. O fato é que o ser humano sempre se apropriou de suportes parietais para deixar suas marcas. De acordo com Vasconcellos (2014, p. 44), “o homem sempre deu vida a representações simbólicas que permitiram uma leitura do seu tempo histórico e do imaginário coletivo de cada agrupamento humano num determinado espaço”. Pedro Paulo Funari (1989) identifica na sociedade de Pompeia cisões sociais que levam as elites a admirarem as artes de uma forma e o povo de outra forma bem diferente: “Entre o povo predomina a cotidianidade da sua práxis e não a idealização e fuga da arte erudita [...]; a associação em grupo e o anonimato, por oposição ao individualismo; a escrita de estilete, do pincel e da parede, não da pena, do papiro e dos livros” (FUNARI, 1989, p. 24). Apesar de estar teorizando sobre um período considerado clássico, essa análise pode ser retomada para o entendimento do grafite contemporâneo e da constituição de tribos urbanas.

Adotaremos a ideia de que a manifestação artística do grafite – do modo que conhecemos hoje – teve como marcos o episódio conhecido como “Maio de 1968” na França, que “atribuiu à inscrição urbana poder e difusão” (SILVA-E-SILVA, 2011, p. 22), e o movimento *hip-hop* norte-americano. O grafiteiro paulista Celso Gitahy (1999, p. 21) diz: “Durante a revolta dos estudantes iniciada em maio de 1968 em Paris, vimos como o spray viabilizou que as mesmas reivindicações que eram gritadas nas ruas, fossem rapidamente registradas nos muros da cidade”.

Com base nos fatos citados, é possível considerar os grafites como dotados de significação, já que podem ser utilizados para vários propósitos: contestação, propaganda, visibilidade de grupos, disputas simbólicas e espaciais, mera estetização ou adorno – nesse último caso, creio que a vertente corporativa³ se enquadra mais do que os trabalhos

³ Este termo é utilizado por Gándara (2004) para diferenciar os grafites que são feitos com viés propagandista ou financiados por grupos ou instituições, ou seja, aqueles tutelados, permitidos, e que diminuem a liberdade artística dos grafiteiros.

que são feitos nas ruas sem tutela ou financiadores. Por mero caráter analógico, podemos estabelecer uma vertente que chamarei de *marginal*, que consiste na confecção dos grafites sem autorização, sem restrições ou imposições, em ações mais rápidas. Sob esse aspecto ilegal, Lewisohn (2008, p. 127) diz: “The best street art and graffiti are illegal. This is because the illegal works have political and ethical connotations that are lost in sanctioned works. There is a tangible conceptual aura that is stronger in illegal graffiti: the sense of danger the artist felt is transferred to the viewer”⁴. A outra vertente seria a tutelada ou institucional, quando há um financiador que solicita determinada obra, o que normalmente restringe o caráter político contestatório do grafite, ligado à profissionalização do fazer artístico.

Gándara (2004) afirma que os *grafites corporativos* almejam uma amplitude máxima e, por isso, sempre selecionam espaços que podem ser vistos por todos e utilizam uma linguagem que não cause ambiguidade, nem interpretações distintas daquela que a mensagem do grafite quer passar. Por outro lado, os *grafites não corporativos* podem causar exclusão ou não entendimento por utilizar diversos elementos semióticos que podem ser desconhecidos ou dúbios, além de necessitarem de aparatos ou leituras culturais para sua identificação.

Apesar disso, mesmo com essas trocas horizontais causadas pela comunicação pós-moderna, o caráter local das produções é mais levado em consideração do que a vertente global. A relação global e local não é marcada por um esmagamento das tradições nacionais ou locais, como acreditam muitos teóricos, mas por uma interpenetração e troca entre ambas, que podem reforçar ou alterar algumas dessas produções próprias de tribos urbanas bem particulares. Para Canclini (2003, p. 47): “Os paradoxos não estão apenas na globalização ou nas culturas locais, mas na ‘glocalização’, neologismo cada vez mais difundido, dada a necessidade de designar a interdependência e interpenetração entre global e local”.

⁴ “Os melhores trabalhos de arte urbana e grafite são ilegais. Isso ocorre porque os trabalhos ilegais possuem conotação política e ética que se perdem nos trabalhos sancionados. Há uma aura conceitual tangível que é mais forte no grafite ilegal: o senso de perigo que o artista sentiu é transferido para o espectador” (Tradução nossa).

O grafite visto dentro das galerias difere dos grafites vistos fora delas, no espaço urbano, onde surgiram e ganharam esses novos espaços de comercialização. Na edição do jornal *Globo Online* de 21 de fevereiro de 2013, foi noticiado o roubo de um grafite do artista Banksy. Roubada de uma parede ao lado de uma loja de rua e encontrada “misteriosamente” em uma galeria de Miami, a obra recebeu propostas de compra entre 500 e 700 mil dólares e é considerada pela galeria como “um trabalho único de *streetart*, feito estêncil e spray” (figuras 1 e 2).

Figura 1 – Mural de Banksy após o roubo



Figura 2 – Mural de Banksy roubado



Fontes: Figura 1: Haringey Council/AP. Figura 2: Neil Hall/Reuteurs. Retirado de: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2013/06/misterio-marca-leilao-de-mural-do-artista-banksy-em-londres.html>>. Acesso em: 05/03/2015.

Um possível motivo pelo qual o grafite finalmente entrou em espaços museais é esse valor de mercado, antes não pensado ou especulado pelas galerias de arte. O artista Banksy, sempre muito provocativo e irônico, tece comentários sobre a arte em museus e importantes galerias de Londres:

A arte não se parece com qualquer outra manifestação cultural, pois seu sucesso não é garantido pelo público. Todos os dias os espectadores enchem cinemas e salas de concertos, milhões de romances são lidos e bilhões de discos são comprados. Nós, as pessoas, influenciamos a produção e a qualidade da maior parte de nossa cultura, mas não de nossa arte. A Arte que admiramos é feita por apenas uns poucos escolhidos. Um pequeno grupo cria, promove, comercializa, exhibe e decide seu sucesso. Apenas

poucas centenas de pessoas em todo o mundo têm realmente a palavra. Quando se vai a uma galeria de Arte, você é apenas um turista olhando a sala de troféus de alguns milionários (BANKSY, 2012, p. 168).

Dentre esses troféus, podemos destacar agora os grafites feitos em telas, que são suportes mais vendáveis e de maior facilidade de locomoção e comercialização, se comparados aos grafites feitos em propriedades públicas e privadas, que, sendo realizados em locais como muros de concreto e portas de aço ou ferro, possuem locomoção muito mais trabalhosa. Mas no caso do roubo do mural em Banksy até uma locomoção difícil foi feita.

2.1 A figura do grafiteiro: do lazer para a profissão

Em uma palestra proferida na abertura da exposição *Grafite: a voz colorida das ruas*, na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), o grafiteiro Marcelo Eco destacou o fato de que, atualmente, sua atividade não é mais encarada como um *hobby*, um passatempo ou um lazer. Para ele, ser grafiteiro nos dias atuais é equivalente a ter uma profissão como outra qualquer. O sentido de lazer ou *hobby*, com o qual era encarado esse fazer artístico pelos próprios grafiteiros, modificou-se – possivelmente pelo sentido que o trabalho adquiriu em nossa sociedade. Para ser considerada uma atividade séria, nos dias atuais, é preciso que gere lucro. Ainda focando na questão do *hobby*, podemos ver que este também era visto como um malefício para Adorno:

Quando me toca essa questão, fico apavorado: Eu não tenho qualquer hobby. Não que eu seja uma besta de trabalho que não sabe fazer consigo nada além de esforçar-se e fazer aquilo que deve fazer. Mas aquilo com o que me ocupo fora da minha profissão oficial é, para mim, sem exceção, tão sério que me sentiria chocado com a idéia de que se tratasse de hobbies, portanto ocupações nas quais me jogaria absurdamente só para matar o tempo, se minha experiência contra todo tipo de manifestações de barbárie – que se tornaram como que coisas naturais – não me tivesse endurecido (ADORNO, 2002, p. 63).

Talvez por transitar entre o *hobby* e a profissão, o grafite tenha menos pressões de competitividade do que os empregos regulares. Outro fator que pode influenciar é o de que nem todas as pessoas têm a qualificação ou sensibilidade técnica e artística para fazê-lo, ou seja, é um trabalho diferente dos realizados por grandes corporações que estimulam a competição. Muitas pinturas nas ruas são realizadas em grupos de cinco ou seis artistas, por trabalho ou apenas por diversão. Nota-se assim que a cooperação – e não a competição – norteia essa tribo pós-moderna.

Apesar de ser mal compreendido ou incompreendido, o mercado para os produtores dessa forma de arte contemporânea cresceu bastante nos últimos anos. Isso corrobora com a visão de Etienne Souriau, que, em *Chaves da estética*, diz: “A arte é um trabalho. Aqueles que jamais sentiram, compreenderam e experimentaram isso não podem opinar nas questões que a arte apresenta” (SOURIAU, 1973, p. 89). Além disso, o autor identifica duas vertentes no trabalho artístico: a social e a individual. A conotação social do trabalho artístico diz respeito à sua análise do ponto de vista econômico, que para o autor garante vantagem moral sobre aqueles que relegam as artes a segundo plano. Essa vantagem moral “significa atestar a importância das necessidades estéticas” (SOURIAU, 1973, p. 91). A vertente individual diz respeito à subjetividade do artista que faz a obra e dos sujeitos que interpretam aquela manifestação ou decidem não lhe dar atenção e ignorá-la.

O Museu Brasileiro de Escultura (MuBE) organizou em 2011 e 2013 as chamadas “Bienais Internacionais de Graffiti Fine Art”, com o objetivo de traçar um panorama dos mais diversos estilos, técnicas e conceitos do grafite, com trabalhos de artistas nacionais e estrangeiros reconhecidos na arte urbana mundial. Com a entrada das chamadas “artes urbanas” nos museus e galerias de arte, a forma de olhar os trabalhos se torna diferente. Na galeria e nos museus, há um ambiente que favorece uma contemplação mais atenta, diferentemente das ruas, onde as pessoas veem os grafites sem muita atenção, na maioria dos casos.

O artista Speto afirma que a grande importância atribuída ao grafite brasileiro nos últimos anos se deve à sua diversidade. Não há brigas entre os praticantes de diferentes estilos. Uma prática muito comum no grafite é a construção de obras em parceria, um fato que o faz ser diferente de tantas outras formas de arte contemporânea que prezam pelo individualismo. Além disso, a produção dos grafites pode ser vista na rua, desde a pintura inicial do muro de cor determinada, os primeiros traços e o resultado final, diferentemente dos trabalhos realizados dentro de um ateliê, onde só se vê ou contempla o resultado final. Sobre a importância que o grafite brasileiro adquiriu por possuir essa grande variação estilística, Speto, em entrevista ao *Almanaque de Cultura Popular* (BRASIL, 2013, p. 15) diz: “A diversidade faz parte do grafite. A gente deve aprender e se transformar na vida, e na arte também deve ser assim. Se eu ou minha geração acreditássemos que o grafite só poderia ser feito de uma forma, nunca teríamos deixado de imitar os americanos”.

Já para Banksy (2012, p. 8), a absorção do grafite pelo mercado foi ocasionada pelas pessoas que, segundo ele, dominam as cidades. “As pessoas que mandam nas cidades não entendem o grafite porque acham que nada tem o direito de existir se não gerar lucro, o que torna a opinião delas desprezível”. Para ter sua opinião respeitada e um controle sobre essa tipologia de arte, “os que dominam” passaram a dar um valor mercadológico a essas manifestações antes marginais. Assim, essas pessoas podem permanecer no topo e no controle do que é ou deixa de ser arte. Essa visão é, porém, um tanto simplista e, para mim, diz respeito à valoração e não à valorização da arte urbana.

Muitos artistas do grafite brasileiro abandonaram seus empregos formais quando começaram a ser remunerados em pinturas para exposições e para campanhas publicitárias, além de quadros e mercadorias diversas. No documentário *Cidade Cinza*, de 2013, a mãe de Gustavo e Otávio Pandolfo, os Gêmeos, faz um depoimento e diz que ficou assustada quando ambos largaram seus trabalhos em empresas (um deles, funcionário de um banco estatal) para se dedicar e viver – no

sentido econômico da palavra – apenas dos desenhos. Os expoentes do grafite paulista que trabalham nessa área desde 1995 começaram a vender suas obras como produtos da arte contemporânea apenas em 2005, a convite de uma grande galeria de Nova York.

Podemos notar que há uma mudança na forma de encarar o grafite, tanto pelos observadores quanto pelos artistas. Porém, essa mudança de *hobby* para trabalho remunerado traz uma série de alterações no fazer artístico e nas pressões que os artistas sofrem para concluir suas obras e vendê-las. Essas mudanças passam pelas conceituações de liberdade, pois se trabalha, normalmente, ao ar livre e com maior autonomia do que em outras profissões, a priori. Para isso, farei uma breve discussão e conceituação de *liberdade* e *alienação*, mostrando suas possíveis relações.

3 A “liberdade” das ruas versus as demandas mercadológicas

O conceito de liberdade, nos dias atuais, é bastante discutido. Porém, a ideia que mais circula nos grandes veículos da mídia e no senso comum é a de “liberdade liberal”, de que se pode fazer tudo o que se quer, quando e onde se quer – a chamada “liberdade negativa”. Essa noção é mais próxima do liberalismo econômico do que do liberalismo político. Segundo Mattos (2012, p. 46-47), “a liberdade negativa está relacionada à esfera que o sujeito tem ou recebe para fazer ou ser o que quiser, sem sofrer interferência de outros sujeitos”. A liberdade negativa é um conceito bastante adequado ao capitalismo e ao “poder de escolha” dos consumidores que creem ter a liberdade total, quando na verdade estão optando entre escolhas limitadas.

Esse conceito de liberdade é completamente diferente da noção sartriana. Nesta, o indivíduo não faz escolhas entre determinadas opções que lhe foram dadas, mas significa o mundo, que não é dado como existente e cheio de significados em si. A relação do sujeito com o mundo difere e varia de indivíduo para indivíduo (MOUTINHO, 2006). A liberdade independe das possibilidades que são oferecidas, e, para que

estas sejam viáveis, irão depender do projeto e da trajetória do indivíduo para que ele produza essas possibilidades ao longo de um projeto determinado. É a “realização de um possível dentro de um campo de possíveis” (CASTRO, 2012, p. 736).

A alienação possui uma relação ontológica com a liberdade, logo é possível falar em alienação como “liberdade alienada”. Esse processo se daria com base na deturpação ou mudança da objetivação do projeto de um sujeito, seja por outros indivíduos, seja por ele mesmo, o que causaria um estranhamento a esse sujeito. No atual modelo do capitalismo flexível, nota-se um aumento da alienação dos sujeitos, pois gera-se uma competição que aumenta o individualismo e suprime o sentimento de pertencimento coletivo e de “ser em comum”.

Embasados por essas duas noções explicitadas, podemos analisar o trabalho dos artistas urbanos como profissão e suas especificidades como lazer. Na condição de produtores de arte no seu tempo livre – aquele que não é gasto com o propósito de se ganhar dinheiro –, os grafiteiros têm a tendência de pintar “onde quiserem”, ou seja, há um sentido de liberdade liberal impregnado nessa ação. Normalmente, os chamados *Throw-up*⁵ são os escolhidos para ações mais rápidas, enquanto o estilo *3-D* é utilizado em ações mais demoradas e murais. Ambas mantêm o caráter marginal e de espontaneidade do movimento do grafite.

Já nos trabalhos que são feitos na rua, mas remunerados, existe um tempo de elaboração muito maior. Muitas vezes, os artistas têm total liberdade para criar os desenhos que irão compor o mural, outras vezes não. O tema, as cores, o tempo de trabalho e afins podem ser determinados pelos contratantes do serviço. Além disso, o cliente determina essas atribuições quando as pinturas são feitas como decoração de espaços particulares, como salas, escritórios e outros. Também são determinadas para cenografias de programas televisivos e peças teatrais. Vasconcellos (2014) considera os murais grandes grafites

⁵ O *throw-up* é um estilo de realização técnica mais fácil. Não utiliza muita variação de cores e, normalmente, é feito apenas por letras. Não utiliza muito contraste e é de rápida confecção se comparado a trabalhos mais elaborados (SILVA-e-SILVA, 2011).

de produção mais elaborada, em espaços pré-determinados das cidades e que contam com apoio logístico de órgãos públicos e privados. Para o autor,

Os murais, portanto, seriam grandes grafites produzidos em espaços garantidos mediante aviso prévio. Por esse ponto de vista, estaria na contramão da espontaneidade, transgressão e improvisação dos grafites comuns. Assim, a diferença fundamental estaria mais na logística do que na estética, o que permite colocar as duas manifestações sob a ótica do grafite (VASCONCELLOS, 2014, p. 15-16).

Essas interferências mostram uma mudança na forma de trabalho dos grafiteiros e passam a regular suas produções artísticas no que tange ao projeto a ser executado. Muitas vezes, os grafiteiros mantêm um estilo próprio, mas, por vezes, são forçados, por pressões mercadológicas, a pintar determinados temas que não são de seu interesse. Um dos exemplos que podemos citar é do *Projeto 4 km*, que consiste na confecção de um corredor de grafite nos muros do metrô feito para ligar a estação Patriarca ao então novo estádio para abertura da copa em Itaquera, na cidade de São Paulo. Nesse projeto, a temática permitida foi apenas a de exaltação à Copa do Mundo e à seleção brasileira.

Além das tintas em spray, que facilitam e regulam a maioria dessas ações – visto que poucos grafiteiros se utilizam apenas de pincéis para realizar suas obras –, outro facilitador vem sendo utilizado nos últimos anos para aumentar a produção dessas obras artísticas. É o caso do estêncil, que consiste em um molde ou modelo pré-formatado que agiliza a confecção dos desenhos. É uma técnica muito utilizada pelo artista Banksy, ferrenho crítico do mercado de arte, apesar de ser um dos mais consumidos atualmente nas galerias e leilões de arte contemporânea. A escolha do estêncil, para ele, significa menos perigo de ser pego em ação. “Enquanto estava ali deitado, ouvindo os policiais andarem junto aos trilhos, percebi que ou reduzia pela metade o tempo que levava para fazer uma pintura ou teria que desistir de vez” (BANKSY, 2012, p.13).

Outra regulação mercadológica e, portanto, uma espécie de alienação é a necessidade de produtos para consumo citados anteriormente. Cláudio Duarte, conhecido como ISE, um dos grafiteiros com mais desenhos nas ruas de São Paulo, é dono da loja “Grapixo Graffiti Shop”, que, além de sprays, bicos/caps, canetas e marcadores de diversas marcas e tipos, ou seja, materiais necessários à confecção do grafite, também vende bonés, camisas, camisetas, tênis e vários outros produtos.

Nesse caso, ISE tem a “liberdade” de sair às ruas e deixar seus desenhos em locais públicos, mas também tem as responsabilidades de dono de loja, com seus cálculos e necessidade de lucro. Ele se tornou um pequeno empresário que sofre com as pressões diárias, assim como os outros comerciantes em geral, que mantêm seus negócios formais.

Figura 3 – Camisa vendida na loja de ISE



Fonte: Retirados do site: www.grapixo.com.br

Figura 4 – Tênis Adidas com estética do grafite



Fonte: Retirados do site: www.grapixo.com.br

Ainda na vertente comercial, da produção de obras para a venda, o artista Zezão⁶ se refere à sua produção de quadros como *fine art*⁷, e não obras de grafite em tela. Para ele, é essencial que os grafites sejam feitos na rua, e, diferentemente de outros artistas urbanos, Zezão trabalha nas galerias subterrâneas e esgotos da cidade de São Paulo. Além disso, grandes empresas estão “antenas” nessas novas produções comerciais do grafite e nas linguagens urbanas, como a *Natura*, que desenvolveu uma coleção de perfumes, intitulada “Natura Urbano”, com desenhos do grafiteiro Does em suas embalagens, conforme a figura 5.

Figura 5 – Coleção de perfumes “Natura Urbano”, com grafites de Does.



Fonte: Foto de Marcelo Durst. Retirado de: <<http://www.cidademarketing.com.br/2009/n/18082/natura-lana-urbano-novo-perfume-masculino.html>>. Em 2015, campanha de divulgação do perfume.

Essas manifestações comerciais geram um atrito entre grupos de grafiteiros que desejam manter o caráter subversivo do grafite e outros que, como Zezão, desdobram-se entre a vertente mercadológica e a vertente marginal, pois quando atuam na rua não pedem autorização para a realização das obras. Para Fridman (2000), a expansão do mercado envolve essas novas narrativas e produções estéticas. Assim, a produção cultural se torna mais sofisticada e imprescindível à lógica capitalista. As inovações estéticas e as novas linguagens são associadas por curadores ou críticos a motivações de consumo, acarretando a produção de uma série de produtos, os mais variados e diferenciados possíveis.

⁶ Zezão é um artista paulistano conhecido por pintar as galerias de esgoto e espaços subterrâneos da cidade de São Paulo.

⁷ A *fineart* é a produção voltada para a decoração, ou seja, privilegia o valor estético das obras em detrimento de mensagens simbólicas, políticas. Não possuem função prática como várias peças produzidas por *designers*.

Jameson (1996) atribui a essa mescla entre a economia e a cultura um novo modo de produção em que ambas ocupam um lugar de *desdiferenciação*, que consiste, no plano cultural, em transformar determinados objetos estéticos em modelos para outros tipos de atividades culturais, o que acarreta a perda da aura dos primeiros objetos. Além disso, esse processo aponta para a dificuldade de precisar os limites entre cultura erudita, cultura popular e cultura de massa e, na vertente comercial, entre as esferas de produção, distribuição e consumo. Ainda para o autor, a cultura de massa não é una e homogênea, mas tornou-se diversificada e produz bens de consumo de acordo com o público por meio da produção flexível, isto é, pela incorporação da tecnologia da informação às atividades produtivas, que demanda que os trabalhadores se adaptem a essas novas circunstâncias.

Novamente, no documentário *Cidade Cinza*, o grafiteiro conhecido como NUNCA associa seu trabalho com o grafite ao querer individual. Ele chega a afirmar que, se não tivesse mais prazer em sua atividade, poderia entregar pizzas ou desempenhar qualquer outra função remunerada que lhe desse mais prazer do que o trabalho artístico, embora tenha dito que, atualmente, os desenhos sejam sua principal forma de sustento e de prazer. Esse ponto chama a atenção para o distanciamento dos sentimentos de prazer e de gosto quando se fala em trabalho. A atividade do trabalho tornou-se algo penoso, pesaroso, que tem cada vez mais levado pessoas ao esgotamento tanto físico quanto psicológico.

Outro ponto de destaque é o de que, embora exista uma consciência tribal sobre a figura do grafiteiro, este não tem uma “identidade de classe” no sentido de classe de trabalhadores. A “profissão”, por assim dizer, é nova e nem todos conseguem espaço para expor seus trabalhos e vendê-los. Mesmo os que conseguem têm que se adaptar às demandas mercadológicas. A artista plástica Nina Pandolfo, que começou no grafite, atualmente faz telas, instalações e outras obras, visando exposições em galerias e museus, e não mais trabalhos na rua, além de bolsas e sapatos para grifes. Alguns grafiteiros mantêm o grafite

apenas como *hobby* e permanecem em seus empregos formais; outros vão para o design gráfico, projetando novos produtos e grafitando apenas quando o cliente requer.

Apesar da diferença estabelecida no Brasil entre grafite e pichação, alguns poucos artistas da pichação também se inseriram nas galerias e na produção de quadros. O paulistano Ivson Silva, conhecido como Cripta Djan, já foi convidado para participar de exposições nacionais e internacionais, entre as quais se destacam a Bienal de São Paulo, em 2010, e a Bienal de Berlim, em 2012. Porém, Djan se recusa a receber para pintar na rua, pois, para ele, há uma domesticação da pichação e do grafite quando estes são financiados. A grande diferença, para o representante do *pixo*, é a vertente ilegal e subversiva que os trabalhos na rua devem manifestar quando feitos sem autorização ou tutela.

Outro passo para a profissionalização dos artistas do grafite partiu recentemente do projeto de lei nº 6756/2013 do deputado federal, eleito senador, Romário, que pretende regulamentar profissões e atividades ligadas à cultura *hip-hop*. De acordo com o deputado, essa ação daria reconhecimento e valor aos sujeitos ligados à cultura *hip-hop* nas suas diversas formas de expressão e ação social. As atividades de DJ, Mc, Rapper, além da dança de rua e do grafite, poderão ser registradas na carteira de trabalho. Segundo a proposta, a profissão será reconhecida em todo o território nacional e poderá ser exercida tanto por diplomados em cursos técnicos de capacitação profissional quanto por aqueles que comprovarem o exercício das profissões de forma ininterrupta por um ano. A atividade poderá ser exercida na forma do contrato de trabalho ou como autônomo. O projeto ainda estabelece carga horária de trinta horas semanais. Fato que não pode ser negado é que o projeto de lei, se efetivado, poderá aumentar a arrecadação estatal.

4 Conclusão

Podemos verificar, com base no que foi exposto, que há uma diferença entre o trabalho artístico e o trabalho em grandes corporações. Apesar disso, cada vez mais o trabalho dos artistas grafitadores sofre

modificações pelas pressões e demandas mercadológicas, seja na confecção de produtos consumíveis, seja no menor prazo para finalizar os trabalhos que são financiados ou encomendados. Mesmo assim, há um sentimento de “liberdade” – relacionado à liberdade liberal citada – daqueles que trabalham na rua e um sentimento de pertencimento grupal que não estimula a competição, mas a cooperação entre esses artistas. Para Sartre (2012, p. 13),

[...] o outro é indispensável à minha existência tanto quanto, aliás, ao conhecimento que tenho de mim mesmo. Nessas condições, a descoberta da minha intimidade desvenda-me, simultaneamente, a existência do outro como uma liberdade colocada na minha frente, que só pensa e só quer ou a favor ou contra mim.

Já nas grandes corporações – tanto as prestadoras de serviços quanto as produtoras de bens de consumo – há um estímulo à individualidade e à competição entre os funcionários, o que acarreta a perda da identidade coletiva e do cooperativismo, visto que cada um deve melhorar seu desempenho para ascender na profissão ou não ter seu posto tomado por outros.

Esse cenário contribui para o esgotamento tanto físico quanto psicológico dos sujeitos, que acabam desenvolvendo o “burnout”, ou seja, “consideramos a definição desse fenômeno, a partir de Maslach (1993) e Freudenberger (1974), como um esgotamento emocional ligado a sinais de despersonalização e perda da realização pessoal, resultantes das altas demandas e dos poucos recursos vividos a partir da organização do trabalho” (CASTRO, 2012, p. 388).

Além disso, ainda não há, no caso dos grafiteiros, uma identidade de classe que remeta ao trabalho, mas existe um grupo que, por lazer ou trabalho, reúne-se para pintar obras conjuntas ou individuais, tanto nas ruas quanto em telas ou galerias. Assim, não é possível identificar, ainda, sintomas relacionados ao “burnout” nessa tribo pós-moderna.

Referências

- ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- BANKSY. *Guerra e spray*. Tradução de Rogério Durst. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2012.
- BRASIL. *Almanaque de Cultura Popular*, São Paulo: Adreato, n. 171, jul. 2013.
- BRASIL. Câmara dos Deputados. *Projeto de lei nº 6756/2013*. Dispõe sobre a regulamentação das profissões e atividades integrantes da cultura Hip Hop. Brasília, DF, 2013.
- BURKE, Peter. *Cultura popular na Idade Moderna*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- CASTRO, F. G. *Fracasso do projeto de ser: burnout, existência e paradoxos do trabalho*. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.
- FRIDMAN, Luis Carlos. *Vertigens pós-modernas: configurações institucionais contemporâneas*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.
- FUNARI, Pedro Paulo. *Cultura popular na antiguidade clássica*. São Paulo: Contexto, 1989.
- GÁNDARA, Leila. *Graffiti*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires, 2004.
- GITAHY, Celso. *O que é Graffiti*. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- JAMESON, Frederic. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1996.
- LEWISOHN, Cedar. *Street Art: The graffiti Revolution*. Nova Iorque: Abrams, 2008.

MARX, Karl. *Manuscritos econômicos-filosóficos*. São Paulo: Boitempo, 2004.

MATTOS, Amana. *Liberdade, um problema do nosso tempo: os sentidos de liberdade para os jovens no contemporâneo*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2012.

MATTOS, A. R.; EWALD, A.; CASTRO, F. G. Liberdade, alienação e criação literária: reflexões sobre o homem contemporâneo a partir do existencialismo sartriano. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, v. 12, p. 724-766, 2013.

MOUTINHO, Luiz Damon. Sujeito e crítica do sujeito: Sartre e Foucault. In: CODATO, Adriano (Org.). *Tecendo o presente*. Oito autores para pensar o século XX. Curitiba: SESC Paraná, 2006.

SARTRE, J. P. *O existencialismo é um humanismo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.

SILVA-E-SILVA, William da. *Graffitis em múltiplas facetas: definições e leituras iconográficas*. São Paulo: Annablume, 2011.

SOURIAU, Etienne. *Chaves da estética*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1973.

VASCONCELLOS, Pedro. *O futebol na visão dos grafites: os casos de Buenos Aires e Rio de Janeiro*. 2014. 141 f. Dissertação (Mestrado em Memória Social) – Programa de Pós-Graduação em Memória Social, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

Documentário:

Cidade Cinza. Direção: Marcelo Mesquita e Guilherme Valiengo. Produção: Sala 12 Filmes e Motion, 2013. 85 min.