

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

DIOGO ANDRADE BORNHAUSEN

Stickers:

A exibição das imagens
entre o urbano e o virtual

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

SÃO PAULO

2011

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica

DIOGO ANDRADE BORNHAUSEN

Stickers:

A exibição das imagens
entre o urbano e o virtual

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Semiótica, sob orientação do Professor Doutor Norval Baitello Junior.

Área de Concentração: Signo e Significação nas Mídias

Linha de Pesquisa: Cultura e Ambientes Midiáticos

SÃO PAULO

2011

BANCA EXAMINADORA

*Aos meus pais que, nos seus exemplos,
desde cedo me ensinaram o valor do conhecimento.*

AGRADECIMENTOS

Ao professor Norval Baitello Junior, pela amizade, orientação e constante generosidade. Sinto-me privilegiado por ter aprendido que este caminho pode e deve ser devorado com felicidade.

À professora Lucrécia D'Alessio Ferrara, pelo exemplo e pela presença com observações perspicazes e olhares valiosos. Aos professores do Programa em Comunicação e Semiótica, em especial, Jerusa Pires Ferreira, Eugênio Rondini Trivinho e Amálio Pinheiro, pelo muito que contribuíram ao estarem sempre abertos ao diálogo. À professora Rose de Melo Rocha, pelo apoio, receptividade e conhecimentos partilhados.

Às amizades construídas nessa trajetória com Elton Rivas, Fabiano Ferrara, Rodrigo Fernandes, Tales Tomaz, Tatiana Pontes, Thiago Balbi e Vinícius Spricigo, pela cumplicidade e atenção sempre presentes. Em especial, a Camila Lopes Garcia, Claudia Leão, Luíza Spínola Amaral e Martinho Junior, por tudo que vivemos e pelo vínculo que criamos.

Aos amigos do Cisc – boa parte já citada nestes agradecimentos – mas também, e especialmente, a Malena Segura Contrera e José Eugenio Menezes, pela disponibilidade, carinho e atenção em ensinar e dividir. E igualmente a todos os que continuam vivos por meio de nossas pesquisas.

Aos irmãos presenteados pela vida, Emmanuel Peixer e Tiago Pereira Andrade, mesmo distantes suas presenças são constantes. E aos colegas e familiares que indiretamente participaram desta pesquisa com muito amor e compreensão.

Ao CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – pelo apoio investido nesta pesquisa sem o qual ela não teria se realizado.

RESUMO

Esta pesquisa tem o propósito de abarcar o fenômeno do *sticker* em seus diferentes âmbitos comunicativos. Imagem que inicialmente se dedica à intervenção visual no espaço urbano, o *sticker* se demonstra resultante de um processo construtivo de imagens que o antecederam e buscaram sempre aumentar suas abrangências por meio de uma ampla reproduzibilidade, porém, ao mesmo tempo, o *sticker* se conduz para além do urbano ao utilizar também a *Web* como meio expositivo. Ante essa constatação, o foco direciona-se para a compreensão das razões que o leva a transitar entre esses meios e das mudanças às quais está sujeito a partir dessas ações. Nesse sentido, a hipótese é de que, assim como o *sticker* se construiu como alternativa para a crise de visibilidade das imagens antecedentes; quando presente no espaço urbano, ele se depara com semelhante dificuldade de apelo, que o faz buscar, no ambiente virtual, a possibilidade de uma sobrevida, embora também tenha ali sua visibilidade rarefeita. Dessa forma, o *sticker* se contextualiza à dinâmica atual das imagens que, ao encontrarem – frente ao próprio excesso –, impedimentos que interferem em suas visibilidades e suas capacidades de apelo, são capazes de se direcionar a outros meios, nos quais acabam modificando suas visualidades e a forma como se comunicam, para conseguirem ser vistas. Como estratégias metodológicas, são utilizadas a análise da formação deste tipo de imagem, a averiguação das espacialidades, das temporalidades e das comunicabilidades formadas nos distintos ambientes, e de que modo essas características afetam suas distintas visualidades – urbana e virtual –, a fim de ser possível desvelar seus propósitos que não são explicitamente mostrados em suas exposições. Para tanto, tal abordagem encontra na Teoria da Imagem Midiática, proposta por Hans Belting; na Teoria da Mídia, pensada por Harry Pross e Vilém Flusser; e na Teoria Sintética da Cultura, elaborada por Ivan Bystrina – todas estudadas e apresentadas também por Norval Baitello Junior –, o alicerce teórico capaz de colaborar para a compreensão deste objeto que apresenta significativas variações em suas constituições. Este estudo conta ainda com os conceitos de *anima mundi* de James Hillman e de *não-lugares* de Marc Augé; as leituras sobre *visualidade-visibilidade*, comunicabilidade, temporalidade e espacialidade, de Lucrecia Ferrara; Rose de Melo Rocha sobre as imagens urbanas e suas exposições e os trabalhos sobre *simulação*, realizados por Jean Baudrillard, e *cibercultura*, de Paul Virilio e Eugênio Trivinho, dentre outros, que colaboram para a leitura do espaço urbano e do *cyberspace*.

Palavras-Chave: *Sticker*; Teoria da Imagem; Visibilidade; Excesso; Espaço Urbano; *Cyberspace*.

ABSTRACT

This research aims at investigating the sticker phenomenon in its varied communicational stances. As an image whose primary purpose is to visually intervene in the urban space, stickers are the outcome of an image-engendering process whose very images precede the emergence of stickers and have always intended to maximize their reach by means of a massive reproducibility. But stickers go beyond the urban domain and onto the Internet, which is used for further publicizing, promotional purposes. Faced with this evidence, we aim at understanding the reasons why stickers happen to move across these different milieus, and understanding the eventual modifications they might go through from the very beginning of their action. Having said that, our hypothesis is that, since it appears as an alternative to the visibility crisis of the preceding images, the sticker in the urban space is challenged by a similar difficulty of appeal, which makes it seek in the virtual world the opportunity for an extended exposition, even if their visibility is rarefied there as well. Thus, stickers fit well in the present dynamics of those images which, when faced with obstacles to their visibility and their appealing potential (considering the excessive character entailed in their dynamics), are able to redirect themselves to other media, where they end up modifying their visuality and the way they communicate in order to be seen. As for methodological strategies, we shall undertake an analysis of the formation of this specific imagery, an inquiry of the spatialities, temporalities and communicabilities configured in each domain, and how these characteristics affect the different visualities – urban and virtual – so as to unveil their implicit purposes. For such, our investigation roots its theoretical bases in Hans Belting's Theory of Media Image; Harry Pross and Vilem Flusser's Theory of Media; and Ivan Bystrina's Synthetic Theory of Culture – all of them having been studied and divulged by Norval Baitello Junior. These theoretical frameworks are supposed to contribute to the comprehension of a phenomenon that displays so many significant variations in its constitution. Our research also takes into consideration James Hillman's concept of *Anima Mundi* and Marc Augé's concept of *Non-Places*; Lucrecia Ferrara's readings on visibility/visibility, communicability, temporality and spatiality; Rose de Melo Rocha's studies and exhibitions on Urban Images, Jean Baudrillard's studies on simulacra; Cyberculture by Paul Virilio and Eugênio Trivinho, among others who have collaborated in reading the urban and the cyberspace.

Keywords: *Sticker*; Image Theory; Visibility; Excess; Urban Space; Cyberspace.

*Estamos num universo em que existe cada vez mais informação
e menos sentido.*

Jean Baudrillard

SUMÁRIO

Introdução	13
Capítulo 1 – O Percurso de criação do <i>sticker</i>	18
1.1 A propagação das intervenções urbanas	20
1.2 Os apelos do cartaz	26
1.3 Imagens nos muros, inscrições de posse	28
1.4 <i>Sticker</i> como resultado	38
1.5 A dinâmica da ocupação	45
Capítulo 2 – Propondo visualidades urbanas	48
2.1 O uso da cidade como mídia	48
2.2 Novas espacialidades	50
2.3 A influência das temporalidades	57
2.4 A não-verbalidade como via de leitura	60
2.5 Iconofagia: a consequência do excesso	63
Capítulo 3 – A presença virtual	70
3.1 Velocidade e expansão	73

3.2	Vencendo os problemas urbanos	75
3.3	A abstração da imagem	79
3.4	O <i>sticker</i> que não intervêm	84
3.5	Visualidade e redundância	88
Capítulo 4 – À guisa de conclusão: a cultura destas imagens...		92
4.1	Primeiras observações	95
4.2	Incomunicações	97
4.3	Outros caminhos	101
Referências		103
Anexos		118
	Anexo I	118
	Anexo II	122
	Anexo III	124

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. *Stickers* colados em sinalização da Rua Augusta, São Paulo. Fotografia do autor – 15 jun. 2010.

Figura 2. Imagem disponível em [<http://contemporaryartetc.com/category/modern-art-movements/>] Acesso em 10 set. 2010

Figura 3. Flávio de Carvalho com o traje *New Look* na Experiência n.3, em 1956. Disponível em [<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI11506915220,00-A+HISTORIA+DA+ROUPA+NA+OBRA+DE+ARTE.html>] Acesso em 07 fev. 2011.

Figura 4. *Graffiti* no Brooklyn em Nova York. Disponível em [<http://untitledname.com/2006/01/fens>]. Acesso em 20 set. 2010.

Figura 5. Pichação encontrada na Avenida do Estado, São Paulo-SP. Fotografia do autor – 13 set. 2010.

Figura 6. *Stencil* encontrado em Curitiba – PR. Fotografia de Emmanuel Peixer.

Figura 7. Lambe-lambe encontrado em São Paulo-SP. Fotografia de Emmanuel Peixer.

Figura 8. Primeira imagem do *Obey*. Disponível em [<http://www.obeygiant.com>] Acesso em 05 abr. 2011.

Figura 9. *Obey* que mais se popularizou Disponível em [http://www.thegiant.org/wiki/index.php/Obey_%2795_HPM_on_Paper] Acesso em 16 jul. 2010.

Figura 10. *Stickers* encontrados na Rua Alameda Santos, São Paulo-SP. Fotografia do autor – 15 jan. 2011.

Figura 11. *Sticker* colado em lixeira encontrada na Avenida Paulista, São Paulo-SP. Fotografia do autor – 15 jan. 2011.

Figura 12. *Sticker* em semáforo encontrado na Rua Augusta, São Paulo-SP. Fotografia do autor – 10 dez. 2010.

Figura 13. *Stickers* em placa de trânsito na Rua Augusta, São Paulo-SP. Fotografia do autor – 22 out. 2010.

Figuras 14 e 15. *Stickers* sobrepostos, encontrados na Rua Augusta, São Paulo-SP. Fotografias do autor – 25 set. 2010.

Figura 16. *Sticker* divulgado no Flickr, onde consta a referência de que esta em Las Vegas. Disponível em [http://www.flickr.com/photos/theproofisinthekodak/4331045997/in/poolsticker_brasil] Acesso em 20 abr. 2011.

Figura 17. *Sticker* divulgado no Flickr. Disponível em [<http://www.flickr.com/photos/nekfe/4556308215/in/pool-34759686@N00>] Acesso em 20 abr. 2011.

Figura 18. A forma como os *stickers*, com suas diversas referências, ficam dispostos no Flickr.

Figura 19. *Sticker* divulgado no Flickr, onde consta a informação de que está situado na Rua Bela Cintra, São Paulo-SP. Imagem encontrada em <<http://www.flickr.com/photos/eduardonasi/2767272892/>>. Acesso em 20 abr. 2011..

Figura 20. Imagem criada pelo Invader – famoso em diversos países –, que atualmente também divulga seu trabalho no Brasil. Esta imagem foi encontrada na Rua Teodoro Sampaio, São Paulo-SP. Fotografia de Thiago Balbi.

Figura 21. Imagem mais conhecida utilizada pelo coletivo SHN.

INTRODUÇÃO

O estímulo inicial para a realização desta pesquisa foi gerado a partir do interesse sobre a maneira como as imagens têm se exposto atualmente e como isso configura os ambientes comunicativos. Com esta interrogação e a particular atenção às imagens presentes nos espaços urbanos, notou-se a existência de imagens que, ao contrário dos grandes apelos encontrados nestes locais, têm um tamanho bastante reduzido, mas que, de igual modo, se espalhavam em grande número, os *stickers*.

A constatação de que os *stickers* buscam intervir visualmente nas cidades – o que os faz serem inseridos no conjunto das “artes urbanas” –, não foi suficiente para sanar a indagação sobre a forma como influenciam as espacialidades, nem sobre os motivos que os levam a se propagarem de tal maneira. A suspeita de que haveria razões além das evidentemente propostas foi abastecida pela observação de que, geralmente, são fotografados logo após serem colados e em seguida são depositados em *websites*, onde também podem ser encontrados em abundância.

Essa coexistência suscitou a procura, em toda a trajetória dos *stickers*, pelos desdobramentos de sentidos neles contidos, encontrados também nas diversas aplicações que tiveram as imagens que os antecederam. Por esse motivo, esta pesquisa os aborda como fenômeno imagético e não somente como artístico,

embora esses elementos igualmente estejam presentes em suas exposições. Como se verá, mesmo sendo comumente tratados a partir de suas qualidades estéticas, os *stickers* se apresentam como junção de diversas influências que possuem papel determinante no modo como eles se exibem.

Sendo o foco desta pesquisa a comunicação dos *stickers*, é igualmente importante destacar que a preocupação principal está nas imagens. Ainda que a participação dos produtores, os stickeiros, seja primordial, pois afinal são eles que colam e fotografam, quando vão a público as imagens adquirem dinâmicas que superam os sentidos inicialmente pensados por quem as faz.

Por essa razão, este estudo compreende a relevância de se abordar a face luminosa das imagens, mas vê como necessário, e sendo seu principal objetivo, o olhar aprofundado também sobre sua face sombria (Baitello, 2005a), ou seja, no que não é revelado explicitamente em sua exposição, nos significados que se ocultam. Estes, ao indicarem os reais objetivos dos *stickers*, também os colocam em uma contextualização mais ampla, capaz de apontar de que forma se constitui atualmente esta cultura visual.

Por se tratar de um fenômeno recente – o *sticker* só é amplamente difundido a partir do início dos anos 90 –, a literatura que o aborda objetiva, principalmente, apresentar um panorama da sua diversidade presente nas principais cidades mundiais. Fora isso, esparsas foram as vezes que a mídia impressa tratou sobre suas ocupações. E, especificamente sobre a sua comunicação, foi encontrada somente uma pesquisa científica que se concentra mais no processo criativo e nas intenções de seus produtores. Por um lado, a dificuldade de encontrar referências fez com que se buscassem, em estudos análogos, análises que poderiam se aproximar dos *stickers*, para em seguida distingui-los; por outro lado, permitiu que esse trabalho cumprisse a função que se propôs, que é a de apresentar os múltiplos encaminhamentos dessa imagem e abrir possibilidades para futuros estudos.

Nesse sentido, no *primeiro capítulo* são mostrados por quais caminhos algumas ideias incidiram para que, posteriormente, resultassem no *sticker*. Nessa convergência, que abarca proposições artísticas, mas também midiáticas e transgressoras, há a presença de conceitos que abrangem as qualidades da

imagem no imaginário urbano, que procuram criar ambientes vinculadores nesses espaços, que resgatam suas funções a partir de uma apropriação estética, como os que aproveitam o espaço público enquanto local de distribuição massiva de mensagens.

Todas essas ações, realizadas muitas vezes concomitantemente, além de terem recriado significações para o contexto urbano, se assemelham pelo uso crescente de instrumentos que conseguem atingir uma grande quantidade de pessoas de forma cada vez mais veloz. Nesse contexto, ainda no primeiro capítulo, surge o *sticker*, respondendo a algumas dessas necessidades e procurando criar particulares intervenções no terreno da metrópole.

A partir destas ideias que procuram traçar o histórico e a produção dos *stickers*, o *segundo capítulo* aborda as maneiras como o *sticker* se expõe no espaço urbano, e quais fatores ele encontra que afetam sua comunicação. Por meio de suas curiosas figuras, o *sticker* tenta propor uma ressignificação visual nos espaços e nos modos como seus observadores irão percebê-lo. Em contrapartida, certas condições, determinadas pelo ritmo urbano e pela forma como a imagem se apresenta, criam barreiras para a total efetivação do seu objetivo.

Esse capítulo ainda verifica que duas dinâmicas são percebidas no *sticker*, uma enquanto imagem única e a outra quando se junta a outros *stickers*. A segunda, como efeito das situações encontradas, gera um outro aspecto à imagem. Por ser feito de materiais bastante efêmeros, o *sticker* tem uma curta durabilidade que, quando somado a outras imagens, provoca a formação de uma massa disforme e de difícil leitura. Nessas condições é que o *sticker* encontra seu fim enquanto intervenção urbana.

Atento à situação que acontece paralelamente, o *terceiro capítulo* analisa a imagem do *sticker* após ser fotografada e estar presente no ambiente virtual. O site Flickr, popular banco de imagens que concentra o acúmulo de registros de todo o mundo, foi escolhido, pois preenche as necessidades de investigação aqui propostas: as consequências comunicativas ocorridas com essa transição, a constituição da imagem, as possibilidades interativas e a oportunidade de verificar a visibilidade dessa imagem.

Nota-se que a procura por este meio se fundamenta na tentativa de continuar existindo, ou seja, continuar sendo vista, pois no espaço urbano esse intento não foi plenamente cumprido. Apesar das radicais transformações pelas quais passa a imagem, entre aparentes vantagens e desvantagens, constatou-se que em sua virtualidade também possui dificuldades em sustentar o número de visualizações.

Com o objetivo de encontrar as razões do porquê certas disposições se repetem nos dois ambientes – urbano e virtual –, o *quarto capítulo* procura concluir a averiguação do percurso do *sticker*, a partir da análise desses dois caminhos. Nesse exame, constata que o *sticker* se insere no contexto da exposição exacerbada pela qual passam as imagens atualmente e que, nessa dinâmica, seus próprios excessos acabam gerando deficiências em suas comunicações.

Nesse desenvolvimento, as observações se pautam em três fundamentos, utilizados aqui como principais eixos teóricos: a Teoria Sintética da Cultura, de Ivan Bystrina, com seus conceitos de “segunda realidade” e das imagens participantes dos sistemas culturais; a Teoria da Imagem Midiática, de Hans Belting, que evidencia novas qualidades expositivas das imagens e de que maneira se relacionam com seus observadores; a Teoria da Mídia, de Harry Pross, com os sintomas de “verticalismo”, a “economia de sinais” e a diferenciação das mídias, e as reflexões de Vilém Flusser, ao pensar a fenomenologia das imagens e de que forma elas são apropriadas culturalmente. Todas essas teorias também se encontram aprofundadas nos estudos de Norval Baitello Junior, principalmente nos conceitos de “iconofagia”, “entomização” e “crise de visibilidade” que compartilha com Dietmar Kamper. Por esse percurso, foi possível analisar a comunicabilidade dos *stickers* em seus diferentes estágios, constatar seus principais objetivos e elaborar os efeitos aos quais estão sujeitos quando estabelecem tal dinâmica.

Em suas específicas fases diversos outros autores sustentaram as respectivas análises, entre eles: Lucrecia Ferrara, em suas leituras sobre visualidade-visibilidade das imagens, comunicabilidade, temporalidade e espacialidade; Rose de Melo Rocha, sobre as imagens no espaço urbano e suas exposições vertiginosas; James Hillman, sobre o *anima mundi*; Marc Augé, sobre os

“não-lugares”; Eugênio Trivinho e Paul Virilio, com os estudos sobre a cibercultura; e Jean Baudrillard com o conceito de “simulação”.

Com os objetivos e as estruturas teóricas apresentadas, não se pretendeu esgotar o assunto, ao contrário. Ao se debruçar sobre os *stickers*, esta pesquisa espera abrir ainda mais a reflexão sobre tais imagens que ainda sofrem da falta de pesquisas aprofundadas e em suficiente quantidade, para que se possa entender realmente a complexidade desse fenômeno.

Por isso, embora seja encontrada uma grande quantidade de paralelos entre os *stickers* e seus antecedentes, cada uma dessas ligações requereria uma pesquisa específica, que poderá ser realizada futuramente; assim como os intrincados aspectos que relacionam os *stickers* com seus produtores, com suas especificidades culturais e sociais, e os motivos de sua produção.

Com a certeza de que muitas outras interpretações surgirão e que desvendarão outros detalhes não pertencentes ao foco desta pesquisa, é necessário reiterar que, por meio do viés escolhido, ou seja, da comunicação da imagem, o *sticker* indica se expor a partir dos percursos em seguida apresentados.

CAPÍTULO 1

O percurso de criação do *sticker*

A marca da permanente configuração visual pela qual passa o espaço urbano, além de o evidenciar como um local que abarca uma grande profusão de imagens, também denota que é nele que se manifesta a singular relação entre o homem e seu ambiente. Seu caráter expositivo o leva a ser palco para diversas trocas simbólicas que recorrem ao seu caráter público para se manifestarem. Isso se deve a duas características principais – por ser elemento formador da história do sujeito e também por ter uma natureza plástica (Silva, 2001) –, que juntas, criam um entorno repleto de projeções imagéticas.

Dessa forma, observá-lo, a partir das visualidades formadas e da simultaneidade de informações, significa compreender as imagens que ali habitam e de que maneira elas moldam a comunicação dos locais onde se inserem.

Dentre as imagens visuais produzidas, faz-se presente, desde o início da década de 90, uma manifestação denominada *sticker*. Encontrada principalmente nas megalópoles, este tipo de imagem tem específicos modos de se expor que são capazes de indicar as intencionalidades e as consequências de uma exacerbada exposição.

O termo *sticker*¹, derivado da língua inglesa, é geralmente empregado, nos países com esse idioma, para designar os adesivos autocolantes utilizados para fins de decoração, divulgação publicitária, campanhas eleitorais, etiquetas de aviso e identificação. Afixado em locais públicos ou privados, por colagem direta ou por decalque, possui facilidade de manuseio e produção que o torna uma ferramenta amplamente usada pela indústria gráfica.

O sentido da terminologia aqui trabalhada extrapola esses significados regionais e considera o *sticker*² como é atualmente conhecido: uma manifestação urbana que se difunde por meio de adesivos fixados em diversos locais das cidades. Adequação essa que se deve à forma como esta imagem se constituiu e à maneira como iniciou sua propagação.

Assim como o *graffiti*, o *stencil*, o lambe-lambe e mesmo o picho, o *sticker* é considerado uma manifestação inserida no conjunto das “artes urbanas”. Apesar disso, como se verá, ele também se caracteriza como uma imagem que vai além dessa denominação, ao receber influências tanto de movimentos artísticos antecedentes, como também do design gráfico e da publicidade. Isso o faz remontar à diversas formas de manifestação no espaço urbano, mesclando diferentes abordagens e propósitos.

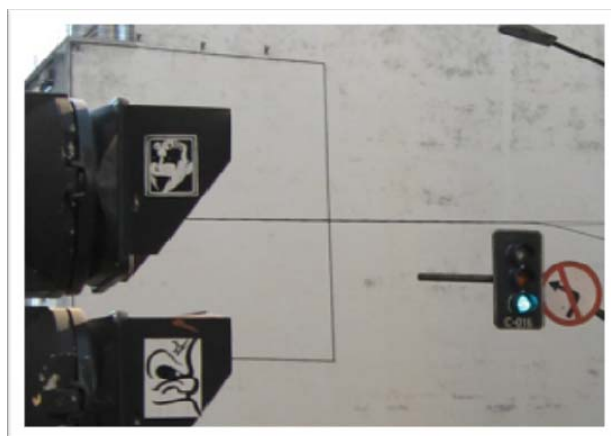


Figura 1. *Stickers* colados em sinalização da Rua Augusta, São Paulo-SP.
Fotografia do autor.

¹ O termo *sticker* é derivado do verbo *stick* que entre seus muitos significados se refere a transpassar, apunhalar, inserir, colocar, apegar, atolar, paralisar, persistir, intrigar e colar; e exerce, também, a função de substantivo na qual significa graveto, bastão ou bengala.

² Utiliza-se, aqui, o termo tal como é usado na maioria dos países. Onde se fala a língua inglesa esta manifestação é conhecida como *Street Sticker*.

Essas múltiplas referências podem ser observadas na própria falta de consenso, mesmo entre seus produtores, sobre o período em que surgiu. Embora possa ser percebida uma grande expansão na época citada, em todo decorrer do século XX encontram-se diversos usos de imagens e explorações das visualidades urbanas que poderão igualmente ser observados no *sticker*.

Por terem ocorrido de modo interligado e concomitante, essas linguagens guardam, em sua maioria, primeiramente, a intenção de propagar suas mensagens de forma massiva, para isso utilizando a facilidade de produção e divulgação. A partir da abordagem de suas variadas influências e especificidades é que começarão a se delinear os meandros da exposição do *sticker* e de sua atual comunicação.

1.1 A propagação das intervenções urbanas

A ação de divulgar mensagens que pudessem chegar ao maior número possível de pessoas, explorando algum tipo de estetização visual no ambiente, remete às primeiras incursões dos cartazes. Desde a invenção do tipo móvel por Johannes Gutenberg, no século XV, com maior aproveitamento a partir do século XIX, com a litografia e a efetiva popularização no século XX, os cartazes são utilizados tanto pela publicidade como pelos movimentos artísticos.

No segundo caso, há o uso desse tipo de linguagem com o fim de interferir visualmente no espaço urbano, intencionando um novo tipo de visualidade. Mas, já nos dois movimentos que primeiramente investiram suas atenções neste tipo de abordagem, Futurismo e Construtivismo, esta separação entre arte e publicidade se dilui.

Como exemplo, em 1929, Fortunato Depero declara em seu texto *Il Futurismo e l'arte pubblicitaria* que “a arte do futuro será inevitavelmente a arte publicitária” (apud Hollis, 2000: 40). Já no Construtivismo, por rejeitarem a unicidade da obra de arte como traço da sociedade burguesa, incentivavam a produção mecânica de imagens como forma de alastrar sua ideologia comunista (Hollis, 2000). Assim, em ambos, houve uma forte experimentação das intervenções gráficas, “os elementos

tipográficos são explorados à exaustão, assumem uma forma pictórica e se tornam recursos expressivos a partir de sua própria plasticidade, muitas vezes sobrepondo-se ao conteúdo do texto” (Villas-Boas, 1998: 43).

Em seguida, com o Dadaísmo, esse desenvolvimento tipográfico é utilizado com mais intensidade. Por meio de suas abordagens carregadas de ironia e singeleza, junto a uma suposta falta de sentido, o Dadaísmo – em especial sua vertente berlinense –, foi o mais radical dentre as vanguardas históricas. “Dadá-Berlim expande ainda mais a já rompida fronteira, o limite destruído por Zurique e define com isto a sua especificidade, diversa da de Zurique ou da de Dadá-Paris” (Baitello, 1993: 96). Essa específica corrente do Dadaísmo evidenciou-se, segundo Norval Baitello, pelo posicionamento político antiweimariano, a utilização da ação como obra artística, a infantilidade e a oralidade como constantes e o uso de veículos de comunicação de massa.

Nesses usos, além de terem publicado diversas revistas, exerceram também um papel importante o uso de “slogans, clichês, frases feitas e similares, divulgados por filipetas, papeletas, volantes e panfletos, distribuídos ou colados nos mais diversos lugares” (Baitello, 1993: 76). Incluídas em suas ações, as colagens de papéis se espalhavam por Berlim com escritos como “Dadá está aí”, “Dadá vence” ou “Dadá, Dadá acima de tudo”, o que evidenciava o ludismo infantil das duas sílabas “da da”. Essa sonoridade, segundo Dietmar Elger (1999), era sinal de:

[...] un digna representación de su nihilismo y de su rechazo frente a las convenciones burguesas y el belicismo de la clase política. Por su expresiva sonoridad y su completa carencia de significado, el término parecía el grito de guerra ideal en la lucha contra las tradiciones literarias y artísticas, así como contra la sumisión a la armonía de la composición, la teoría del color y el metro y la rima (Elger, 1999: 11).

De acordo com Walter Benjamin, essas manifestações “asseguravam uma *distração* intensa”³ e cumpriam com a exigência de “suscitar a indignação pública” (1994: 191). Notabiliza-se, nesse sentido, a contribuição do Dadaísmo no que se refere ao pensar nas qualidades das imagens e no modo como seus usos podem

³ Grifo do autor.

proporcionar diversos tipos de reações, sobretudo quando exploradas em espaços coletivos como o urbano.



Figura 2. Imagem dadaísta utilizada nas intervenções urbanas.

As ações dadaístas foram determinantes aos movimentos artísticos posteriores, principalmente no que se refere à exploração estética, ao uso da mídia e ao questionamento da relação entre produção, ambientação e comunicação das obras. O uso do espaço urbano como local propício para se pensar a sociabilidade e a criação de novas visualidades é algo que foi amplamente aproveitado pelas manifestações subseqüentes. Nessas, verifica-se a preocupação com a reambientação desses espaços e com o uso de imagens que intencionavam construir algum tipo de alternativa visual. Cada qual ao seu modo, ganharam notoriedade pelas inovações realizadas e pela forma como influenciam, até hoje, as diferentes abordagens urbanas.

Dentre as diversas iniciativas, destaca-se por sua inventividade em aliar visualidade e proposição urbana, por exemplo, o COBRA. Movimento artístico criado na Holanda em 1948, tem seu nome derivado das cidades de origem de seus membros: Copenhague, Bruxelas, Amsterdã. Embora tenha ganhado destaque também por sua produção artística, notadamente pelo expressionismo figurativo, o grupo igualmente elaborou um projeto de criação de um novo ambiente urbano que iria em oposição à arquitetura estabelecida. Michel Colle, em artigo publicado no primeiro número da revista *Cobra*, declara que:

[...] edifícios não precisam ser esquálidos ou anônimos nem devem mostrar-se como peças de museu; em vez disso, devem unir-se uns aos outros, integrando-se ao ambiente para criar 'cidades' sintetizadas para um novo mundo socialista. (apud Home, 2004: 25).

A crítica ao funcionalismo urbano, aliada ao ideal socialista, estimulou diversos grupos a repensar os pressupostos arquitetônicos do pós-guerra europeu. Incluindo o COBRA e, posteriormente, a Associação Psicogeográfica de Londres, o MIBI (Movimento Internacional por uma Bauhaus Imaginista) e a Internacional Letrista, todos compartilhavam o ideal de busca de uma nova espacialidade, que incluía a superação da arte instituída e a fuga da espetacularização da vida cotidiana.

Conceitos como *psicogeografia*, *urbanismo unitário* e *deriva*⁴, apesar de terem ganhado evidência somente por intermédio da Internacional Situacionista⁵, foram essenciais para a consolidação desses grupos. A transformação contínua do espaço urbano, utilizando o urbanismo e arquitetura como instrumentos de revolução, era buscada através da criação de *situações*, que seriam ambientações momentâneas que transformariam o modo como a vida cotidiana é apreendida. Para isso, se valiam de artes e técnicas como instrumentos que contribuem para a composição integral do ambiente e para a ressensibilização do espaço vivido (Jacques, 2003).

A junção das práticas realizadas no espaço urbano com o uso consciente dos meios de comunicação de massa inauguraram sucessivos movimentos que repensaram esses meios, seja os absorvendo em suas linguagens, seja os subvertendo. Foi a época dos *happenings*, e o grupo Fluxus foi um de seus

⁴ O “método da deriva” será melhor abordado no segundo capítulo do presente trabalho.

⁵ Stewart Home (2004) esclarece, em dois momentos de sua obra, a simultaneidade dos movimentos. O “urbanismo unitário”, por exemplo, oficialmente criado pelo pintor Constant, tem sua origem posta em dúvida pela provável criação do termo por parte da Internacional Letrista, em 1956. Em outra passagem o autor conta que o principal texto sobre a cidade da Internacional Letrista, de autoria de Ivan Chtecheglov, “Fórmula para uma nova cidade” (1953), só foi publicado cinco anos depois, no primeiro número da revista *Internationale Situationiste*, evidenciando que os próprios membros desses grupos transitavam entre um e outro continuamente.

principais expoentes⁶.

Tendo marcado a produção cultural nas décadas de 60 e 70, o Fluxus era um coletivo de artistas que buscavam ampliar a livre expressão se opondo ao mercado da arte e à burguesia. Com a utilização de meios tecnológicos e reprodutíveis em suas obras, procuravam inserir a arte no cotidiano das pessoas por meio de sua desconstrução. Isso estimulava “o desejo de dirigir materiais e capacidades humanas desperdiçadas a objetivos construtivos, como as artes aplicadas: design industrial, jornalismo, arquitetura, artes gráficas e hipográficas, publicação, etc.,” (Home, 2004: 90).

Influenciada diretamente pelo Fluxus, a *Mail Art* também cumpriu papel importante no mundo das artes ao usar abundantemente as fotocopiadoras como forma de propagar suas produções. Os temas da unicidade da obra e da relação entre propriedade autoral eram questionados com o uso indiscriminado do serviço postal, que permitia que as imagens tivessem um grande alcance.

Essa possibilidade de produzir as obras a partir da facilidade dos instrumentos de reprodução ficou evidente mesmo em movimentos que se definem contra qualquer tipo de mídia, como é o caso do Punk que, surgido na década de 70, divulgou massivamente sua ideologia por intermédio da moda, da música e de centenas de publicações, tendo como principal lema o “faça-você-mesmo” (Burkeman; Locascio, 2010). As fanzines, como eram chamadas suas revistas, “usavam imagens e letras arrancadas de jornais populares, textos escritos à mão e à máquina de escrever, imagens prontas, tudo colado junto para produzir um original que era reproduzido por meio da litografia ou fotocópia” (Hollis, 2000: 208). Essas colagens com temáticas transgressivas também eram espalhadas pelas ruas das cidades, enfatizando a necessidade de se ocupar esses locais e alertar a população quanto à opressão capitalista (Home, 2004; Bivar, 2001).

No Brasil, em relação às experimentações urbanas, destacam-se os trabalhos

⁶ A designação de *happening* aqui utilizada, embora considere que suas primeiras experimentações aconteceram desde o Futurismo, e também com o Dadaísmo e o Surrealismo, se fundamenta nos estudos de Renato Cohen (2007), Jorge Glusberg (2008) e Roselee Goldberg (2006). Tais estudos denotam a importância das realizações anteriores, mas veem que é a partir das décadas de 60 e 70 que este movimento consegue conglomerar as diversas áreas artísticas, o que o faz pertencer a uma corrente de pensamento artístico mais ampla, a *Live Art*, na qual eram incluídas também a *Performance*, a *Body Art* e a *Action Painting*, principalmente.

de Flávio de Carvalho e, posteriormente, de Hélio Oiticica. Carvalho, arquiteto e artista plástico, em 1931, causou alvoroço nas ruas de São Paulo com a *Experiência nº2*, ao andar na direção oposta a uma procissão de *Corpus Christi* usando uma espécie de chapéu cobrindo a cabeça; e com a *Experiência nº3*, em 1956, ao desfilar pelas ruas usando um saiotê, uma blusa de náilon e um chapéu transparente – traje típico para um homem normal em pleno verão, segundo ele (Leite, 2008). Já Oiticica buscava, no *Delírio Ambulatorium*, uma ação urbana que sintetizasse a redescoberta da experiência de andar pelas ruas (Braga, 2008). Em ambos os casos, a construção da imagem e sua relação com a metrópole davam-se por meio do próprio corpo do artista.



Figura 3. Flávio de Carvalho com o traje *New Look* na Experiência n.3, em 1956.

Inseridos no campo das artes, todos os sujeitos e movimentos citados⁷ participaram de diferentes maneiras na construção de novos enfoques para se ver a

⁷ Embora tenham sido apresentados os principais grupos que colaboram para a abordagem desse trabalho, não se pode deixar de citar outros que tiveram igual importância no contexto colocado, são eles: Krzysztof, Wodiczko, Daniel Buren, Gordon Matta-Clark e Dan Graham.

cidade como local de investigações artísticas e sensoriais. Para isso, utilizaram de modo bastante criativo todos os instrumentos dos quais tinham acesso, e isso inclui o amplo material também utilizado pelos meios de comunicação de massa, como cartazes, manifestos e revistas.

Assim, nota-se que, como destaca Stewart Home (2004), embora em sua grande maioria esses movimentos apresentem clara oposição ao capitalismo consumista, eles próprios derivam desse mesmo modelo de sociedade. Isto agrega às suas produções o conceito de inovação, baseado na superação planejada, e, igualmente, o uso de recursos massivos, que juntos acabam moldando a maneira como se apresentam.

1.2 Os apelos do cartaz

Este conceito de inovação, útil a quem precisa renovar constantemente seu repertório comunicativo, passa a ser usado à exaustão também pelo design e pela publicidade no decorrer de todo século XX. Segundo Rafael Denis (2000), essa expansão das linguagens comerciais deve-se à crescente demanda do público consumidor, que se aglomerava massivamente nas grandes cidades, e ainda à disponibilidade técnica da indústria gráfica que se desenvolvia rapidamente desde o século XIX. Em especial, a tipografia, o invento da etiqueta por R. Stanton Avery, em 1935 (Walde, 2007), e a grande expansão proporcionada pela impressão Offset, na década de 50, foram determinantes para suprir a necessidade de uma comunicação capaz de atingir o maior número de pessoas de maneira “imediate, chamativa, convincente e de aplicação rápida, barata e massiva” (Villas-Boas, 1998: 26).

Nesse contexto, o cartaz passa a ser o principal meio utilizado para atingir esses fins. Espalhado pelos espaços de grande circulação de pessoas, o cartaz cumpre, segundo Abraham Moles, seis funções: informação, sedução, educação, ambiência, criadora e estética, que denotam a importância que adquiriu em seus primeiros usos. Ao contrário do rádio e da televisão, tais funções se revelam com a medida de abrangência dessas peças, que se dá por meio do valor de “tantas

pessoas convencidas por *tantas* cópias de cartazes, ou *tanto* de gastos publicitários”⁸ (Moles, 1974: 46).

Além de informar o consumidor sobre o produto oferecido, o cartaz precisa persuadi-lo de forma rápida e eficaz. Ao receber influências dos diversos movimentos artísticos, mas diferenciando-se quanto aos objetivos, diminui gradativamente o uso do texto ao valorizar a força da imagem.

O cartaz comercial se revela de início pela sua força de atração. A cor desempenha um papel essencial, mas não exclusivo. A atração se baseia na simplicidade de uma mensagem de traços nitidamente recortados, unindo um apelo de marca, uma evocação e uma figuração. É por intermédio dessas mensagens, alicerçadas nos impulsos fundamentais do indivíduo, gulodice, honra do lar, erotismo, que a civilização do cartaz constrói uma cultura visual sobre os muros da cidade. É todo o problema de uma linguagem visual inteligível (Moles, 1974: 29).

Nessa visualidade, a capacidade de apelação se envolve com a disputa constante das imagens pelos olhares rápidos dos transeuntes. Com isso, disputam a atenção ao estimularem o desejo e por repetirem constantemente a mesma mensagem (Moles, 1974). A dialética desses anúncios, ainda segundo o autor, é de propor um jogo visual, em que a imagem tenta argumentar por meio da sua capacidade de sedução.

O papel desempenhado pelo design gráfico e a grande abrangência comunicativa dos cartazes foram também aproveitados para fins além dos comerciais. Nos diversos conflitos bélicos que marcaram todo o século XX, o cartaz serviu como ferramenta para convencer a população a apoiar e participar das investidas armamentistas dos diversos governos (Hollis, 2000).

Esses diversos usos revelam o alto poder comunicativo que essas imagens tiveram ao conseguir sintetizar mensagens, ideais e valores correspondentes às necessidades daquela sociedade. Suas correlações entre as artes e os objetivos comerciais produziram uma cultura visual que configurou significativamente o ambiente imagético do espaço urbano. Mas, como destacou Jean Baudrillard (1979), nessa funcionalidade feita para ser decodificada, os efeitos são esgotados assim

⁸ Grifo do autor.

que são aprendidos, o que denota a efemeridade comunicativa implícita em suas exposições.

1.3 Imagens nos muros, inscrições de posse

O potencial comunicativo do espaço urbano, além de ser explorado como instrumento das artes e da propaganda, revelou-se também um terreno fértil para a divulgação de diversas outras ideias. Seu caráter público o configura como um “espaço de escritura em que várias parcelas da sociedade vão deixando suas marcas” (Oliveira, 2009: 511). Segundo Rose de Melo Rocha (1992), nessa relação que se cria entre o indivíduo e o espaço é que se articula o papel social do homem e a forma como ele se relaciona com a realidade.

Ao servir como espaço de memória, é continuamente usado para legitimar a ocupação de diversos movimentos que inscrevem suas declarações de inserção e protesto. Já no início do século XX, Walter Benjamin havia destacado que a dinâmica da escrita restringida à “arcaica quietude do livro” (1995: 28), estaria começando a levantar-se. Nestas ações, as reivindicações sociais puderam ser expostas angariando apoio massivo das populações contra as mais diversas formas de opressão e contrariedades políticas.

Em um dos exemplos com maior força e notoriedade do século XX, estão os eventos ocorridos em maio de 1968, na França. Os seus gritos de protesto, que abalaram com agressividade a “estética e a ética culturais” (Morin, 2009a: 94), representaram uma renovação no uso dos espaços. Com frases como: “A imaginação toma o poder” e “Há um método em sua loucura” (Costa, 2000: 22), espalhadas pela cidade, se definiram novas possibilidades de ocupação desses espaços. Essas inscrições tornaram-se uma “intervenção simbólica de forte aceitação e repercussão, como parte de uma estratégia global de contestação política e guerrilha sígnica” (Rocha, 1992: 90).

Igualmente inseridas neste mesmo contexto global, estão as revoltas contra a guerra do Vietnã e as várias lutas contra ditaduras regionais. Nessas diversas

ocorrências, foram equivalentes entre si a denominação “contracultura” (Canevacci, 2005: 14) ou cultura “underground” (Hollis, 2000: 197). Independentes de suas razões específicas, nesses movimentos se compartilhava a oposição radical contra a cultura dominante que, segundo Edgar Morin, caracterizava-se como uma atitude “hipercomplexa”, isto é, “uma organização em que a hierarquia, a especialização, a centralização se apagam em proveito da interconexão, das polivalências, do policentrismo” (2009a: 131).

Tanto por meio das inscrições quanto pelas próprias atitudes, essas manifestações encontraram no espaço urbano um palco propício para realizar suas transformações libertárias. Diante disso, o espaço coletivo simboliza o lugar da livre expressão e tem na juventude os principais sujeitos de suas ações.

Ao se apropriarem simbolicamente dos espaços urbanos, esses jovens os transformam dando a eles novo status no cotidiano da metrópole: de lugares de passagem e pouco propícios às construções identitárias e às relações grupais, passam a ser territórios recheados de afetividade, memórias, relações e identidades. (Borelli;Oliveira, 2008: 126).

Com a participação dos jovens, o espaço urbano torna-se ainda mais complexificado. Inserem-se assim, como destaca Georg Simmel, em uma intensa interação com o “fluxo constante de pessoas, veículos, informações, imagens” (1973: 13).

Ao serem utilizados pelos jovens, para expressarem suas diversidades e seus conflitos, os locais tornam-se “lugares meus” (Borelli; Rocha; Oliveira, 2009: 17), onde pode ser expressa uma “experiência temporal tipicamente juvenil”, que faz deles protagonistas de uma nova relação estética com a metrópole.

A apropriação do espaço público em favor das representações pessoais, principalmente tendo a juventude como protagonista, gerou uma linguagem que configura significativamente as cidades até os dias de hoje, o *graffiti*. Ao formar “espaços de representação” (Harvey, 2005), o *graffiti* se evidencia como uma forma de luta e debate ideológico, por meio de denúncias sociais e políticas (Martin-Barbero, 1998), um “texto de resistência” (Certeau, 2000) que funciona como

contraponto lúdico ao fluxo de circulação do ritmo urbano.

Mediante diferentes experimentações visuais com tintas, sprays e pincéis, o *graffiti* se conjuga com inúmeras linguagens artísticas. Apesar de, por isso, ser inserido no contexto das artes, carrega em sua definição contradições e interpretações diversas, originárias tanto da forma como se manifesta como de sua própria terminologia. Riout vê uma dubiedade marcante, que remete “a uma oscilação entre a escrita e o desenho, entre a imagem e o texto” (apud Goldgrub, 1998: 93). Por conta dessas variações, pode ser definido como:

[...] inscrições, pinturas e desenhos toscos traçados por pessoas geralmente não identificadas, em paredes, árvores e outras superfícies mais ou menos duras, utilizando lápis, carvão, tintas, estilete e outros objetos pontiagudos, com finalidade de transmitir mensagens aos transeuntes ou usuários dos locais em que se encontram gravados (Beltrão; Oliveira, 1996: 67).

Nessa definição, fica clara a abrangência que o termo carrega. Em sua origem, refere-se ao plural do italiano *graffito*, que significa rabisco, ranhura (Ganz; Manco, 2008), mas que remonta aos termos *graffio*, ou *graphium* do latim, que designa o instrumento utilizado para gravar letras em placas de cera. Tem sua raiz *graph* ligada aos termos *graphein* (grego) e *ghrebh* (indo-europeu), que significam escavar, bem como do alemão *graben*, que significa cavar⁹. Assim, todos os significados dizem respeito ao ato de arranhar, ou seja, à noção de um relevo material causado pelo registro feito em um suporte.

Seu passado arcaico que se origina nas inscrições entalhadas em suportes capazes de prolongar sua durabilidade, ilustra o costume humano de deixar rastros, autenticando suas presenças e registrando suas ideias, e que, como visto, se estende até hoje. Jean Baudrillard, ao analisar o *graffiti*, vê nesses registros a criação de territorialidades, em que “*esta rua, aquele muro, tal* quarteirão assume vida através deles, tornando-se território coletivo”¹⁰ (1979: 38). As grafias expostas revelam, assim, a memória dos espaços por meio das ocupações realizadas.

⁹ Informação fornecida por Norval Baitello Jr. em aula ministrada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, em 10 set. 2009

¹⁰ Grifo do autor.

Em suas primeiras manifestações, nas ruas de Nova York e da Filadélfia, em 1960 (Canclini, 2006; Walde, 2007; Ganz; Manco, 2008), a territorialização do *graffiti* se une a um contexto social mais amplo. Segundo Roaleno Costa (1994), tendo se instaurado uma crise social em Nova York decorrente de um rápido crescimento demográfico, as populações menos favorecidas, como os negros e hispânicos, passaram a ser excluídas nas periferias suburbanas. Esse fato gerou movimentos que lutavam pela reinserção dessas camadas sociais, como foi o caso do movimento negro, do *hip hop*, da ocupação do espaço urbano, e também do *graffiti* (Seno, 2010).

Nessas ocupações, adolescentes marcavam seus nomes ou pseudônimos em diversos lugares dessas cidades. Taki1983, um dos primeiros atuantes e que ganhou maior notoriedade, mas também Julio 204, Cat 161 e Cornbread, escreviam essas identificações com caneta em diversos lugares. Em suas inscrições, referiam-se ao número da rua onde moravam, denotando claramente sua função territorial (Rocha, 1992), mas que ficava compreensível somente a quem entendia esse código.

Denominadas como *tags*, essas assinaturas logo ganharam evidência. Em 21 de julho de 1971, o jornal *The New York Times* produziu uma reportagem sobre elas, que levou essa prática a se ampliar muito mais por toda a cidade, adquirindo cada vez mais adeptos. Entretanto, como apontam Walde (2007) e Silveira Jr. (1991), com a conseqüente saturação das *tags*, “ia ficando cada vez mais difícil haver um impacto e ganhar reconhecimento, e como resultado os nomes logo se transformaram em gigantes, fotos coloridas”¹¹ (Walde, 2007: 24).

Por conta do excesso, as estilizadas assinaturas se ampliaram, ganharam volume e tornaram-se grandes imagens que passaram a ocupar os muros e as laterais dos vagões de trens (Cooper; Chalfant, 1991). Como afirmam Ganz e Manco, até meados dos anos 80 “não havia um único trem que não tivesse sido pintado com sprays, de cima a baixo, pelo menos uma vez” (2008: 9). Com a expansão dos *graffitis*, Nova York ganhou reconhecimento internacional e passou a

¹¹ Texto original: *it became increasingly difficult to make an impact and gain recognition, and as result names soon developed into giant, colorful pictures.*

influenciar as inúmeras produções que aconteciam em diferentes países.



Figura 4. *Graffiti* no Brooklyn em Nova York.

Outro polo de original produção do *graffiti* é a cidade de São Paulo. Segundo Arthur Lara (1996), a influência nova-iorquina é determinante no que passa a ser feito na cidade. Mas no caso paulistano, há uma significativa adaptação e transformação dessas imagens, que conseguem abarcar outras variadas influências mundiais, possibilitando que esses *graffitis* também sejam igualmente reconhecidos internacionalmente.

Em São Paulo, os precursores do *graffiti* começaram a se manifestar somente no final da década de 70. As inscrições enigmáticas, como *Cão Fila km 26*, *Celacanto provoca maremoto* e *Gonha Mo Breu* (Rocha, 1992; Silveira Jr., 1991), causaram verdadeiro impacto e enorme curiosidade sobre quem eram os produtores e quais seus objetivos. Já as grandes imagens só começaram a aparecer posteriormente, e podem ser divididas, segundo Lara (1996), em três possíveis gerações.

Na primeira delas, os artistas plásticos viam o *graffiti* como uma forma de expressão, o que os leva, logo depois, a se unir aos universitários, formando a segunda geração. Nesses dois momentos, destacam-se os grafiteiros Alex Vallauri, o

grupo Tupi-não-dá, Rui Amaral, Waldemar Zaideles, Carlos Matuck e Hudinilson Junior, considerados os pioneiros das imagens paulistanas.

Já a terceira geração, com alto teor social, é marcada pela influência da cultura periférica da cidade, como o movimento *hip hop*. Estendida até a década de 90, seus principais personagens são: Os Gêmeos, Speto, Rooney, Onesto, Bad, Def Kif, Zelão, Guerra das Cores, Tota, Bonga, Kase, Vitché, Marrom, Binho, Herbert, Tinho e Rip (Franco, 2009).

A notoriedade conseguida pelos *graffitis* paulistanos e nova-iorquinos deve-se, além da enorme criatividade no uso das cores e imagens, pela capacidade de expansão que tiveram e pelo modo como reconfiguraram o espaço urbano. A paisagem repleta de imagens deixa de ter somente a característica de um lugar meu, e sim, criam-se “zonas autônomas temporárias”¹² (Nguyen; Mackenzie, 2010: 229) capazes de formar uma nova ambientação na cidade. “É um meio sincrético e transcultural”, informa Canclini, “[...] um modo marginal desinstitucionalizado, efêmero, de assumir as novas relações entre o privado e o público, entre a vida cotidiana e a política” (2006: 339).

A relação que se cria entre a imagem e o entorno urbano não se dá, ao contrário do que possa parecer, de forma caótica e desorganizada. Faz parte do processo de produção a seleção cuidadosa sobre onde a imagem vai se inserir. Segundo Goldgrub (1998), o local geralmente deve possibilitar a ampliação da comunicação da imagem. Por esta razão, são considerados os tamanhos das imagens, pois proporcionam uma “percepção instantânea e de pronta legibilidade” (Campos, 1989:49), e a busca por lugares complexos, de difícil alcance para se pintar.

O grafiteiro cumpre a função de um performance urbano que descobre possibilidades de interferência na arquitetura, e vê o espaço como uma tela em branco, pronta para as investidas não solicitadas. Dessa relação, nasce um exercício erótico, que faz “dos muros e pedaços de muros da cidade, ou das rotas de metrô ou de ônibus, um corpo, um corpo sem fim nem começo, inteiramente erogeneizado pela escritura, exatamente como o corpo pode sê-lo na inscrição primitiva da

¹² Texto original: *temporary autonomous zones*.

tatuagem” (Baudrillard, 1979: 40).

Nesse tipo de ocupação, que além de gerar uma singularização do espaço urbano, promove-se uma espécie de guerrilha, suficiente para “desfazer a ordem dos signos” (Baudrillard, 1979: 39). Nas “logomarcas lúdicas” (Campos, 1989: 82) que o *graffiti* produz está o afrontamento à funcionalidade instituída nesses espaços. Nesse vazio de significado se encontra a força dessa imagem (Baudrillard, 1979).

Força essa, que por interferir na visualidade programada das cidades, torna-se proibida pelos órgãos municipais desde a década de 80, o que resulta na repressão cada vez mais intensa a seus produtores (Ganz; Manco, 2008; Walde, 2007). Mas, apesar das primeiras leis tentarem coibir essa prática, inicialmente tiveram efeito contrário ao esperado estimulando ainda mais as produções, pois:

[...] proibição e transgressão correspondem a dois movimentos contraditórios, mas simultâneos [...] A proibição instaura o fascínio de sua transgressão. Ou mais: a proibição existe para ser violada, já que não há proibição que não possa ser transgredida. A proibição não significa necessariamente a sua abstenção, mas a sua prática sob a forma de transgressão (Barbosa, 1986: 35)

Entretanto, aos poucos, com a criminalização crescente dos grafiteiros, as leis se transformam em mais um obstáculo para eles. Além de buscar a visibilidade da imagem, tiveram que se preocupar em produzir as imagens mais rapidamente. Segundo Rocha (1992), passam a assimilar a cultura da velocidade e da violência em suas produções.

Correspondente do *graffiti* pelo princípio da transgressão e pelos materiais usados, a pichação é outro tipo de linguagem muito presente nas grandes metrópoles, principalmente em São Paulo¹³. Com fortes críticas às maneiras como o *graffiti* se popularizou, a pichação também surge como resposta a essa necessidade de se produzir inscrições mais rapidamente.

¹³ O destaque dado a São Paulo neste caso, embora a pichação possa ser encontrada atualmente em várias outras cidades, é porque ali se desenvolveu singularidades no modo como é produzida, o que inclui uma grande originalidade na grafia criada. Ver Chastanet, 2007.



Figura 5. Pichação encontrada na Avenida do Estado, São Paulo-SP. Fotografia do autor.

Recorrendo à *tag*, possui um caráter mais ofensivo e desafiador do que o *graffiti*¹⁴, pois é marcada em lugares de quase impossível acesso dos grandes arranha-céus. Sua escrita é ágil e se reserva ao entendimento de quem saiba lê-la, “não é escrever sobre espaços de escrita já existentes, e sim inventar novos espaços, uma escrita para ser lida no contexto, e não compreendida” (Goldgrub, 1998: 100). A alta periculosidade das ações as força a ser feitas de modo rápido, constituindo verdadeiras artimanhas corporais de quem as produz, “é como se dissessem, não esqueçam que temos corpo” (Goldgrub, 1998: 100).

Se une à sua criminalização o fato dos pichadores serem em sua maioria das regiões periféricas de São Paulo, o que leva a existir uma repressão ainda mais intensa que inclui casos sucessivos de espancamento e assassinato dos participantes, por parte das forças de segurança pública.

A necessidade de se adaptar à maior rapidez de produção provoca a busca por novas alternativas de métodos e materiais, a fim de facilitar esse tipo de abordagem. O *stencil* e o lambe-lambe, por exemplo, inserem-se nesse tipo de

¹⁴ Não sendo o foco deste trabalho, a diferenciação entre graffiti e pichação não é consensual entre os autores que trabalham esse tema. Para melhor ilustrar estas ideias, sugere-se as seguintes pesquisas: Campos, 1989; Gitahy, 1999; Santos, 2009; Ramos, 2008; Goldgrub, 1998; Rocha, 1992; Lara, 1996.

procura.

O *stencil*, também conhecido como estencil-*graffiti* (Rocha, 1992), tem seu nome relacionado às produções serigráficas e às impressões feitas por mimeógrafo, e é bastante usado entre os produtores deste tipo de imagens urbanas, principalmente pela facilidade com que é produzido (Walde, 2007). Como o nome sugere, essa imagem é produzida com base em uma matriz – de papelão, plástico, transparência ou metal –, que é perfurada e colocada sobre diversos tipos de suporte e preenchida com spray. Seu produtor pode, assim, confeccionar o número de imagens que quiser, espalhando-as de modo rápido por diversas localidades. Dessa forma, consegue ultrapassar a efemeridade que um único *graffiti* pode ter quando exposto, e ainda ter uma produção em série de sua imagem, conseguindo sua notoriedade. “Quanto mais vezes o artista repete seu logotipo, mais prestígio e respeito ele ou ela vai ganhar dos outros artistas que pintam na rua” (Bou, 2006: 10)¹⁵.



Figura 6. *Stencil* encontrado em Curitiba – PR. Fotografia de Emmanuel Peixer.

Herdeiros dos cartazes publicitários, mas influenciados pelo *graffiti* (Bou, 2006), os lambe-lambes ou *poster-bombs* são cartazes colados nos espaços

¹⁵ Texto original: *The more times the artist repeats his or her logo, the more prestige and respect he or she will earn from the other artists who paint in the street.*

públicos. Geralmente produzidos em série por fotocopiadoras ou por técnica serigráfica, se propagam de forma semelhante a do *stencil*. O único empecilho para sua difusão é do produtor ter que andar com a cola caseira (mistura de farinha, açúcar e água) com alta capacidade de colagem, mas de difícil transporte, o que pode denotar mais facilmente quem cola tais peças.



Figura 7. Lambe-lambe encontrado em São Paulo-SP. Fotografia de Emmanuel Peixer.

Embora tenha sido necessário separar as diferentes imagens para ser possível encontrar suas especificidades visuais, é consensual, por parte dos diversos autores e produtores (Burkeman; Locascio, 2010; Ganz; Manco, 2008; Walde, 2007; Bou, 2006), a dificuldade que aparece ao empreender tal tarefa. Em sua maioria, essas práticas surgem e se desenvolvem concomitantemente, influenciando-se mutuamente ou até contando com os mesmos participantes que transitam continuamente entre um ou outro tipo.

O que se verifica é que essas linguagens se adaptaram às necessidades que foram surgindo “de acordo com o processo de evolução e declínio deste espaço urbano, social e cultural em que vivemos” (Rocha, 1992: 209). Por essa razão, é comum encontrar a inclusão de todas em um mesmo termo: *graffiti* ou *pós-graffiti* (Burkeman; Locascio, 2010; Ganz; Manco, 2008; Walde, 2007; Bou, 2006). Denominadas dessa forma, unem-se pelo mesmo objetivo de intervenção visual e,

segundo Bou (2006), também pelo princípio de ilegalidade.

Entretanto, nota-se que além do caráter transgressivo, modificam-se também porque seguem um fluxo de produção baseado na otimização do tempo e na facilidade de propagação. Como saída encontrada para essa necessidade, surge, em sua forma mais recente, o *sticker*.

1.4 *Sticker* como resultado

Diante das severas repressões que sempre acompanharam a produção do *graffiti*, os produtores encontram, em 1960, uma solução criativa capaz de ironizar as leis proibitivas. Aproveitando o adesivo “Hello, my name is...”, usado nos grupos de discussão para incentivar os participantes a se conhecerem, assinavam seus nomes e colavam milhares dessas peças por Nova York (Burkeman; Locascio, 2010; Walde, 2007). Essa investida passa a ser considerada a primeira manifestação de *sticker*.

Seguindo esta inusitada ação, outras esparsas manifestações apareceram, como por exemplo: o Suicide Club, em São Francisco, fazendo colagens em cima de anúncios publicitários, em 1970; e Dan Witz, em 1980, que colava a imagem de um beija-flor em diversos lugares. Mas foi somente em 1984, que o *sticker* ganhou notoriedade e passou a ser utilizado mais comumente.

Influenciado pelos adesivos de bandas de punk rock, que eram colados nos instrumentos musicais, o então estudante de designer gráfico Shepard Fairey¹⁶ elaborou uma estilizada imagem inspirada no campeão de luta livre norte-americano Andre Roussimoff, em que constava a imagem desse esportista com algumas informações chamativas, que em seguida foram substituídas por uma única palavra: “Obey” (Walde, 2007: 38).

¹⁶ Em toda a bibliografia pesquisada e também em declarações encontradas na *Web*, é consensual a atribuição a Fairey sobre a evidência conseguida com o *sticker* a partir de então. Como Fairey atualmente é um conhecido designer gráfico, as opiniões que descredibilizam sua importância nesse cenário se devem, majoritariamente, às críticas em relação à comercialização que faz de seu trabalho.

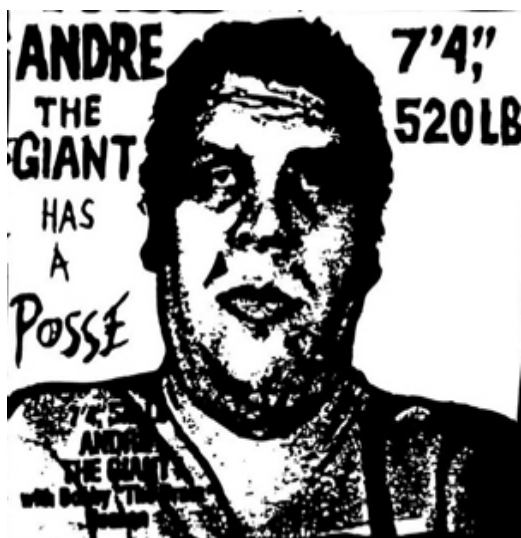


Figura 8. Primeira imagem do Obey.

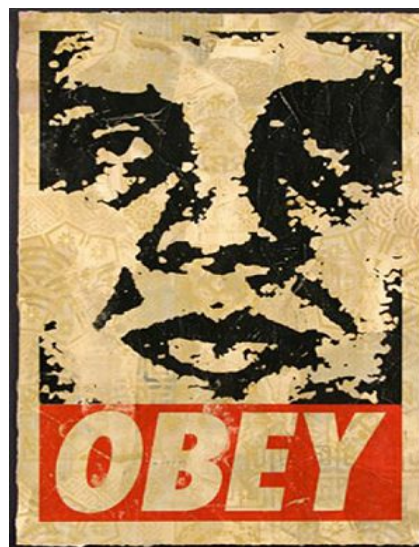


Figura 9. Obey que mais se popularizou.

Colados aleatoriamente pelas ruas de Rhode Island, esses *stickers* logo começaram a intrigar os habitantes, levando os jornais a publicarem campanhas pra saber quem era seu produtor e quais razões existiam para tal imagem ser produzida. Ao perceber a repercussão de sua obra, Fairey a enviou para conhecidos de diversas outras cidades. Isso permitiu que o *sticker* estivesse em pouco tempo disseminado por diversos locais, causando uma enorme comoção intitulada como campanha *Obey*¹⁷. Desse momento em diante, os *stickers* se tornam cada vez mais populares, por suas inusitadas e curiosas aparições, e por serem uma alternativa de fácil aplicação.

Sua popularização contribuiu para a formação, entre seus produtores – os stickeiros –, de um público bastante heterogêneo. Em uma das raras citações do *sticker* na mídia brasileira, especula-se que os stickeiros tenham entre 20 e 45 anos (Piza, 2008), já Walde (2007) estima entre 20 e 35 anos. Essa abrangência, que também inclui os adolescentes, pode denotar que o *sticker* deriva de um movimento tipicamente juvenil.

É evidente que há muitas diferenças culturais de um extremo ao outro dessas idades, mas, neste caso, o termo “jovem” se insere na compreensão de Massimo Canevacci de que, atualmente, “as distinções modernas entre as faixas etárias não

¹⁷ Fairey, Shepard. [<http://obeygiant.com/about>] Acesso 05 ago. 2010.

funcionam mais” (2005:36). Neste sentido, o jovem não é somente definido por sua idade, mas também por sua atitude, um “espírito de descoberta [...] de uma vida preenchida sempre com atividades novas e desafiadoras”, de acordo com Norval Baitello (2005a:27) sobre a face luminosa da juvenilização.

A dinâmica da juventude, que, no caso do stickeiro, é marcada pelo papel que este exerce na intervenção visual das cidades, também se define pelas variadas influências que possui. Segundo Edgar Morin:

Esta cultura adolescente-juvenil é ambivalente. Ela participa da cultura de massas que é a do conjunto da sociedade, e ao mesmo tempo procura diferenciar-se. Ela está economicamente integrada na indústria cultural, capitalista, que funciona segundo a lei do mercado. E é, pois, um ramo de um sistema de produção-distribuição-consumo que funciona para toda a sociedade, levando a juventude a consumir produtos materiais e produtos espirituais, incentivando os valores de modernidade, felicidade, lazer, amor, etc. (Morin, 2009a: 139).

Estimulados por referências midiáticas, os *stickers* produzidos remetem a animais, vilões, heróis, celebridades, personagens de quadrinhos e retratos de artistas e políticos, principalmente. Mas, ao contrário de se aproximarem da *pop art* ao trabalharem estes temas, assemelham-se mais aos trabalhos inventivos do *avant-pop*. De acordo com McCaffery (1993), neste movimento, é comum usar as imagens da *pop art* junto à desconstrução desses emblemas, que são criativamente trabalhados para servirem de crítica à própria cultura de massa.



Figura 10. *Stickers* encontrados na Rua Alameda Santos, São Paulo-SP. Fotografia do autor.

Ao criarem uma imagem que reverte a função da imagem de referência, criticam a forma como estas imagens têm se disseminado (Combs, 2007). Elaboram, assim, segundo Manco (2005), “anti-logos” que, por meio do humor e da descontração, usam a própria indústria para “serem projetados na realidade como um grito, como interjeição, como antidiscurso, como recusa de toda elaboração sintática, poética, política, como o menor elemento radical incapturável por qualquer discurso organizado” (Baudrillard, 1979: 37).

Entretanto, o uso de temas amplamente divulgados pela indústria cultural dá ao *sticker*, ao contrário do *graffiti*, uma homogeneidade imagética. No *graffiti*, o uso de cores, traços e formas singularizavam culturalmente a imagem, como por exemplo, as diferenças existentes entre as produções brasileiras e as norte-americanas. Já com o *sticker*, raramente é possível localizar geograficamente onde ele foi produzido.

Inicialmente vinculados ao design gráfico, os stickeiros também agregam à produção elementos dessa área. Por ser produzido antes da sua distribuição, com softwares de edição de imagem, pode ser elaborado com maior cuidado, trabalhando “questões técnico-conceituais como cromia, relação figura-fundo, legibilidade, acuidade visual, contrastes visuais formais e cromáticos, movimento, ritmo” (Dias, 2007: 24).

Após essa composição, é impresso usando a técnica serigráfica na qual, ao contrário do *stencil* – matriz de tal técnica –, a própria imagem que é resultante do processo. Nesse tipo de produção facilitada, podem ser geradas quantas imagens o stickeiro quiser, o que torna comum encontrar os mesmos *stickers* em diversos lugares.

O aspecto resultante dessas etapas de impressão, produção e referências confere ao *sticker* uma visualidade singular. Um caráter *nonsense* se soma aos locais inusitados em que é afixado, pois, por ter um tamanho reduzido, que não passa da largura da palma da mão, é colado, em vez de em grandes muros, em placas de sinalização, postes, caixas de telefone, telefones públicos, bancos, ou qualquer outro lugar que possa causar surpresa para quem o olha.

Ao ser amplamente espalhado pela cidade, busca, segundo o coletivo Shn¹⁸, “atingir o maior número de pessoas”, esperando que as pessoas tentem entender o sentido da imagem, inferindo suas próprias interpretações (Walde, 2007).

Sua disseminação, marcada pela mobilidade e fácil reprodutibilidade, possibilita que o *sticker* consiga inúmeros adeptos, inclusive com a adesão dos que anteriormente produziam outros tipos de imagens, como é o caso de Stain&Scout, sediados em Nova York; Burglar, de Paris; Pisa 73, da Alemanha (Ganz; Manco, 2008).

Cooper e Chalfant (1991) declaram que é sempre necessário que surjam novas linguagens, mais atuais, que se adequem a novas situações que possam surgir. Já o grupo de designers Viagrafik, sediado na Alemanha, vê na rua o local propício para que ocorram essas reinvenções, que podem ser enriquecidas pela possibilidade da imagem ser melhor planejada, o que resulta em um trabalho mais bem acabado:

Com o tempo, agregamos outras influências e campos de interesse fora do mundo do grafite. Por meio do nosso trabalho com design gráfico, por exemplo, aprendemos várias maneiras de lidar com áreas como composição e o equilíbrio de superfícies e formas. Influenciados pela linguagem mais livre da forma, presente no design gráfico, tivemos novas ideias sobre composição de letras, sobre a ironia, como brincar com proporções, simplificar a forma original até o ponto de dissolver a letra, transformar formas e estilos tradicionais combinando-os com elementos até então estranhos, sobre a construção e a desconstrução, a provocação, espaços arrojados e vazios – é ao longo dessas linhas que trabalhamos hoje (Viagrafik in. Ganz; Manco, 2008: 303)

Ir ao espaço urbano com a imagem pronta, além de possibilitar maior tempo prévio de elaboração, soluciona um dos maiores problemas que acompanham tais atividades, a repressão do poder público. Em todos os países onde esse tipo de imagem se distribui há, como já citado, intensas proibições que consideram essas atividades como vandalismo, que deteriora os patrimônios públicos e privados. A saída encontrada é otimizar a produção das imagens, para conter os possíveis riscos aos quais o produtor se expõe.

¹⁸ A entrevista completa do coletivo de arte de rua Shn encontra-se no Anexo I.

Tower, um stickeiro de Berlim, conta que um dia foi repreendido por estar grafitando um muro e, para não mais passar por este tipo de situação, optou por trocar o *graffiti* pelo *sticker*.

Quanto mais rápido você trabalha, menor o risco. Considerando que um artista de spray pode precisar de dez minutos para criar uma grande peça de duas cores, um hábil artista de pôster pode concluir seu trabalho em menos de dois minutos¹⁹ (Walde: 2007, 83).

A segurança tem sido um dos principais fatores para a alta propagação do *sticker* atualmente, pois, por ser afixado de maneira mais rápida, oferece maior chance do stickeiro não ser visto, o que aumenta a possibilidade de não ser punido. Além do que, ao ser produzido em alta quantidade, a mesma imagem pode estar presente em diferentes locais simultaneamente, beneficiando enormemente sua repercussão e notoriedade.

Nesse sentido, ao se comparar as *tags* produzidas no *graffiti* e na pichação com o *sticker*, pode-se dizer que há uma *industrialização* (Bou, 2006) no tipo de identificação realizada. Antes assinadas com o nome ou codinome do produtor, no caso do *sticker*, são produzidas imagens que não representam necessariamente seu produtor. Por isso, a relação da autoria com a distribuição no *sticker* é bastante instável. De acordo com NoLogo, stickeiro de Dresden, a “despersonalização” da imagem faz parte da própria dinâmica do *sticker*.

“Acho divertido quando você coloca o seu trabalho por toda a cidade, e ninguém sabe quem fez isso. Como eles não estão assinados, as pessoas podem apenas imaginar”. A identidade do artista, muitas vezes, permanece um mistério para quem não é relacionado com a cena. Como resultado, muitos artistas têm desenvolvido seu próprio estilo ou criaram um personagem, como uma espécie de assinatura²⁰ (Walde, 2007: 76).

¹⁹ Texto original: *The faster you work, the lower the risk. Whereas an aerosol artist may need ten minutes to create a large two-colour piece, a skilled poster artist can complete his work in under two minutes.*

²⁰ Texto original: *“I find it amusing when you put your work all over the city, and nobody knows who did it. As they aren’t signed, people can only guess”. The artist’s identity often remains a mystery to anyone unconnected with the scene. As a result, many artists have developed their own style or created a character, as a kind of signature.*

Fica evidente que criar a confusão é parte integrante do processo da colagem; entretanto, existem duas principais dinâmicas que podem ser notadas com maior frequência.

A primeira, na qual um grupo de pessoas se encontra para colar suas peças; e a outra, em que um indivíduo sai sozinho pela rua para realizar a tarefa. Os dois casos se correlacionam com a autoria da imagem, que pode ter o produtor participando diretamente da divulgação ou ter um produtor desconhecido.

Os “rolês”, como são chamados esses encontros coletivos, geralmente são feitos à noite, quando os stickeiros se reúnem em torno de uma imagem comum a ser colada. O *sticker* torna-se o referencial comum dessa sociabilidade, singularizando a identidade do grupo mediante uma mesma imagem. Torna-se um elemento que congrega determinado ideal conjunto e uma ferramenta que comprova a existência desta comunidade.

É necessário considerar, na compreensão e avaliação dos coletivos juvenis, que alguns jovens, em especial aqueles que vivem em grandes cidades, articulam-se preferencialmente em redes de “socialidades”, buscando formas mais autônomas e, por vezes, autogestionárias, de “estar juntos”. O objetivo aparente na formação desses coletivos é o de questionar relações sociais institucionalmente constituídas e imprimir uma marca de independência em relação às organizações formais da sociedade. Enquanto muitas das instituições sociais privilegiam o que tem sido conceituado como “sociabilidades” - “indivíduos e suas associações contratuais”-, a “socialidade vai acentuar as dimensões afetiva e sensível, onde se cristalizam as agregações de toda ordem, tênues, efêmeras, de contornos indefinidos” (Maffesoli apud Borelli; Rocha; Oliveira, 2009: 42).

Em relação aos stickeiros que saem sozinhos, não há necessariamente o vínculo do indivíduo com uma única imagem. Compradas previamente ou trocadas entre eles, as imagens não representam um determinado grupo; é a própria atividade de colar que interessa. Neste sentido, Seno declara “[...] todo o mundo é realmente um palco, e é apenas uma questão de indivíduos empreendedores a assumir o papel de diretor de improvisar uma nova realidade”²¹ (2010: 130), importando assim, não uma específica imagem, mas o ato de espalhar as imagens.

²¹ Texto original: *All the world is indeed a stage, and it is just a matter of enterprising individuals to take over the role of director to improvise a new reality.*

Por terem sua elaboração facilitada pelas técnicas já citadas, os *stickers* podem ser encontrados, ou em lojas especializadas, ou em livros²², ou na Internet²³, onde qualquer um pode conseguir uma imagem e colar onde quiser. Muitas vezes não conhecendo diretamente quem as produziu, a relação da obra com o espaço urbano é destituída da subjetividade e da elaboração do produtor.

A correlação entre essas diversas características agrega à exposição do *sticker*, apesar de similitudes com as imagens antecedentes, especificidades que singularizam os modos como se dispõe no espaço urbano e quais significações adquire nesta dinâmica.

1.5 A dinâmica da ocupação

A maneira como se apresentam estes pequenos adesivos colados em diversos locais do espaço urbano permite que sejam inseridos, como já visto, no conjunto das “artes urbanas”. Essa denominação se refere como sendo a consequência do *graffiti* ou propriamente o *graffiti* feito em papel (Walde, 2007). Isto decorre da forma como estas linguagens se relacionam e no modo como se adaptaram às necessidades que apareceram.

Entretanto, é difícil tratar esse movimento como uma “evolução” (Bou, 2006: 7). De acordo com Edgar Morin (2009a), a mudança não pode ser considerada somente como um desenvolvimento, mas também se refere à regressão e à destruição. É mais uma relação de improbabilidade do que de certeza.

Dessa forma, abordar este tipo de imagem como somente uma parte de uma manifestação artística maior significa também restringir sua comunicação, pois, partes de sua intencionalidade e de sua dinâmica se referem à soma de diversos outros fatores.

²² É amplamente conhecida, entre os stickeiros, a existência da comercialização das imagens, tanto em lojas do ramo de skates e produção gráfica quanto na venda de catálogos que contêm inúmeros tipos de imagens autocolantes, como é o caso da série “Sticker Nation”, da editora Disinformation, de Nova York.

²³ A correspondência do *sticker* com os meios digitais é amplamente abordada no terceiro capítulo da presente pesquisa.

Suas construções e motivações atuais remetem, como visto, a todo percurso de movimentos e expressões que pautaram a produção de imagens no decorrer do século XX. Seus estímulos, além da arte, foram os processos de exploração exaustiva dos materiais e de facilidades que puderam proporcionar para que as imagens pudessem ser produzidas de maneira simplificada, ou seja, que pudessem ser mais reproduzíveis.

A projeção de imagens em locais como o espaço urbano deriva da necessidade do produtor de divulgar argumentos que acredita serem significantes para serem expostos. Suas imagens refletem a ocupação realizada e acumulam essa vontade de demarcação e de reconhecimento territorial.

Quanto mais se veem potencializadas as incríveis facilidades de produção, mais imagens se propagam, denotando progressivamente uma maior quantidade de expressões que intentam se tornarem públicas. Utilizando os espaços como locais de memórias, os tornam repletos de personificações, marcas e rastros que relembram que alguém esteve ali e que não mais está.

A emergência por difundir a identificação significa querer ocupar melhor e mais rapidamente o espaço, irradiá-lo com textos, com imagens, com cultura, e, assim, torná-lo próximo, conquistá-lo. Harry Pross se refere a este fenômeno como “verticalismo” (apud Baitello, 2005a), que é a tentativa do homem de subjugar o seu entorno com as suas marcas, sobrelevando suas produções e almejando a totalidade de sua conquista.

A profusão de *stickers* reflete essa expansão, indicando que uma mesma imagem é capaz de estar simultaneamente em diversos locais, demonstrando sua ocupação ao reafirmar sua visualidade. Tal empreendimento revela o anseio por ocupar, por preencher espaços onde ainda existam lacunas, onde existam faltas.

É consensual que essas imagens invadem o espaço urbano de maneira vertiginosa, com proposições estéticas, poéticas ou mesmo políticas. Sua possível leitura não está na compreensão lógica, mas na falta de sentido. Jean Baudrillard já lia esse movimento, por meio do *graffiti*, como a “insurreição dos signos”, que na diferença conseguiriam “desmantelar o feixe dos códigos, as diferenças codificadas pela diferença absoluta, incodificável, contra a qual o sistema colide e se desfaz”

(1979:39).

Mesmo dedicando-se nesse sentido, é necessário questionar se não há, também, inseridos em suas próprias transgressões, elementos mediatizados. Se da forma como se propagam, velozmente e onipresentemente, não poderiam estar transformando gradualmente as suas exposições em imposições.

Ao se aplicarem no cenário das grandes cidades, seus propósitos igualmente se relacionam com a dinâmica estabelecida nesses locais – suas espacialidades, temporalidades e visualidades –, que mutuamente moldam a maneira como os *stickers* se comunicam. Assim, são confrontados com outras diversas intencionalidades que podem fazer suas disposições se modificarem para que alcancem a própria visibilidade.

CAPÍTULO 2

Propondo visualidades urbanas

2.1 O uso da cidade como mídia

A relação histórica existente entre o espaço urbano e seus habitantes faz deste um local que consegue permanentemente abarcar diferentes linguagens e ser utilizado para diversos fins. Nas condições como são organizadas estas relações, por meio do domínio espacial, esses locais acabam sendo configurados como eminentemente visuais e, por isso, locais onde se privilegia o olhar. Assim, seja como espaço de leitura ou de escritura (Oliveira, 2009), sua compreensão passa necessariamente pela comunicação visual.

Parte dessa formação acontece por intermédio de suas estruturas físicas – ruas, praças, edifícios –, que condicionam as dinâmicas sociais que ali ocorrem. James Hillman (1993) já havia verificado as características anímicas desses cenários e o poder que eles têm de influenciar a vida nas cidades. Entretanto, essas construções servem, principalmente, como suporte para as vidas que ali habitam, se aglomeram, e que colocam de fato um sentido a tudo aquilo.

Esse conjunto de interações permite que a cidade seja, segundo Walter

Benjamin, “a realização do antigo sonho humano do labirinto” (1989: 203), tornando-se palco para as diversas relações de sentido, projeções e representações – muitas vezes conflitantes –, onde cada indivíduo ou grupo tenta imprimir suas marcas e características no todo urbano.

Não podendo ser entendida a partir de elementos dispersos, a cidade se configura por meio da totalidade de estímulos que constantemente dinamizam suas estruturas significativas, contextos capazes de abarcar estruturas sociais, culturais, simbólicas e imaginativas (Ferrara, 2009a). Esse *ethos* urbano, como denomina Muniz Sodré (2006), é produto e produtor do conhecimento desse espaço, concomitantemente estimulado por singularidades que garantem a identificação de determinada comunidade.

Sua capacidade de intermediar as distintas impressões e intenções, imaginários e imagens, físicas e simbólicas, garante a formação de um “sistema cultural em mosaico” (Moles, 1974: 220) que agrega diversificados elementos que acabam concebendo um todo. A imagem da cidade, formada a partir dessa medialidade – como observado por Thomas Bauer (2008: 2) –, torna-se “matriz de sentido, matriz para substancialidade da vida”²⁴.

Tomada como referência para a sociabilidade e para os diversos usos que se fazem dela, a imagem da cidade reflete as identidades que se projetam em seus espaços. Sendo “indiscutível que a cidade se faz representar e se dá a conhecer concretamente pelas suas imagens” (Ferrara, 2000: 115), a observação das imagens na cidade passa a ser um caminho de compreensão da visualidade urbana que é continuamente formada. Imagens que utilizam a primeira como suporte.

Dessa forma, ao contrário de ser uma imagem única e imutável, a imagem da cidade é construída em um processo contínuo de propósitos e projeções de significados dados a ela. Imagens em movimento, geradas pelas reorganizações de outras imagens e pela percepção de quem as observa. Um campo imagético determinante para a realidade formada (Lynch, 1997), mas que, por ser alimentado pela complexidade de códigos, configura-se sempre de forma instável e inacabada.

Como visto no primeiro capítulo, muitas dessas imagens que se instalam na

²⁴ Texto original: *matrices of sense, matrices of substantiality of life.*

cidade objetivam criar novas territorialidades urbanas, ou seja, levar o espaço a se tornar um local apropriado, capaz de representar as diversas e intensas ocupações. Nos diversos suportes escolhidos, na maneira como se propagam e no que querem comunicar, colaboram na formação de uma imagem e de um contexto urbano. Do mesmo modo, são influenciadas por outras imagens e pela forma como o espaço urbano é apreendido.

Assim, embora os *stickers* pareçam ter sido colados aleatoriamente, como peças alegóricas espalhadas pela cidade, onde não se consegue fazer um mapeamento lógico de suas dinâmicas, já que são dispersivos e se distribuem de modo transversal, fluído, sem estruturas básicas, marcados pela multiplicidade e pela instabilidade de proliferação (Dias, 2007), não deixam de ser partes significativas nos modos como este espaço é concebido e na forma como é continuamente ressignificado.

Os objetos simples do cotidiano como lixeiras, semáforos, portas, calçadas, escadarias, bancos, postes, telefones públicos e, principalmente, as placas de sinalização, passam a ser invadidos por cores, rostos, ícones e toda a diversidade de temas que sejam capazes de interferir na visualidade da cidade, fazendo-os serem observados cada vez que algum transeunte olha para estas peças (Bou, 2006).

Com este tipo de intervenção o espaço urbano passa a ser modelado conforme cada personalização feita; no modo como as diversas imagens se distribuem, vão sendo construídas diferentes tipos de ambientações, específicas espacialidades.

2.2 Novas espacialidades

Esta ideia de ambiente – que além de desmontar a simplificada e funcional relação entre emissor, mensagem e receptor –, revela novas complexidades interativas, pois, ao ter seu significado relacionado, conforme Houaiss (2001), ao “que rodeia ou envolve por todos os lados e constitui o meio em que se vive”, forma-

se, segundo Norval Baitello, como uma esfera que envolve diversas possibilidades comunicativas, ou seja, “não é apenas o pano de fundo para uma troca de informações, mas uma atmosfera gerada pela disponibilidade dos seres (pessoas ou coisas), por sua intencionalidade de estabelecer vínculos” (2010: 83).

Esse *anima mundi* (Hillman, 1993) se constitui, assim, como um organismo vivo, onde não há a vivência única e imutável de cada elemento, mas sim, com todos interagindo e se relacionando mútua e permanentemente. Em sua proposta de uma ecologia da comunicação, Vicente Romano (2004) vê esse conjunto em uma transformação contínua capaz de criar cognitivamente o entorno, no caso, o espaço urbano.

A imagem ambiental, como denominou Kevin Lynch (1997), recebe as inúmeras imagens que nela se instalam e que, a partir daí, entrevêm suas funções (Baitello, 2010). Nesse contexto, o *sticker* participa da construção dessa atmosfera imagética, incorporando-se aos diversos conjuntos de intenções que ali se fazem presentes e que continuamente a constrói e lhe dá sentido.

Apesar das diversas intencionalidades, muitas vezes díspares, poderem configurar o espaço urbano e nele criarem as citadas ambientações, lidam também com forças controladoras que procuram moldar as comunicabilidades desses locais. A relação oferecida pelo ambiente, que vincula o homem e a cidade, torna-se fortemente influenciada pelas organizações políticas e econômicas que procuram associar, segundo Rocha (1992), a cidade ao poder que objetiva a funcionalidade e a segregação.

Os dispositivos controladores funcionariam, assim, como ordenadores e normatizadores de um padrão de vida de toda a coletividade que compartilha este mesmo espaço.

O Estado estria o espaço sobre o qual reina, capturando fluxos de todos os tipos e regulando as circulações. É fundamental estabelecer trajetos fixos, direções bem determinadas que limitem a velocidade, que relativizem o movimento, que meçam em detalhe os movimentos relativos aos sujeitos e objetos. Para isso ele se beneficia da velocidade tecnológica que lhe permite sofisticar os mecanismos de controle, multiplicando-os e expandindo-os cada vez mais. Em sua vocação disciplinadora, sua pretensão orwelliana, o Estado controla as vias de circulação, de

comunicação, impondo filtros à fluidez das massas [...] Neste sentido o Estado não para de decompor, recompor e transformar o movimento, ou de regradar a velocidade (Deleuze e Guatarri, apud Silveira Jr, 1991: 51).

Nessas regras criam-se, como aponta Jean Baudrillard (1979), espaços utilitários que neutralizam e homogenizam qualquer tipo de apelação simbólica. Uma imagem de espaço autossuficiente que não se oferece à experiência, mas que só aumenta gradativamente o empobrecimento dos lugares, que acabam sendo reduzidos a meros locais de transição (Peixoto, 2004).

Ao contrariar a ideia de lugares, que seriam espaços abertos às trocas e às construções de identidades, esta determinação espacial estaria muito mais próxima do que Marc Augé (1994) chamou de “não-lugares”. Neles, que são determinados para ter a finalidade de transporte, trânsito, comércio e lazer, e também pela relação que indivíduos mantêm nestes espaços, definem-se similitudes físicas e indiferenças em relação às dinâmicas comunicativas. É um espaço coletivo sem a identidade, onde se experimenta a “sensação de estar no limite, um uma fronteira porosa onde tudo circula, mas nada se detém” (Echeto, 2006: 61).

Como consequência, possui uma visualidade, que “implica em não ver. Ele nega a primazia da percepção” (Peixoto, 2004: 413). Assim, qualquer linguagem que use esse tipo de espaço como suporte, inevitavelmente lida com esses aspectos, seja se adaptando a eles e funcionando nesta mesma dinâmica, seja tentando contrariá-los ao propor outras formas de se comunicar.

Em relação às linguagens que participam da formação dos não-lugares, está a primazia dada às imagens publicitárias que padronizam as visualidades urbanas ao tornarem as estruturas arquitetônicas vazias de significado e incentivarem exclusivamente o consumo de bens e serviços (Virilio, 1994).

Em contrapartida, existem aquelas, tais como o *graffiti*, que se colocam como narrativas que irrompem na visualidade padronizada dos espaços ao criar ambientes singulares, e também aquelas, como o *sticker*, que se apropriam justamente desses locais para se exporem. Ao ser fixado nas placas de sinalização e semáforos, o *sticker* explora com precisão os locais que configuram os não-lugares, intervindo nesses conjuntos de sinais que mantêm qualquer visualidade das metrópoles com

semelhante aparência.

Ao se direcionar dessa forma, o *sticker* tenta participar da modificação da estrutura material do espaço, preenchendo esses locais usuais com novos significados. Segundo Lucrécia Ferrara (2008), é a partir desse tipo de transformação que há a transição do espaço à espacialidade, que, particularizada pelas visualidades e comunicabilidades presentes, permite que o espaço seja visto cognitivamente, ao mesmo tempo em que o torna perceptível como espaço social. Evidencia-se, assim, no suporte inerte do espaço, “as dobras de múltiplos sentidos presentes” (Ferrara, 2007: 30), a partir da construção desses espaços comunicantes.



Figura 11. *Sticker* colado em lixeira encontrada na Avenida Paulista, São Paulo-SP. Fotografia do autor.

Nesse desdobramento de sentidos, seria permitida a elaboração de imagens mentais sobre o espaço, ou seja, a qualidade de não somente assimilar, mas de impulsionar outros tipos de apreensão do ambiente. Essa capacidade, também denominada como “imaginabilidade” (Lynch, 1997), pode ser descrita como:

[...] um exercício de observação para obter a cognição espacial, descobrindo, através da visualidade, a visibilidade do lugar. A visualidade

corresponde à constatação visual de uma referência, limitando-se ao registro decorrente de estímulos sensíveis. Já a visibilidade decorre da elaboração reflexiva dos dados visuais, com a transformação destes em fluxo cognitivo. (Ferrara, 2002: 101).

Na diferenciação proposta entre visualidade e visibilidade, estão igualmente contidos os conceitos elaborados por Milton Santos, sobre tecnosfera e psicofera. O primeiro refere-se à construção técnica dos meios utilizados pelo homem, e o segundo, próximo da ideia de visibilidade, ao “reino das ideias, crenças, paixões e lugar da produção de um sentido” (2009: 256), sendo assim, capaz de suscitar a imaginação urbana.

Quando propõe reelaborar a visualidade urbana ao se distribuir e interferir nos objetos cotidianos e nas sinalizações de direcionamento, o *sticker* intenta se aproximar desses conceitos ao propor uma espécie de jogo visual entre o espaço e quem o observa. Jogo que, segundo Ivan Bystrina (1995), tem a qualidade de promover a produção de cultura, possibilitando que o espaço em que ele acontece seja particularizado e ressignificado.



Figura 12. *Sticker* em semáforo encontrado na Rua Augusta, São Paulo-SP. Fotografia do autor.

O olhar do transeunte seria estimulado a, subitamente, se deparar com uma infinidade de cores e imagens representando personagens, ícones, desenhos e toda forma de estímulos inusuais. Colados nos mais diversos pontos da cidade, insinuam-se e convidam o olhar a participar do jogo, “como em um conto de fadas [...] transformando a cidade numa espécie de país das maravilhas, onde tudo é possível” (Bou, 2006: 106)²⁵.

Nessa espécie de jogo dos *stickers*, não se relacionam tensões competitivas, o jogo agonístico, que caracteriza o modo de organização capitalista. Propõe-se muito mais como um jogo lúdico que tenta inverter ironicamente o espaço na exploração criativa de lugares inesperados. Nessa dinâmica, similar ao elaborado pela Internacional Situacionista, usa-se o “jogo como forma de se obter um ambiente imaginário, que está aí para substituir o ambiente insuficiente, pouco satisfatório” (Jacques, 2003: 28) urbano, ou seja, promover situações que levem o observador a perceber outras possibilidades visuais e comunicativas do espaço.

Quando o stickeiro sai às ruas e se dispõe a espalhar sua imagem, deixando sua marca, elaborando novos caminhos a partir de irregulares pontos de ligação, ocupando os diversos espaços e neles interferindo ao tentar singularizá-los, convida o transeunte a entrar em semelhante dinâmica. Segundo Fairey²⁶, ao colocar o observador neste papel ativo em relação ao espaço, espera-se que ele desenvolva a capacidade de observar seu entorno e de se atentar aos detalhes tendo outro tipo de percepção do espaço vivido.

Com esse tipo de abordagem, o *sticker* pretende tirar o observador de uma posição passiva de leitura, particularizando sua experiência contemplativa das imagens e de tudo que as rodeia, prática que se assemelha muito à vivida pelo *flâneur*.

Personagem trabalhado por Walter Benjamin (1989), o *flâneur* se caracteriza por ser o observador atento à cidade, um errante capaz de contemplar os diversos objetos urbanos. Ao transitar pelas ruas, coloca-se de modo contrastante ao do ritmo da metrópole; de forma lúdica, cria uma experiência individual em relação ao

²⁵ Texto original: *as in a fairy tale [...] turning the city into some kind of wonderland in which everything is possible.*

²⁶ Fairey, Shepard. [<http://obeygiant.com/about>] Acesso 05 ago. 2010.

espaço; não tem pressa e, assim, é capaz de perceber as sutilezas de tudo que está a sua volta.

O flâneur é esse novo observador. Com seu passo lento e sem direção, ele atravessa a cidade como alguém que contempla um panorama, observando calmamente os tipos e os lugares que cruza em seu caminho. Com esse seu jeito de passear, como se reconhecesse espécies para uma verdadeira tipologia urbana, ele está “a fazer botânica no asfalto” (Peixoto, 2004: 99).

Por trás dessa metáfora, está a possibilidade para uma “teoria da visão” (Peixoto, 2004: 100), um outro modo de perceber a visualidade urbana que procura erradicar o olhar imediatista. Assim, neste tipo de imagem está a busca por possibilitar novos ritmos do olhar, novas referencialidades que atravessam o modelo de circulação padrão propondo um outro nível de apreensão. O observador poderia, assim, reatribuir novos significados aos lugares por onde passa.

Nesse projeto, o *sticker* estaria incentivando e participando da formação de um método de se observar o espaço. Seja irritando ou estimulando (Dias, 2007) a imaginação do observador, este seria colocado em uma “deriva”.

Nesse conceito explorado pela Internacional Situacionista, estavam contidos os pressupostos para se desenvolver novas apreensões do ambiente vivido, onde não mais seriam seguidos caminhos preestabelecidos, e sim, outras possibilidades, outros modos de usar o espaço, mais criativo e político, construindo novas relações sociais.

No desencadeamento de situações que provocariam a deriva, é parte fundamental do processo o rompimento com o tempo veloz da cidade e a criação de uma temporalidade capaz de inserir o observador em um outro eixo relacional entre a espacialidade e a imagem. Daí então, a pertinência de averiguar de que modo o tempo também é configurador na comunicação destas imagens e de toda visualidade urbana.

2.3 A influência das temporalidades

Sempre relacionado às qualidades do espaço, o tempo exerce papel fundante na concepção de cultura. De acordo com Norval Baitello (1999), por ser um conceito complexo e abstrato, o tempo é visto como um sistema simbólico capaz de organizar a vida social e histórica do homem. Sua abstração leva a ser compreendido de antagônicas formas, por exemplo, na diferenciação entre o tempo da máquina, tempo externo ao homem, e o tempo perceptivo, organizado pela natureza do ser. Conseqüentemente, suas funções influem na organização dos processos comunicativos.

No modo como o *sticker* procura causar uma modificação visual no espaço, ele se vê igualmente moldado pelas interferências que a espacialidade, e tudo que a envolve, lhe impõe. Naturalmente as temporalidades envolvidas nesses ambientes participam ativamente nas determinações espaciais. O *sticker*, nesse caso, passa a conviver com diversos tempos que participam da sua exposição. Esses podem ser diferenciados de três principais formas, a saber: o tempo da cidade, o tempo de leitura da imagem e o próprio tempo da imagem.

Ao predominar nas cidades as características dos não-lugares, a neutralidade dos locais de passagem acaba determinando o tempo de vida e deslocamento de seus habitantes. Com seus fluxos cada vez mais velozes (Augé, 1994; Martín-Barbero, 1997b), que favorecem o consumo e o desenvolvimento produtivo, o espaço gradualmente é abstraído em função de períodos de tempo cada vez mais curtos (Virilio, 1993).

Resgatando a função que o ato de caminhar tem na cultura humana, James Hillman (1993) vê que esse gesto sempre teve o papel de acalmar a mente. Por meio dele, o homem se situa no mundo, cria uma temporalidade e reconhece o local como moradia. Mas o autor também denota que atualmente o caminhar está definhando, tornando-se um empecilho para a necessidade que se tem de velocidade.

Uma cidade que não permite caminhar não é também uma cidade que nega uma moradia para a mente? Podemos estar nos dirigindo, literalmente *dirigindo-nos*, para a loucura simplesmente por não cuidar dessa necessidade humana fundamental de caminhar.²⁷ (Hillman,1993:53)

Como resultado dessa aceleração, diminuem-se as capacidades de socialização e de observação dos transeuntes nesses espaços coletivos. No ensaio escrito em 1903, *A metrópole e a vida mental*, Georg Simmel (1976) observa que essa redução decorre da diferenciação entre “espírito objetivo” e “espírito subjetivo”, que marca o homem metropolitano, e da predominância do primeiro sobre o segundo. Assim, a postura racional marcada pela pressa em conseguir cumprir todos os compromissos acaba se sobrepondo à percepção aberta aos diversos estímulos que surpreendentemente podem aparecer.

A anulação da experiência subjetiva é interpretada pelo autor não como um desprezo pela vida cotidiana, mas como um instinto de preservação natural do ser humano. Frente à “intensificação de estímulos nervosos” (1976: 12), decorrente da grande quantidade de apelos existentes, há a formação de uma atitude *blasé*, que é a tentativa de se resguardar desta situação.

Isto não significa que os objetos não sejam percebidos, como é o caso dos débeis mentais, mas antes que o significado e valores diferenciais das coisas, e daí as próprias coisas, são experimentados como destituídos de substância. Elas aparecem à pessoa blasé num tom uniformemente plano e fosco; objeto algum merece preferência sobre o outro (Simmel,1976:16).

Com essa percepção, o espaço urbano deixa de ser um ambiente vinculador e passa a existir a predominância da “individualidade privada” (Baudrillard, 1979: 37), que causa, como visto, uma mudança significativa no olhar. Frente à multiplicidade de imagens urbanas (outdoors, sinais de trânsito, luminosos, cartazes, placas), já não há como haver espaço nem tempo para o *flâneur* com sua cumplicidade detalhista atenta aos diversos estímulos (Peixoto, 2004).

Ao estar permanentemente em trânsito, o olhar torna-se hipertrófico ou, como denominou Jacques Lacan (apud Peixoto, 2004: 192), um “olhar esquizofrênico”,

²⁷ Grifo do autor.

que se sobressai em relação aos outros sentidos e que se depara com uma simultaneidade infinita de informações. Não conseguindo se fixar em algo específico, “zapeia” (Rocha, 2008:92) vertiginosamente, pulando de imagem em imagem, sem conseguir ordená-las, pois só encontra descontinuidade.

Apreendidas superficialmente, as imagens acabam atendendo esse nível de aceleração imposto pelo tempo urbano e, conseqüentemente, pelo tempo de leitura, pois, se exigissem uma atenção demasiada longa, correriam o risco de serem ignoradas e não cumprirem o apelo a que se propõem.

Como visto no primeiro capítulo, as imagens gradativamente se adaptaram a esse ritmo, seja ao buscar a otimização de tempo com o intuito de burlar as sucessivas repressões que as afetavam, seja para se propagarem de maneira mais veloz para conseguir a presença simultânea por todo espaço.

Em contrapartida, as imagens pertencem ao que Harry Pross (1987) denominou, em sua elaboração sobre a teoria da mídia, como mídia secundária. Nesse tipo de transmissão, estão as mensagens marcadas em algum tipo de suporte e que não necessitam da presença corpórea de quem as produziu para serem divulgadas. Assim, estariam incumbidas de estender o tempo de veiculação da mensagem, ampliando inclusive a possibilidade de vinculação (Menezes, 2005). Tempo esse, que se difere daquele que encontram na dinâmica urbana.

Como requerer que essas imagens prolonguem suas emissões se quando inseridas nesse contexto apresentam níveis de recepção fugazes? A dialética montada por essas temporalidades, evidentemente, não se faz sem choques e, no caso de imagens como o *sticker*, isso ainda é potencializado.

Por ser feito de frágeis materiais, como o papel e o vinil, está constantemente exposto às intempéries climáticas e aos serviços de limpeza pública, que acabam por reduzir bastante seu tempo de permanência nos espaços²⁸. Isso acarreta à sua exposição modificações pontuais nas formas como se mostra e nas maneiras como é lido.

A sintetização da dinâmica apresentada é destacada por Abraham Moles

²⁸ Durante a pesquisa, observou-se que a durabilidade de um *sticker*, levando em conta somente o desgaste material e/ou as limpezas regulares do serviço público, era de três semanas, em média.

(1974), que considera essa situação bastante comum ao cartaz, lido aqui como o *sticker*, por ambos se empenharem em semelhantes visualidades. O autor diferencia duas situações que, juntas, causam um enfraquecimento comunicacional: a materialidade e o olhar diante da imagem. Na primeira, pela forma como se constrói, está sujeito ao desgaste físico em um curto prazo de tempo; e, na segunda, pressupondo uma percepção imediata em meio a outros inúmeros estímulos, tem seu tempo diminuído em função do tipo de apreensão que existe.

Ao se observar essa instabilidade visual, surge a questão sobre quais seriam, então, os procedimentos que poderiam ser definidos para se poder compreender a comunicabilidade dessas imagens? Paul Virilio (1993) indica um caminho ao destacar que nesses espaços já não existe tempo para as narrativas.

2.4 A não-verbalidade como via de leitura

Fazer a leitura do espaço urbano buscando uma estrutura narrativa pressupõe que essa seja abastecida por uma experiência cultural, que marca o Ocidente e que ensina a operar e associar por linearidade. Na tentativa de encontrar uma disposição lógica para o que se lê – com começo, meio e fim –, busca-se uma contiguidade que favoreça o entendimento completo do que é lido.

Entretanto, pelos modos como são construídas as espacialidades na cidade, de antemão não é possível fazer esse tipo de leitura. Marcado pelo imprevisível, este tipo de ambiente abarca variadas informações e, por isso, seu entendimento dá-se de maneira fragmentada e simultânea. O sentido de sua imagem e das imagens que nele se instalam pode ser corrompido caso se tente lê-lo como um texto escrito.

As imagens, para Vilém Flusser, contrapõem-se à escrita justamente pela forma como são lidas. Por serem “superfícies significativas na qual as ideias se inter-relacionam magicamente” (1985: 90), sua compreensão se estabelece pela capacidade imaginativa de quem as olha. É uma conexão mágica entre a imagem e seu espectador, pois esse, ao manter o olhar cíclico e optativo, trabalha com a

imagem em um processo de emissão e recepção constantes; um responde ao outro a fim de encontrar o sentido.

Essa relação é explicada por Hans Belting (2007) na diferenciação que faz entre “imagens exógenas” e “imagens endógenas”. No primeiro caso, são as imagens externas, como a imagem urbana; no segundo, as imagens internas, produzidas pela mente. Ao se relacionarem, essas imagens deixam de ser elas mesmas, e passam a estar permanentemente em trânsito. Assim, a compreensão está em constante construção.

O *sticker*, além de participar dessa inconstante relação, também recorre à não-ortogonalidade visual, compondo-se a partir de diversos fatores, como interação com outros elementos urbanos, apelos visuais destoantes e cores e formas inusuais. Esta maleabilidade visual ainda é complementada pela não revelação explícita de um emissor específico, o que configura um tipo de imagem que se insere no que Lucrecia Ferrara (1986) denominou como “texto não-verbal”.

Característico de ambientes como o urbano, esse texto se corresponde com o pensamento mágico das imagens, como denotado por Flusser, pois não é mediante uma ordem preestabelecida que se dá seu entendimento. Ao invés disso, possibilita a construção de um sentido espaço-ambiental que permite a interação total com o meio que o envolve, ele “existe no espaço, mas sua revelação depende da produção da sua leitura” (Ferrara, 1986: 24).



Figura 13. *Stickers* em placa de trânsito na Rua Augusta, São Paulo-SP. Fotografia do autor.

Ao se tentar compreendê-lo, parte-se da premissa de que se lidará com elementos heterogêneos que desencadeiam múltiplos significados. Significados esses que não são dados *a priori*, mas sim produzidos no decorrer do processo de leitura, estando sujeitos a serem refeitos a cada momento, em que se terá uma visão parcial e não completamente correta ou total.

As construções contínuas de sentido que o leitor passa a ter o colocam em um papel ativo que lhe permite ter um nível de percepção não sistematizada em relação à espacialidade. Para isso, é necessário que tenha em seu olhar um estranhamento do espaço formalizado, estando aberto à variedade de associações que a imagem proporciona. É uma leitura que vai muito além da decodificação, pois esta é o “início de um processo, condição e não consequência” (Ferrara, 1986: 28).

Mais do que decodificar, a compreensão se dá pela soma de duas complexas operações, a atenção e a sensação. A primeira como “ato indutivo que controla espontaneamente ou cria condições artificiais de controle das sensações provocadas por agressões aos sentidos e decorrentes de fragmentos ambientais, circunstâncias e imprevistos” (Ferrara, 1986: 23). E a segunda que lida com a subjetividade do leitor, capaz de perceber em seu próprio repertório vivido as referências que se conjugam com o que está sendo lido.

No resultado do que é percebido pela atenção junto à percepção sensível, há um efeito destoante entre o que é mostrado e o que é apreendido. Segundo a autora, nesse caso, a similaridade e a contiguidade “se mesclam e se completam, de modo a permitir a apreensão de múltiplos processos simultâneos de linguagem” (Ferrara, 1986: 25).

Envolvido nesse contexto, o *sticker* depende da leitura de quem o vê, é este que dará ou não sentido a sua exposição ao combinar as muitas imagens do espaço urbano e perceber a ligação que existe entre elas. Mas, para isso, seu leitor precisa lidar com inúmeros mecanismos que lhe preparam para observar a espacialidade e todos os estímulos que nela habitam, como a contextualização, o estranhamento, a atenção, a sensação e a referencialidade (Ferrara, 1986).

No entanto, a realização desses procedimentos não é facilitada pela estrutura com que o espaço urbano funciona. Suas espacialidades, temporalidades e

dinâmicas não oferecem condições viáveis para que o observador se disponibilize a todos os estágios de leitura que estas imagens solicitam.

Diluído no cotidiano, de acordo com Ferrara, o não-verbal não se destaca, pois não agride a atenção. Isto se deve à tentativa que se tem de operar linearmente frente às informações, buscando uma narratividade por meio de uma estrutura lógica, de fácil apreensão. Ao se deparar com o *sticker*, o leitor pode não percebê-lo por não reconhecer nele aspectos identificáveis. Ao não dominar o desafio interpretativo que o *sticker* propõe, o ignora. Isso naturalmente pode esvair ainda mais a visibilidade dessas imagens, ao que se soma o enfraquecimento pelo qual vinha passando através dos diversos tempos apresentados.

2.5 Iconofagia: a consequência do excesso

No contexto em que o *sticker* foi apresentado, ou seja, na relação entre a sua propagação e a forma como interage com o ambiente urbano, notam-se discordâncias entre as intenções da imagem e as situações que se impõem nesses locais. Sua possível perda de visibilidade pode ser explicada por meio da citação que Walter Benjamin fez de Georg Simmel, na qual este declara: “[...] quem vê sem ouvir fica muito mais inquieto do que quem ouve sem ver” (Benjamin, 1989: 36).

Nesta passagem, podem ser evidenciadas as condições nas quais o *sticker* se insere. As configurações espaciais e temporais do espaço urbano que exacerbam a visualidade fugaz são determinantes para o modo como a cidade e suas imagens são lidas e compreendidas. Por mais que o *sticker* se insira destoando ou ironizando as informações funcionais, a atitude *blasé*, citada por Simmel, do homem metropolitano – em suas várias singularidades –, não tem condições de identificar estímulos que não lhe sejam úteis e práticos para o cotidiano em que vive.

Ao analisar as condições físicas e imagéticas das metrópoles, Norval Baitello (2005a; 2010) evidencia a crescente “entomização” dos homens, assim como das imagens que sofrem o efeito de encolhimento e miniaturização diante da imensidão que caracteriza estes espaços. Ou seja, por se tratar de uma imagem de tamanho

bastante reduzido, o *sticker* acaba potencializando essa diminuição por justamente estar no terreno da metrópole.

Diferente dos *graffitis* produzidos em grandes murais que podem ser vistos a distância, o *sticker* exige que seu leitor tenha um olhar detalhista para poder perceber suas particularidades visuais, o que faz aumentar a diminuição de seus apelos em relação às outras imagens urbanas, maiores e mais atrativas.

Uma das alternativas encontradas pelas imagens para contornarem essa diminuição é usar a repetição. Recorrendo à reprodutibilidade facilitada, multiplicam e inflacionam sua exposição buscando a totalidade presencial. Como num eco que se repete à exaustão (Baitello, 2010), esforçando-se para preencher os espaços vazios, as imagens jogam-se à luz para conseguir a visibilidade e serem encontradas diversas vezes em vários locais, realçando suas presenças continuamente.

A lógica da repetição onipresente, característica dos métodos de persuasão publicitária, em que as imagens ganham mais notoriedade quanto mais são expostas, significa também que “o excessivo passa a ser cotidiano e a ocupar os espaços, inflacionando o ‘valor de exposição’” (Baitello, 2005a: 13). Este valor de exposição, que além de causar uma enorme redundância informativa no espaço urbano (Canevacci, 1993), traz outra faceta das imagens, a oscilação entre exposição e imposição.

Enquanto expositivas, as imagens buscam anunciar suas mensagens, atrair os olhares ao despertarem interesse; já sendo impositivas, são elas que olham. Funcionam como um Big Brother orwelliano, em que, em qualquer lugar que se esteja, haverá uma imagem olhando, seduzindo ou vigiando os espaços. Isto significa que:

[...] em seu percurso de interiorização e exteriorização, via que deveria ser naturalmente de mão dupla, as imagens têm apenas uma chance de alcançar o *status* da vida: quando elas buscam nos olhos de seus espectadores a profundidade perdida. Por isso, procuram-nos incessante e desesperadamente. E por isso buscam obsessiva e abusivamente pelos olhos humanos. Já não são os olhos que buscam as imagens, como em eras passadas em que raras imagens eram avidamente buscadas pelos nossos olhos, em livros, em paredes, em quadros, em afrescos, em

cavernas. Com a reprodutibilidade ocorre, portanto a primeira inversão: as imagens é que nos procuram (Baitello, 2005a: 49).

Mas como apontou Simmel, na intensidade com que se impõem, os olhos também começam a selecionar o que lhes faz bem ou não. Assim, a superexposição também permite que a imagem tenha enfraquecida sua força de apelo. Em meio a tanta luz, a imagem ofusca sua própria exposição, entra em uma crise que, ao invés de lhe trazer visibilidade, traz a invisibilidade, ou seja, a “incomunicação” (Baitello, 2005b) que a desprovém de sentido.

O excessivo, o descontrole, muito mais conduziu a um maior esvaziamento deste valor de exposição e até mesmo pode estar levando ao seu oposto, um crescente desvalor, a uma crise da visibilidade (Cf. D. Kamper 1995) próxima do grau zero da comunicabilidade, sinalizando que houve um desvio de rota, uma recidiva, no prognóstico positivo da reprodutibilidade técnica da sociedade contemporânea (Baitello, 2005a: 14).

Válido também é supor que as adversidades comunicativas apresentadas façam parte da proposta do *sticker*, e exemplos que ilustram esta situação são inúmeros. Como Ex-Lindas (Walde, 2007), que declara que a facilidade de propagação do *sticker* permite diferentes interações com outras imagens; ou como Chaz, que espalha figuras caricatas de policiais pelas ruas de Londres e que usa a quantidade de imagens para beneficiar a busca que tem pela fama. Mesmo nos casos da efemeridade da imagem, verifica-se que os stickeiros têm total ciência deste fato:

[...] arte de rua é efêmera. Ele veio, e ele vai - pelo menos em termos de apelo de massa e acessibilidade. Artistas no nosso gênero já sabem disso há anos. Qualquer um que já fez peças de rua sabe que seus esforços acabarão por ser desbastado, arrastado ou descascado (Nguyen; Mackenzie, 2010: 47)²⁹

²⁹ Texto original: [...] *street art is ephemeral. It has come, and it will go – at least in terms of mass appeal and affordability. Artists in our genre have know this for years. Anyone who’s ever done street pieces know their efforts will eventually be buffed, hauled away or peeled off.*

Nesses termos, poderiam até ideologicamente querer demonstrar, por meio da própria efemeridade, a fragilidade da visualidade urbana ou mostrar-se como uma “anomalia gerada na e pela falência” (Rocha, 1992: 62) da comunicação desses espaços e, assim, criticar as obras duráveis e os valores de uso que se tem na atualidade.

Incontestável também é que, em alguns casos, os *stickers* conseguiram efetivar as suas intervenções ao serem percebidos em algumas situações, como é o caso de Shepard Fairey, com o *Obey*, *Thundercut*, *ExLindas* (Walde, 2007), dentre outros, conseguindo até mesmo grandes repercussões entre a população e os diversos meios de comunicação.

Mas o fato é que, tirando estes esparsos efeitos concretos na visualidade urbana, “esta experiência nem sempre se traduz em termos de uma resposta coletiva que modifique concretamente a organização na qual se intervém” (Rocha, 1992: 63). Ao terem como objetivo principal o jogo visual, ou seja, ao jogarem sua significação aos olhos do leitor, esse, ao estar inserido nas condições urbanas citadas, pode nem sequer percebê-la enquanto apelo visual, muito menos notá-la através de suas outras complexas intenções.

Frente à própria inconstância e ao risco de não concretizar seu intento, o *sticker*, em vez de elaborar outras formas para conseguir ter visibilidade, costuma recorrer a uma grande exposição, o que o leva, ao utilizar sempre o mesmo tipo de suporte, a se aglomerar em um mesmo local.

A partir da eminente finitude, comunicativa e também material, o *sticker* se aglomera com outros *stickers*. Essa reação é comum nas imagens, pois, ao constarem que sua comunicação se rarefez, buscam alguma maneira de estender suas presenças através de uma sobrevida. Isto caracteriza, segundo Norval Baitello (2005a), o comportamento fóbico das imagens, o pânico que têm por deixarem de existir. Tal acúmulo gera, diferentemente da imagem quando está só, um outro tipo de comunicabilidade, pois modifica a própria dinâmica que a imagem usa para se fazer visível.

Ao ocuparem o mesmo suporte, os *stickers* oscilam entre os movimentos que Leroi-Gourhan (1983) denominou como “mostrar e encobrir”, pois quando a imagem

se fixa buscando se mostrar, pela limitação do local onde está, conseqüentemente, ela cobre a que já estava anteriormente fixada. Segundo o autor, nesses movimentos que estão presentes nas raízes da cultura, demonstra-se a configuração de uma memória que é constantemente renovada e ressignificada.

No caso do *sticker*, esses movimentos alteram a lógica do jogo proposto. Deixa de ser lúdico e externo para ser o jogo entre dois elementos que disputam o mesmo espaço, a proposta se internaliza. Essa inversão leva a imagem à, além de enfrentar as temporalidades que reduzem seu tempo de emissão, deparar-se com outro impedimento temporal, aquele da durabilidade que pode ser tirada a qualquer momento por outra imagem.

Alguns dos stickeiros consideram a exceção da regra este tipo de sobreposição de imagens, mas, como pode ser observado, e também afirmado por Thiago Dias (2007), parece que esta dinâmica é vista com certa naturalidade pela maioria, pois, quando a imagem anterior começa a se deteriorar, outra imagem surge para ocupar o espaço lacunar.

A visualidade formada nesta junção é uma composição bastante confusa, pois diluem-se as particularidades de cada imagem formando um tipo de conjunto visual. Ao usarem cores fortes e destoantes como parte de suas intervenções, os *stickers* próximos a outros geram uma mistura caótica de cores na qual, segundo Luciano Guimarães ao comentar esse tema, “confunde-se autonomia e interatividade do processo de leitura com falta de orientação e direcionamento” (2002: 158).

Nas situações apresentadas, da imagem da cidade sobrepondo-se ao *sticker* e o miniaturizando, como também a sobreposição de *stickers* sobre *stickers* em decorrência das suas perdas temporais, há que se considerar, novamente, o esvaziamento de sentido gerado pelo excesso de imagens. As imagens, ao buscarem a visibilidade, intentam igualmente ocupar o lugar das outras, devorando-as. Nesse processo, denominado por Norval Baitello como “iconofagia”, mediante a própria devoração, as imagens entram em um contexto que tende à entropia, criando “uma esfera de imagens auto-suficientes e auto-referentes” (Baitello, 2005a: 92).

Entretanto, conforme a própria lógica da natureza mostra, bem lembrada pelo citado autor, todo processo de devoração implica a existência de algo que resta. Um resultado excremental que no caso do *sticker* transborda em uma aparência amórfica, visível por meio das manchas e borrões de imagens que já estiveram ali e que se misturam com novas imagens que se interpõem. Nelson Peixoto, ao interpretar as imagens presentes nas lápides tumulares e aquelas coladas em oficinas mecânicas, avalia a decomposição da imagem, no caso as fotografias:

A imagem confunde-se, organicamente, com o suporte. Exposto ao tempo, o cartaz impregna o reboco descascado, o mármore da lápide. Muros descascados, o pó e a sujeira que recobrem as imagens, os objetos que se confundem com elas. Tudo sobreposto, fundido, num só plano opaco e sem profundidade, fotos enrugadas e rasgadas pela longa exposição do tempo, paredes saturadas de imagens carcomidas. É extraordinário a materialidade dessas fotos – no limite do palpável –, no entanto projetadas no papel (Peixoto, 2004: 204).

Quando misturadas aos seus suportes, as imagens revelam suas materialidades e, conseqüentemente, segundo o autor, sua própria natureza perecível. O *sticker*, ao se sobrepôr, fundir e se decompor, é tragado tanto pelos outros *stickers* quanto pelo suporte. Como se houvesse o temor de que o vazio pudesse surgir como uma ameaça, tornam-se lixo, resíduos, “[...] pois tudo que se amontoa é necessariamente residual” (Baitello, 2010: 101).



Figuras 14 e 15. *Stickers* sobrepostos, encontrados na Rua Augusta, São Paulo-SP. Fotografias do autor.

Neste outro ambiente, já não existem visibilidades, suas propostas mudaram. Da singularidade, os *stickers* se transformam em coletivos que manifestam o resultado da própria devoração. Passam a ser percebidos, mas não fruídos. A intervenção urbana acontece, exercendo um papel significativo na vida da metrópole, não pelo imaginário que a imagem pode criar, mas como resíduo que por meio do excesso e dos gestos repetitivos empobrece os locais onde se instala. São construídas camadas de imagens que, assim como os biombos (Flusser, 1985), criam suas visualidades com base no encobrimento da visibilidade de outras imagens, no caso as diversas sinalizações urbanas.

Frente à derrocada de sua materialidade e, logo, de suas proposições comunicativas iniciais, mas continuando com o medo de deixar de existir, de transmitir sua presença, outros caminhos de perduração são buscados. O registro fotográfico e o depósito da imagem na *Web*, caminho comumente buscado pelos stickeiros, torna-se a opção para continuar a se divulgar. Assim, ao partir de uma nova imagem formada, o *sticker* pode conseguir vencer sua efemeridade.

CAPÍTULO 3

A Presença Virtual

Paralelo à propagação do *sticker* no espaço urbano, há o hábito de fotografá-lo digitalmente e depositar o resultado em redes sociais, sites, blogs e bancos de imagens da Internet. A busca por essas fotografias em um desses sites³⁰, utilizando o termo “sticker”, resulta a quantidade aproximada de 850 mil imagens³¹, sendo que, a grande maioria dos casos refere-se a ele como manifestação urbana e não às outras significações que o termo apresenta na língua inglesa.

Essa prática, ao contrário de ser uma exceção, é um costume bastante comum entre os stickeiros que veem em tal atitude um “caminho natural” para disseminação dos *stickers*. Segundo eles, a tecnologia, tanto das máquinas fotográficas digitais quanto, notadamente, da *Web*, proporciona a facilidade da plena

³⁰ A rede social Flickr, [www.flickr.com], que norteia a abordagem realizada nesta pesquisa, foi escolhida, pois, além de ser uma rede interativa, é um dos bancos de imagens mais acessados atualmente na *Web*. Todo seu conteúdo gira em torno de imagens postadas por seus usuários, o que possibilita verificar a quantidade de imagens presentes, a quantidade de acessos, as opiniões, ou seja, a forma como essas imagens se dispõem à visualização.

³¹ Na última pesquisa realizada, em 20 de julho de 2011, o resultado apresentou exatas 862.536 imagens.

divulgação das imagens para o mundo todo, e permite a livre troca de informações e opiniões sobre os registros³² (Burkeman; Locascio, 2010; Walde, 2007).

Não exclusivamente com o *sticker*, mas em todo o movimento denominado como “arte urbana”, a Internet é vista como um ambiente propulsor dessas imagens. Quando questionado sobre a influência tecnológica nas produções, o coletivo Wooster, de Nova York, declara que na ideia de arte urbana também está contido o conceito de arte global, pois, “o aumento da popularidade e a aceitação da arte de rua estão diretamente ligados com o surgimento da Internet”³³ (Nguyen, Mackenzie, 2010:141).

É possível, assim, segundo Marc e Sara Schiller, ampliar a rede de comunicação entre os produtores e seu público, pois “eles podem reagir com as peças, fazer perguntas via e-mails, ver os comentários que os admiradores ou críticos estão fazendo, e incorporar tudo isso na peça que eles fazem no dia seguinte”³⁴ (Seno, 2010: 10). Essa dinâmica denota a busca pela interação e pelo *feedback* que proporcionam a reelaboração constante das imagens produzidas.

Apesar de ser possível observar o uso da *Web* como meio para a disseminação crescente destes tipos de linguagens urbanas, não é em sua totalidade que tal tipo de divulgação se popularizou. Ganz e Manco (2008) destacam que embora seja comum a busca por este meio, muitos grafiteiros, por exemplo, resistem ao seu uso, pois poderia distanciá-los da experiência urbana.

No caso do *sticker*, a divulgação na Internet não é vista com resistência como acontece com as outras linguagens – e esta é sua particularidade –, já que parte da sua popularização, no início da década de 90, acontece junto ao uso crescente dos meios digitais. Dan Witz, um stickeiro de Nova York e um dos precursores deste movimento, vê com entusiasmo a presença do *sticker* também nas redes sociais: “acho que devemos tudo a Internet [...] as pessoas aprenderam a lidar com

³² No Anexo II, constam outros sites, particulares, usados para a divulgação dos *stickers*.

³³ Texto original: *The rise in popularity and acceptance of street art are directly connected with the rise of the internet.*

³⁴ Texto original: *They can react to the pieces, ask questions via email, see comments that admirers or critics are making, and incorporate all of this into the piece they make the next day.*

tecnologia, e agora milhões de pessoas em todo o mundo podem ver o que fazemos aqui em Nova York”³⁵ (Walde, 2007: 51).

Sendo assim, fica evidente que essa prática, somada à quase instantaneidade com que o *sticker* é fotografado e divulgado, permite com que, além do espaço urbano, o *cyberspace*³⁶ também seja o local da propagação dessa imagem.

A ocorrência dessa duplicidade da imagem em diferentes ambientes, naturalmente, provoca mudanças em suas comunicabilidades. A clássica frase de Marshall McLuhan (1969) de que “o meio é a mensagem”, nesse caso, significa que essa mesma imagem muda seu próprio conteúdo, sua organização, a percepção que se tem dela, ou seja, sua própria natureza ao se lançar em outros meios.

Dessa forma, parte do entendimento que se pode ter dos *stickers* passa por sua divulgação além da urbana, o que inclui verificar a dinâmica, as razões e as consequências que podem ser trazidas à imagem nesta transição. De acordo com Vicente Romano, “no sólo hay que observar cómo se concretan sus nuevas posibilidades. También hay que reflexionar, como dice Pross³⁷, acerca de lo que puede significar la información, el entretenimiento y los públicos em un mundo sometido a tantas tensiones generadas por la técnica” (1998: 275). Assim, analisar “como a estrutura da mediação influi sobre a mensagem, há mutação na nossa vivência, nosso conhecimento e nossos valores” (Flusser, 2008a: 15).

Vilém Flusser analisa duas tendências no uso desses meios e no significado dessas imagens. Uma que “indica o rumo para a sociedade telemática dialogante dos criadores das imagens e dos colecionadores das imagens”. A outra, que mostra o caminho para uma “sociedade totalitária, centralmente programada, dos

³⁵ Texto original: *I think that we owe everything to the Internet [...] People have learned to handle technology, and now millions of people around the world can see what we do here in New York.*

³⁶ A adoção do termo em inglês se refere aos motivos empregados, e aqui adotados, por Eugênio Trivinho em sua obra *A dromocracia cibercultural* (2007) em que, nas palavras do autor, se define a “[...] grosso modo, ao espaço-tempo imaterial socialmente produzido pela rede planetária de computadores, criada no final dos anos 60 do século XX, a internet, hoje em fase hipermediática (web), desencadeada no início dos anos 1990, com a invenção do modelo de interface gráfica cibericonizada” (nota de rodapé 33, na página 67 da citada obra).

³⁷ Harry Pross, pensador da Teoria da Mídia alemã, citado no decorrer de todo o trabalho.

receptores das imagens e dos funcionários das imagens” (Flusser, 2008a:14). Com base nessas duas vertentes, o *sticker* será analisado.

3.1 Velocidade e expansão

No desenvolvimento histórico dos meios de comunicação, sempre pôde se observar o empreendimento humano em aumentar gradativamente o alcance e a velocidade de propagação das informações. Marca característica de todo o processo civilizatório (Trivinho, 2007), a busca pela ubiquidade de transmissão permitiu que fossem criados instrumentos capazes de vencer as distâncias e transpor a necessidade da presença física para que a comunicação acontecesse.

Com a eletricidade, esse caminho pôde ser aprimorado enormemente, causando imensa transformação no modo como os homens se relacionam. Harry Pross, ao elaborar o percurso desses meios, separa-os em três grupos, em que analisa as mudanças ocorridas em cada etapa (apud Baitello, 2005a).

No primeiro grupo – a mídia primária –, a comunicação se estabelece presencialmente, por meio do contato humano elementar, por isso necessita do comparecimento de todos os participantes. O segundo caso – a mídia secundária –, anteriormente abordado no segundo capítulo, já não requer a presença de todos para que a comunicação se concretize, pois quem a transmite o faz via registros que ultrapassam o tempo presente, o que amplia significativamente seu alcance, tendo como impedimento unicamente as longas distâncias. Nessa mídia, incluem-se as inscrições, os textos e as imagens.

O aprimoramento da tecnologia permite que surja o último meio citado por Pross – a mídia terciária –, que impulsionado pela eletricidade, faz a comunicação vencer as barreiras de tempo e de espaço ao conectar, por meio de aparatos técnicos, tanto o emissor quanto o receptor das informações. Isso, naturalmente, não anula, segundo o autor, as outras mídias, pois, de qualquer modo, continua a existir o corpo nas extremidades dos aparelhos para que a comunicação se efetue.

Em compensação, ao estar fundada na velocidade, na instantaneidade e na simultaneidade, a máxima proximidade da informação trazida por estes meios terciários também altera, em igual medida, a distância e, por conseguinte, o contato físico entre os corpos (Trivinho, 1998). Basta observar os impactos na socialidade e no acesso à informação que tiveram os veículos de comunicação de massa no decorrer de todo o século XX, e mais notoriamente, as mudanças desencadeadas na comunicação planetária com o uso cada vez mais disseminado da Internet (Pelegri, 2008).

Nesse caso, a configuração do contexto criado pela cibercultura é da ordem “material, simbólica e imaginária da vida humana”, o que corresponde “à predominância mundial das tecnologias e redes digitais avançadas, na esfera do trabalho, do tempo livre e do lazer” (Trivinho, 2007: 116).

Há que ser lembrado que a extensão alcançada por estas tecnologias no âmbito da vida cotidiana deve-se, primordialmente, ao desenvolvimento das pesquisas militares. Esse traço evidencia o modo como tal dinâmica se instaurou, visto que, no pensamento bélico, é fundamental para a vitória a conquista rápida de territórios e a abrangência comunicativa dos que venceram (Virilio, 1999a).

Essa natureza dos meios eletrônicos lhes gerou tanto os objetivos de superação do espaço como os de agregar sempre uma maior audiência. Assim consegue, por meio de um mesmo sinal, irradiar a sua mensagem a todos os receptores que tiverem conectados a ele. Essa “economia de sinais”, como denominado por Harry Pross (1980), passa a ter o propósito de “*alcanzar en un tiempo cada vez más corto a través de espacios cada vez más amplios a un número cada vez mayor de personas para el mismo mensaje*” (Romano, 1998: 11).

Além de ser um “sincronizador social” (Baitello, 2005a), a economia de sinais, no caso da *Web*, atua na disposição de informações que possam ser acessadas a qualquer momento e em qualquer local,

[...] uma aventura comunicativa onde quer que o receptor esteja, embora sempre incógnito para um emissor que, em confiança, deposita, na rede mundial de computadores, informações, ideias, valores, afetos, mobilizações sociais, culturais e políticas (Ferrara, 2007: 28).

A consolidação de um ambiente comandado por “eterno presente” já havia sido alertada por Dietmar Kamper, em uma conferência proferida a publicitários, em que o autor via que a proteção dada pela atemporalidade era sinal do próprio medo do homem de perder justamente o instante presente. Malena Contrera (2002) considera que, nesta fuga, decorrente da consciência da transitoriedade e logo da própria finitude, busca-se a comunicação virtual como caminho possível para a criação de um tempo infinito.

A perenidade das criações culturais é assim alcançada na criação de uma outra concepção de realidade, uma “estéreo-realidade” (Virilio, 1999a: 22), que torna tudo acessível instantaneamente, sem ter a necessidade de grandes deslocamentos, afinal, o espaço está aproximado.

Entretanto, a conquista dessa realidade virtualizada, ou a posse de um espaço sem fronteiras, mundializado, refere-se muito mais à “conquista da *imagem do espaço*”³⁸ (Virilio, 1999a: 81), apresentada através da superfície das telas.

3.2 Vencendo os problemas urbanos

A virtualização das informações permite que estas, tornadas imagens, sejam plenamente acessíveis. Ao depositar suas imagens em bancos de dados virtuais, o stickeiro visa vencer as limitações geográficas que restringem a visualização dos *stickers*, disponibilizando o acesso a milhões de pessoas que podem ter contato com a sua obra (Walde, 2007).

Refletindo a ocupação instaurada no espaço urbano, a digitalização torna-se um instrumento comprobatório das intervenções anteriormente realizadas, “servem como provas de lugar para que se sintam como se ele nunca tivesse estado lá”³⁹ (Seno, 2010: 50).

³⁸ Grifo do autor.

³⁹ Texto original: *They serve as tokens of place without which one would feel like He had never been there.*

Dentre as imagens analisadas, em sua maioria são sugeridos os possíveis lugares onde os *stickers* estão colados. Há exemplos, como o de um stickeiro brasileiro (Figura 16) que, ao ter feito inúmeras viagens internacionais, leva os adesivos com ele e os fixa em pontos turísticos mundialmente conhecidos. Nesse caso, a fotografia tirada serve como uma prova da presença da imagem.



Figura 16. *Sticker* divulgado no Flickr, onde consta a referência de que esta em Las Vegas.

Dessa forma, a *Web* torna-se um ambiente que conserva e facilita o conhecimento à própria história do *sticker*, pois permite “a formação de iconotecas multimidiáticas, analisáveis, visualizáveis, renováveis e transmissíveis à distância” (Plaza, 1999: 79).

A formação de um repertório de imagens permanentemente disponíveis que atesta as intervenções, naturalmente mostra os *stickers* no instante em que foram fotografados. A vantagem da preservação leva os stickeiros a registrarem, logo após os terem colado; o que garante a representação plena das imagens, exatamente como foram elaboradas.

Nessa imobilidade de exposição contínua, na qual a imagem se insere, cria-se a ilusão, segundo Paul Virilio, de um “falso-dia eletrônico”, que suspende o tempo

cronológico e desvincula “qualquer relação com o tempo real” (1993: 10), ou seja, com sua própria efemeridade. A sedentariedade absoluta da imagem, ainda de acordo com o autor, coloca-a em uma inércia que mistura passado, presente e futuro que se sobrepõem, e que permite uma temporalidade muitas vezes mais verdadeira que a realidade.

A valorização que possibilita ao *sticker* ter sua atuação congelada em um tempo presente, também garante que sejam retomadas informações que não eram apreendidas em sua totalidade quando exposto na cidade. A fotografia cumpre dessa forma o papel de trazer à tona detalhes anteriormente inacessíveis ao aproximar do olhar o que lhe estava distante.

Esse restabelecimento minucioso de elementos da imagem que poderiam estar inacessíveis ao olho humano, principalmente ao disperso olhar urbano, foi evidenciado por Walter Benjamin, que via a fotografia como um instrumento capaz de revelar o “inconsciente ótico” da imagem, os aspectos que somente ampliados seriam passíveis de serem apreendidos, colocando a “cópia do original em situações impossíveis para o próprio original” (1994: 168).

O esclarecimento permitido pelos detalhes é inclusive visto como uma espécie de método, “um dispositivo clínico-interpretativo [...] dos hiperestímulos urbanos” (Silveira, 2010: 112). Segundo Fabrício Silveira, desenvolvendo o conceito benjaminiano, esse recurso aproximaria “épocas e cidades por meio das intervenções urbanas transformadas em registros fotográficos” (2010: 127); o que permite, a partir da formação de um banco de dados, um encadeamento lógico possível de ser analisado. Na fotografia, estariam contidas possibilidades de interpretar relações encobertas na experiência urbana, sendo assim possível, conforme o autor, levantar as seguintes questões:

É possível decifrar o que dizem os jovens, quais seus imaginários, visões de mundo, condição de vida, pertencimento e identidades? Também se pode identificar como eles dizem essas coisas numa abertura à análise formal das intervenções: quais as linguagens, as técnicas e as referências gráficas empregadas? Por fim, como ocupam a cidade? Quais os suportes utilizados? Como se dá a apropriação dos equipamentos urbanos e a invasão dos espaços públicos e privados? (Silveira, 2010: 127).

A tentativa de responder perguntas e descobrir sutilezas não percebidas na imagem, quando exposta na cidade, significa ir além da certificação da sua visualidade para colocá-la em um sistema passível de ser desdobrado e compreendido. Significa configurá-la em um programa descritivo ou narrativo que organiza as informações (Ferrara, 2000).

Nesse encadeamento das imagens, está presente a necessidade, igualmente anunciada por Walter Benjamin (1994), das massas modernas de ter a imagem o mais próxima quanto possível. Quando o autor se referiu a este sintoma, se dirigia à reprodutibilidade técnica, e ao fim da aura e da unicidade da imagem. Com a Internet, a fotografia além de aproximar a imagem por meio da reprodução irradiada para diversos terminais receptores de sinais, evidencia a opção pela proximidade para se compreender a imagem em detalhes.



Figura 9. *Sticker* divulgado no Flickr.

Dessa forma, o stickeiro consegue, com a fotografia de seu *sticker*, voltar a ter controle sobre a imagem. Controle esse que só era conseguido quando a imagem estava sendo planejada em seu computador, pois, como visto, após ser colada, inúmeros fatores interagem e atrapalham sua comunicabilidade.

Com o objetivo de usar a *Web* enquanto local de divulgação do *sticker* – colocando-o em um “eterno presente”, plenamente acessível, que possibilita destacar a especificidade da imagem –, o stickeiro assume, mesmo que não conscientemente, que a imagem sofria adversidades no espaço urbano, e que a *Web* se apresenta como um caminho viável para conservar e divulgar o *sticker*. Ou ainda, segundo Vilém Flusser, nesse uso os aparelhos cumprem seus propósitos “de criar, preservar e transmitir informações” por meio das imagens “a serviço da nossa imortalidade” (2008a: 26).

3.3 A abstração da imagem

Inicialmente, a *Web* mostra-se uma alternativa bastante vantajosa na conservação, na divulgação e no detalhamento das imagens, o que inclui a possibilidade de ampliar a comunicação através das redes interativas que fomentam a troca de ideias e opiniões.

O stickeiro, como visto, encontra na *Web* um modo de transpor os obstáculos anteriormente encontrados no espaço urbano. Possuir a chance de ter sua imagem depositada em um banco de dados capaz de memorizá-la sem os traumas causados pela efemeridade material, e ainda poder evidenciar particularidades antes desapercibidas, tem levado a uma procura crescente dos stickeiros por este tipo de promoção da imagem⁴⁰.

O resultado desse registro, entretanto, é uma imagem que sintetiza diversas informações que estavam dispersas e que tenta resumir todos os elementos que participavam do momento em que a fotografia foi feita. Dessa forma, poderá apresentá-los, mesmo que a determinada cena não possa mais ser conferida presencialmente. Segundo Roland Barthes (1984), em um dos principais temas trabalhados em sua obra *A câmara clara*, o registro fotográfico tem justamente esse propósito, que lhe confere ainda mais valor, de eternizar o referente mesmo quando

⁴⁰ No período em que foi realizada a pesquisa, entre abril de 2010 e julho de 2011, a quantidade de imagens presentes no Flickr subiu de 625 mil para mais de 850 mil, o que indica a contínua adesão dos stickeiros a essa prática.

este já estiver desaparecido.

Assim, com o objetivo de rerepresentar a cena, tal como ela aconteceu, procurar-se-á fazê-la da maneira mais fiel e realística do fato em si. A fotografia, junto com as possibilidades trazidas pela *Web*, consegue, finalmente, concretizar a intenção do homem em vencer a morte por meio de suas imagens. Segundo Hans Belting (2007), a mimese da realidade e sua consequente perduração alcançam um grau de confiabilidade com a tecnologia, por conta de seu automatismo, que leva as imagens a não mais se equivocarem, o que cria a sensação de que se está “ante o seu referente e não ante sua cópia” (Gubern, 1997: 7).

O esforço de duplicar com fidelidade a realidade, além de sinalizar, segundo Norval Baitello (2005a), a natureza fóbica das imagens e a convivência constante que elas têm com o medo de chegar ao fim, evidencia que esse duplo tenta proteger o próprio princípio da realidade, simulando-o ao fingir existir o que não mais está lá (Baudrillard, 1991).

Tal como o duplo criado pelo espelho, “inventado com o propósito de ver corpo onde não há corpo algum” (Belting, 2007:31), que na superfície metálica cria reflexo contrário do que é, os espelhos eletrônicos, como denominou Hans Belting, criam imagens tal qual foram desejadas para serem. Em suas artificialidades, alcançam a “utopia *in effigie*” (Belting, 2007: 31) que projeta perenemente a visualidade desejada. “Elas estão já expurgadas da sua morte e melhor ainda que da sua vida: mais sorridentes, mais autênticas, na luz do seu modelo” (Baudrillard, 1991: 21).

A intenção de figurar a realidade com o máximo de verossimilhança gera, no caso do *sticker*, um paradoxo do que propriamente essa imagem representa. Como é buscado o enfoque no *sticker* quando fotografado, e este por ter um tamanho reduzido, leva a aparecer na fotografia somente ele e, no máximo, a placa onde se fixou. Isto em uma imagem que se propõe, a princípio, interventora da visualidade urbana, gera um despreendimento da realidade da qual pertencia. Em favor da preservação visual, que condensa elementos e dá a possibilidade de ser melhor visualizado, o *sticker* passa a pertencer a um outro tipo de espacialidade.

Explanar sobre este espaço que se cria e no qual o *sticker* se insere, o

cyberspace, significa se aproximar de um “universo estranhamente semelhante ao original” (Baudrillard, 1991: 15), mas que não pode ser interpretado com os mesmos “suportes epistemológicos e metodológicos modernistas” (Ferrara, 2008: 140). Assim, mesmo que guarde resquícios visuais do espaço vivido, “a extensão incondicional do virtual” (Baudrillard, 1997: 24) modifica completamente a forma de se comunicar.

Por se tratar de uma imagem que também significa a vitória sobre o espaço por meio de suas contantes ocupações, o *sticker* traz para a *Web*, igualmente, a sinalização dessa atividade. O urbano assim é reconstruído visualmente com os *stickers* no *cyberspace*, só que com a particularidade de ter perdido, como aponta Paul Virilio (1993), a profundidade de campo, o relevo e o volume presentes na realidade. O espaço então torna-se dilatado em favor da “amplificação da espessura ótica das aparências do mundo real” (Virilio, 1999a: 21). Com isso, ao referenciar que esteve na cidade, o *sticker* funde o urbano ao qual pertenceu com o *cyberspace*.

Ainda que não haja, em muitas das imagens analisadas, como comprovar que, de fato, os *stickers* estiveram na cidade, em sua maioria são acompanhadas por legendas que indicam os possíveis lugares onde se fixaram. Isso lhes garante, mesmo que “desconectadas do seu ambiente, do seu entorno, da sua história” (Baitello, 2005a: 107), as possíveis comprovações e sentidos que teriam no espaço urbano.

Em termos de resultado, ao se disporem à visualização nos sites, são organizadas lado a lado e na ordem em que foram depositadas. Com isso, lugares mesmo que distantes geograficamente se aproximam paralelamente ao redor de semelhantes informações que são os *stickers*.

Esse fenômeno da composição do *cyberspace*, a partir das vivências estabelecidas no espaço urbano, é abordado por Paul Virilio e Eugênio Trivinho, que o denominam como metacidade ou telecidade, respectivamente. Nesse caso, os autores refletem sobre um novo ambiente que se cria, visual e interativo, que aglutina a distância e em tempo real diversas experiências simultâneas, formando uma “pólis espectral” (Trivinho, 1998: 30); mas que, gradualmente, degenera o espaço concreto das cidades. “Que resta, então, da importância histórica do espaço

público da cidade, na era dessa METACIDADE em que reina a imagem pública?” (Virilio, 1999a: 115).

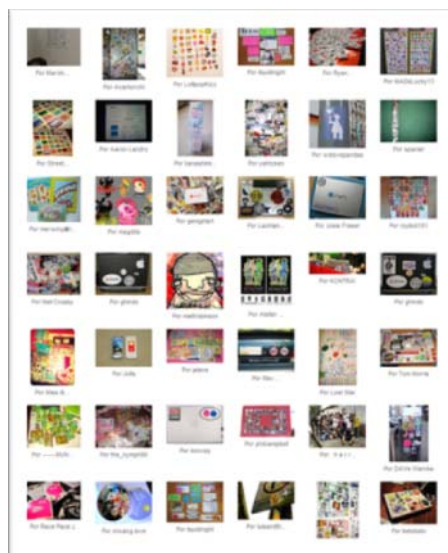


Figura 18. A forma como os *stickers*, com suas diversas referências, ficam dispostos no Flickr.

Na hipotética segunda cidade criada já não é preciso que as imagens estejam em seus lugares de origem, basta que, para se tornarem críveis, os “lugares estejam nessas imagens” (Belting, 2007: 76). O conhecimento sobre os locais, representados por estas imagens, forma-se com a fragmentação do espaço que se coloca como um dado, permanentemente acessível.

As camadas de sentidos que vão sendo somadas à imagem, assim como a tornam uma sintetizadora de informações, igualmente afastam-na, pouco a pouco, da realidade da qual pertenciam; “o cinematismo propaga a última aparência de urbanismo” (Virilio, 1993: 14). Com todos os elementos que passam a estar envolvidos em sua constituição, mesmo que com o *sticker* sejam todos referentes à sua passagem pelo urbano, a imagem já preexiste ao real, pois, ela própria está gerando realidade (Maciel, 1999).

Aparecem em uma “órbita do imaginário”, como denominou Dietmar Kamper, como imagens sem memória de suas raízes, que já perderam os vínculos de suas origens (apud Baitello, 2005a: 92), de suas materialidades.

Se não temos espaço, se somos apenas o retrato, a imagem de um espaço, não será possível senão uma aproximação tangencial, um contato entre superfícies, sem aprofundamentos. Haverá apenas pele sem corpo, máscara sem personagem, boca sem fala, luz sem sombra, palavras sem vivências, signos sem histórias, sinais sem contexto, presente sem passado (Baitello, 2005a: 77).

A cada novo conceito acrescentado mais se diminuem suas dimensões físicas. De imagem bidimensional, participando da configuração da visualidade de um espaço tridimensional, o *sticker* tem sua corporeidade “abstraída” (Flusser, 2008a). Embora remeta a um passado distante, o que lhe restou foi a sombra de sua presença, uma presença “nulodimensional” (Flusser, 2008a).

Esta tecnificação transcorrida na digitalização desmembrou o *sticker* em conceitos, em cálculos e fórmulas – os *pixels* –, que depois, “reunidos, oferecem a ilusão de uma superfície, um mosaico de pedrinhas” (Baitello, 2010: 54). Sendo assim, simulam (Baudrillard, 1991) o real, complexificando-o e reconstruindo-o ponto por ponto. Essa reativação da memória física é, segundo Paul Virilio, a formação de uma profundidade feita a partir das “videoperformances do pixel” (1993: 39).

Copiar o real, de acordo com Vilém Flusser (2008a) ao retomar a etimologia deste termo, é sinônimo de redundância⁴¹. Por isso, ainda segundo o autor, mesmo que a imagem evoque uma experiência anterior à eletrônica, não há como ser perguntado se a cena apresentada é verdadeira ou falsa, isso porque a própria imagem já não permite este tipo de questionamento.

Ainda que com a Internet a imagem repouse “sobre a credibilidade instântanea” (Baudrillard, 1997: 59), em que a similaridade possui valor de verdade; quanto mais abstraída da realidade que participou, menores são as chances de não ter sido modificada, já que ao ser numérica facilmente pode ser mais aperfeiçoada.

⁴¹“A palavra “cópia” é latina e significa originalmente “abundância”, de maneira que “copiar” significa no fundo: “tornar supérfluo, redundante”. Já que superabundante e supérfluo significam, por sua vez, o oposto de “informação”, “copiar” e “desinformar” mostram-se termos intimamente ligados” (Flusser, 2008a: 101).

Software de computador, tais como Corel Draw e Adobe Photoshop provaram ser um inovador auxílio: os artistas podem tirar uma fotografia, digitalizá-la e depois usar o Photoshop para transformá-la em uma imagem que é formada por pontos pretos; o que faz com que pareça mais gráfica, e menos como uma fotografia. Modificando a foto de outras pessoas e colando incontáveis cópias ao redor da cidade também é fácil, embora muitas vezes não requer uma grande dose de talento criativo⁴² (Walde, 2007: 51).

Sendo assim, em vez de tentar se comprovar sua veracidade, é melhor perguntar se o fato é “informativo ou redundante” (Flusser, 2008a: 54), pois é mais válido pensar, segundo Flusser e Baudrillard, se existe a possibilidade – frente a tamanha quantidade de informações copiadas, logo supéfluas –, de ainda existir algo realmente novo.

Frente ao acesso às mesmas informações, todas se tornam redundantes, porque “já que todos disporão de informações idênticas, nada haverá a ser autenticamente dialogado. Nenhuma troca de informação é possível. O diálogos telematizados não são conversações, mas conversas fiadas” (Flusser, 2008a: 87) que trazem a ilusão de se ter acesso a um rico repertório informativo.

3.4 O *sticker* que não intervêm

Diante da inevitável abstração das dimensões da matéria que acompanha o desenvolvimento das “mídias terciárias”, tenta-se, principalmente no caso da *Web*, suplantar essa perda com a promessa da interatividade e do pleno acesso às informações. Assim, já não seria mais necessário ao homem ter que transpor longos distanciamentos geográficos e correr diversos riscos para que conheça o seu exterior. Afinal, tudo já passa pelo filtro da mediatização que lhe resume em imagens o que é preciso saber.

⁴² Texto original: *Computer software such as Corel Draw and Adobe Photoshop have proven innovative aids: artists can take a photo, scan it and then use Photoshop to turn it into an image that is made up of black dots; this makes it look more graphic, and less like a photograph. Modifying other people's pictures and sticking countless copies around town is also easy, though it often doesn't require a great deal of creative talent.*



Figura 19. *Sticker* divulgado no Flickr, onde consta a informação de que está situado na Rua Bela Cintra, São Paulo-SP.

Para ter acesso ao mundo, volta ao interior de sua residência onde pode manter permanente contato com os outros e receber tudo que queira através da superficialidade das telas. Essa catástrofe, prenunciada por Vilém Flusser (2008a) e aprofundada por Norval Baitello, significa a redução da exterioridade e a invasão das informações pelas perfurações por onde entra o “furacão da mídia” (Baitello, 2005a: 48). Paul Valéry, em 1936, já anunciava que da mesma forma como as casas são munidas por água, gás e eletricidade, chegaria o momento em que se veria “imagens visuais e auditivas nascendo e se esvanecendo ao mínimo gesto, quase a um sinal” (apud Virilio, 1993: 57).

Entretanto, como adverte Vicente Romano, há uma confusão entre o que se considera a “função informativa e a função socializadora da comunicação” (2004: 3). Receber ou trocar uma imensa quantidade de informações não significa estar de fato vinculado aos outros. Esta relação que se forma, segundo o autor, é “parasocial, incompleta e insatisfatória” (2004: 4).

Por essa razão o conceito de “aldeia global” de Marshall McLuhan é divergido por Flusser, pois ao adentrarem no local mais privado do homem, que é seu domicílio, essas imagens não agregam pessoas e sim “espalham a sociedade”

(2008a: 56), porque já não há diferença entre o que é o público e o privado. Ao invés de ser uma aldeia, de acordo com o autor, “tratar-se-ia, sim, de “cérebro cósmico”, cérebro de que as pessoas seriam as células irradiantes de informação e as imagens, as fibras que reúnem as células a fim de formarem um todo” (2008a: 71).

Ao transformar o privado em uma “central dos acontecimentos mundiais” (Virilio, 1993: 13) que transmite ininterruptamente as novidades, o contato face a face é substituído pela interface, pela relação homem e máquina, em que o primeiro credita cada vez mais funções ao aparelho, dispensando o contato direto com a realidade.

No mesmo instante em que se veem potencializadas as possibilidades interativas, o sujeito participante desta ação faz do Outro, do seu interlocutor, a tela (Baudrillard, 1990). A intimidade criada a partir desta relação gera um enclausuramento que Eugênio Trivinho (2007) denominou como “bunker glocal”, que significa a transformação do lugar de acesso em um ambiente que atua como meio de duas esferas distintas: a local, referente ao âmbito regional, e a global, que dá acesso às redes comunicacionais, o que forma um único fenômeno, o glocal.

O fenômeno glocal sintetiza uma cadeia espetacular de anulações empíricas. Releiam-se os fatos: com ele, o espaço geográfico se reduz, em termos absolutos, ao lugar imediato de acesso, que se reduz à socioespacialização tecnoimagética, que se reduz ao tempo real, que não se põe numa ordem de sucessão passado-presente-futuro, mas como fluxo contínuo, sem começo nem fim, “pleno”, se assim se pode dizer (quase como algo “dado”), imensurável, que por isso, se caracteriza como um templo atemporal, acrônico, um tempo auto-revogatório, auto-supressivo, um “tempo sem tempo” (Virilio, 2002: 147), tanto mais assim reconfirmado quanto maior for o investimento imaginário do receptor nos fluxos imagético-informacionais. (Trivinho, 2007: 256).

Essa experiência, que insere o homem em uma situação mista – nem local, nem global –, desencadeia outro modo de conceber o mundo, visto que, ao incrementar os aparatos para melhor olhar a realidade, maior privilégio ganhou este sentido, em detrimento dos outros. A “hipertrofia da visão” (Baitello, 2005a: 43), além de ser violenta ao restante do corpo, também gera uma percepção superficial como a da própria superficialidade da tela.

Como visto, as imagens, ao serem projetadas nestas telas, mostram-se resultado da soma de algoritmos que se acumulam e se dispersam o tempo todo. Se este olhar que a contempla, como lembra Flusser, se aproximasse a uma distância além da permitida, perderia a capacidade de enxergar a totalidade do que está vendo. Embora reflitam uma versão aproximada da realidade, com detalhes privilegiados que não são vistos normalmente, em um tempo pleno, “elas exigem que deliberemos determinada distância quanto a elas, exigem ‘superficialidade’ ” (Flusser, 2008a: 39).

Frente à iminente diluição da imagem, caso resolva não olhá-la superficialmente, resta a quem está diante à máquina, imaginar. Segundo Flusser (2008a), essa capacidade imaginativa, que significa “concretizar o abstrato”, é a oportunidade de se escapar do “abismo do nada” que a imagem carrega, visto que em sua formação ela não passa de uma soma de pontos.

Sua veracidade implica, como lembra Virilio (1994), além da capacidade imaginativa de quem a lê, que seus olhos se adaptem à velocidade da máquina por meio de movimentos rápidos e minúsculos para conseguir apreender a tempo tudo que ela oferece. Desenvolve, assim, “uma pseudoperspectiva ‘ótico-eletrônica””, que significa uma “perspectiva acelerada (fantástica) centrada menos sobre um “ponto de fuga” do que sobre a fuga simultânea de todos os pontos” (Virilio, 1993: 67).

Ao ser coordenado pela velocidade do aparelho, o depósito incessante das imagens cria uma discrepância com a capacidade humana de assimilá-las. Por mais selecionadas da realidade que estejam, a percepção e “a memória humana se revelam lentas demais para poder processar semelhante quantidade de dados” (Flusser, 2008a: 104).

Como já citado, no período pesquisado, a quantidade de *stickers* no site aumentou consideravelmente. Esse valor totaliza, em média, a quantidade de 500 imagens inseridas na rede por dia. Frente a esta quantidade e a enorme desvantagem da mente de conseguir assimilar tal número diário, criam-se justamente os locais de armazenamento de imagens, como o citado banco de dados, no qual pode ser gerada, graças à tecnologia, uma memória coletiva plenamente acessível.

Diante do tamanho das informações e da necessidade de olhá-las superficialmente, a temporalidade humana de apreensão, assim como as próprias imagens, vai sendo gradativamente abstraída. “Não é a toa que são chamados virtuais: é porque mantêm as ideias num suspense indefinido, ligado ao termo de um saber exaustivo. O ato de pensar é continuamente adiado” (Baudrillard, 1990: 60).

Em vez de ser dado um conhecimento mais apurado sobre a realidade, a velocidade das imagens se sobrepõe à própria capacidade de apreendê-las. Ao invés da comunicação, sendo entendida como sinônimo de vinculação, surge a incomunicação, o seu inverso, manifestada através da solidão e da superficialidade da recepção (Santos, 2005).

É um exercício de perda constante, de acordo com Dietmar Kamper (2004), pois, a cada nova imagem, a cada pressão do botão, é uma nova reelaboração da realidade que aparece e desaparece. “Uma violência aniquiladora” (Kamper, 2004: 84) com o restante do corpo e com a exterioridade, pois conserva unicamente o plano da imagem e da visão.

3.5 Visualidade e redundância

As oportunidades criadas pela *Web* – tão louvadas pelos stickeiros, de poder mundializar uma imagem que teria sua visibilidade restrita quando colada somente em um determinado espaço –, revelam a marcante duplicidade dos *stickers*, que encontram neste ambiente um local capaz de memorizá-los, difundi-los e inseri-los em contexto muito mais amplo da localidade a que pertenciam.

Sua cópia assim garantiria a possibilidade de pertencer à rede de debates e ideias, que poderia gerar reelaborações para ter maior eficácia no espaço urbano. Essa retroalimentação seria possível caso não houvessem as especificidades apresentadas quando digitalizado.

A permissão dada ao aparelho de ser o mediador entre o observador e a realidade, quando anteriormente era o *sticker* que cumpria este papel entre o olhar e o espaço urbano, concede a este aparelho a responsabilidade de selecionar o que

irá ser mostrado na imagem. Com isso, o conhecimento que se cria sobre a realidade será sempre de uma experiência fragmentada. Ou como esclarece Hans Belting (2007), a imagem sintética estimula também um olhar sintético, por meio do ponto de vista privilegiado e único que a imagem mostra na tela.

A experiência trazida por este *sticker* elimina a necessidade do deslocamento para conhecê-lo, eliminando igualmente o conhecimento que cada imagem proporciona em cada local onde se fixa. Como uma janela que se abre para o dia perene, sua bela aparência na tela garante ao seu observador as informações necessárias que deva saber. Eugênio Trivinho, em analogia entre essa janela, que chama de mediática, e a janela de um trem, esclarece que:

A dissipação da paisagem é comum a ambas. O trem corre, e qualquer recorte de paisagem percebido num momento é substituído por outros à medida que a viagem prossegue. Assim como as paisagens se sobrepõem e se aniquilam, esvanecem-se também as impressões da própria viagem. Por sua vez, os fluxos mediáticos correm, e todo cenário que se evidencia num momento é ultrapassado por outro, e assim sucessivamente, num circuito acelerado. [...] A diferença principal entre a janela do trem e a janela mediática consiste no fato de que, enquanto a primeira está em movimento e a paisagem fixa, a segunda é fixa e os fluxos das redes é que estão em movimento. (Trivinho, 1998: 55-56)

No entanto, ao ser uma paisagem que somente simula a realidade, apresentando-a em alta resolução, não há garantia nenhuma de que está mesmo remetendo à realidade concreta. Pode muito bem, e com certa facilidade, recriar sempre que se queira a própria imagem e os locais que referencia.

Desse modo, além da síntese de todos os elementos participantes da sua urbanidade, soma-se à imagem a função de ser também um “biombo” (Flusser, 2008a) que, “ao invés de remeter ao mundo e às coisas, passa a bloquear seu acesso, remetendo apenas ao repertório ou repositório de imagens” (Baitello, 2005a: 54). Afasta assim a probabilidade de ser uma janela para a realidade ou mesmo um, pequeno, demonstrativo de que a realidade deva ser vista presencialmente, pois a encobre ao referenciar unicamente a si mesma.

Por essa razão, Flusser e Baudrillard defendiam que a pertinência das questões levantadas sobre estas imagens estava além da comprovação de sua

veracidade, e sim deveriam abordar suas qualidades informativas ou redundantes. Pois, como apontam Paul Virilio (1994) e Kátia Maciel (1999), embora tenha-se abordado este fato como “imagem”, há muito este deixou de ser. Esta “não-coisa”, fruto da abstração, como denominou Flusser (2008a), já não é o *sticker*, é somente seu rastro, porque ele não é “nada mais do que uma série de impulsos codificados dos quais não podemos nem mesmo imaginar a configuração, uma vez que, exatamente nesta “automação da percepção”, o *retorno-imagem não é mais assegurado*”⁴³ (Virilio, 1994: 103).

Já em relação a ser informativa ou redundante, a quantidade de dados despejados diariamente nas memórias digitais denuncia a qualidade que possuem tais imagens. A própria forma como são “catalogadas”, ao mesmo tempo em que facilita seu encontro, gera espaços em que o novo não é mais visto, somente:

[...] representações de representações, ilustrações de ilustrações, realidades cada vez mais distantes, abstratas e descarnadas de interioridade, vazias ou ocas, fantasmas de aparição súbita e efêmera, que serão sucessivamente substituídos por mais fantasmas, como uma imagem sucede a outra, infinitamente, sem nunca levar a algo que não seja também uma imagem (Baitello, 2005a: 48).

Desse modo, o arquivamento compulsivo permitido pela *Web*, em que mais e mais imagens são memorizadas para serem acessadas a qualquer instante, sempre recuperáveis, configura uma extrema redundância informativa, uma “massa de excrementos” (Trivinho, 1998: 119), que não tem outra função senão provar a existência anterior.

A hipótese de que, mesmo armazenada junto à excessiva quantidade de outros *stickers*, uma única imagem continuaria a ser vista, com a facilidade de sempre poder ser resgatada, torna-se uma ilusão frente a tal situação.

Sendo o olhar a única fonte que dá vida às imagens – e isso se comprova na *Web* com a onipresença dos contadores de acesso –, e por este olhar estar sobrecarregado com as infinitas possibilidades de visualização, poucas são as

⁴³ Grifo do autor.

chances de uma única imagem ser “sorteada”⁴⁴. Se a imagem, como comenta Norval Baitello (2005a), é o artifício capaz de vencer a morte, o que lhe mantém a vida é sua visualização e o que representa seu fim não é senão o próprio esquecimento. Assim, embora continue existindo em algum lugar, mesmo que somente como pontos de luz, o *sticker* continua com sua visibilidade rarefeita.

Nessas práticas, que levam o *sticker* do urbano ao virtual, além de serem evidentes que os objetivos desta imagem ultrapassem seu papel de interventora na visualidade urbana, é possível verificar, também, o grande número de mudanças estruturais pelas quais o *sticker* passa quando se sujeita a participar de novos meios. Entender esse paralelo entre suas diversas comunicabilidades, naturalmente, acresce a compreensão sobre o modo como estas imagens atuam, quais são seus propósitos, ou seja, de que forma também participam da cultura.

⁴⁴ Entre as 150 imagens acompanhadas durante a pesquisa, verificou-se que o tempo de visualização de cada imagem dura, em média, quinze dias a partir do momento em que foi depositada. Ou seja, menor do que quando estava na cidade. Depois desse período a única visualização que a “alimentava” era a que colhia dados para a pesquisa. Esse fato denota que nem ao menos seu próprio produtor volta a vê-la. Informações detalhadas podem ser verificadas no Anexo III.

CAPÍTULO 4

À guisa de conclusão: a cultura destas imagens...

Ao se propor a análise da relação entre a produção de imagens com suas variadas comunicabilidades, mostram-se sempre vinculados também os aspectos culturais participantes dessas dinâmicas. Em suas exposições, as imagens permitem ver de que modo a cultura se associa a este contexto e como tem sido construída e reconfigurada continuamente. Sendo assim, ao se olhar as imagens sob esse aspecto, podem ser revelados de que modo os sentidos culturais têm sido projetados atualmente.

Participantes dos “fatos geradores” (Baitello, 2005a: 8) dos sistemas culturais, as imagens respondem ao antigo anseio humano de construir sentido ao mundo em que vive e a sua existência, pois com elas é capaz de criar explicações, e ter um possível grau de domínio e de posse sobre seu ambiente (Benjamin, 1994).

Essa construção imagética, abordada pelo filósofo checo Ivan Bystrina, em sua Teoria Sintética da Cultura, ultrapassa o âmbito biológico do ser vivo e abarca a

criação simbólica que o homem faz de sua realidade. A segunda realidade, como foi denominada, é essa esfera capaz de justificar a presença do homem no mundo e transpor seu medo existencial frente à própria finitude.

Nascida nos sonhos, nos estados alterados de consciência, nas psicopatologias e nos jogos, essa realidade é regida por códigos⁴⁵ que, além de permitirem que seja construído um sentido sobre a vida, possibilitam ao homem externar sua imaginação através de textos “imaginativo-criativos” (Bystrina, 1995). Esses textos, segundo o autor, se referem não apenas à linguagem verbal, mas também às manifestações que possuam essa qualidade criativa.

Correspondendo-se com essa subjetividade, as imagens, ao serem registradas em diferentes suportes, projetam a livre imaginação do homem e estendem sua comunicação para além de sua própria vida. O ser humano consegue, por intermédio de suas imagens, a almejada imortalidade.

Isso se averigua desde suas primeiras sinalizações, quando passa a desenhá-las para representar o mundo que imagina. Por meio da metáfora da caverna, é possível observar que o homem traz para perto de si o que lhe é distante, abrigo do mundo exterior, ao mesmo tempo em que cria um mundo interior novo (Baitello, 1999).

Sua produção assim se refere à análise que Günter Gebauer e Christoph Wulf fazem sobre a relação mimética e a cultura, pois as imagens passam a figurar um outro mundo de aparências a partir do existente. Elas têm “uma existência material, mas o que elas representam não é parte integrante da realidade empírica, pertence a uma outra ordem do saber que esta” (2004:36).

Fruto dessa mimese, ao serem capazes de figurar o externo e projetarem o interno, as imagens passam a cumprir na cultura a função de mediar as relações humanas. Como textos de cultura que compõem-se como projeções de sentido, também “preenchem uma função comunicativa, uma função de participar, de informar – no sentido amplo da palavra. Mas preenchem também outras funções,

⁴⁵ Ivan Bystrina (1995) difere três tipos de códigos: primários, secundários e terciários, ou biológicos, etológico-sociais e culturais, respectivamente. Nestes é que se produz a transição da primeira para a segunda realidade.

como por exemplo, a função estética, ou emotiva e expressiva, ou ainda outras funções sociais” (Bystrina, 1995: 3). Desse modo, “narrativizam” (Baitello, 1999: 37) as atribuições de nexos, sentidos e valores dados pelo homem em determinado estágio de sua cultura.

Incumbidas dessas funções, as imagens têm a qualidade de representar e simbolizar os diversos estágios de significados dados pelo homem no decorrer de sua história. Elaboram um “jogo” (Bystrina, 1995: 3) entre elas e seus leitores. Assim como são capazes de significar diferentes contextos, podem propor diferentes significados para uma mesma realidade. São produzidas pela cultura e produtoras de cultura.

Observá-las a partir desse eixo, significa evidenciar suas qualidades testemunhais da memória coletiva, bem como apresentar as diferentes subjetividades presentes em suas figurações. Para isso, é necessário se aprofundar em seus significados e ter consciência de suas reelaborações constantes; entrar em um terreno movediço onde é possível compreender a profundidade de sua produção e a forma como atualmente têm refletido a realidade. Como destacou Ivan Bystrina, “a análise em profundidade de textos culturais, a descoberta de mensagens ocultas e a interpretação dos textos são atividade que constituem o que há de mais importante no trabalho da semiótica da cultura” (1995: 23).

Assim, com o pressuposto de que estão inseridas nesta construção mimética e que são fruto desse ambiente artificial construído pelo homem, mostra-se necessário também questionar a maneira como as imagens se constituem, o que escondem, quais suas dinâmicas, quais os subterfúgios utilizados, que tipos de ambientes criam ao se mostrarem em diferentes “capilaridades comunicativas” (Baitello, 2010). No percurso percorrido em diferentes meios comunicativos, que tipo de relações as imagens constroem e para quais finalidades de fato são produzidas.

4.1 Primeiras observações

A partir desta perspectiva, da imagem como elemento determinante para a compreensão dos atuais estágios da cultura, buscou-se, no decorrer deste trabalho, revelar os diversos caminhos percorridos pelo *sticker* em seus vários âmbitos comunicativos e desvendar os diferentes apelos que possui nas suas diferentes etapas.

Na inicial observação de imagens, que preenchem cotidianamente nossos espaços públicos, e na conseqüente indagação sobre quais os sentidos estão incutidos, embora não explicitamente, em suas comunicabilidades; este trabalho caminhou para além da constatação visual das imagens no espaço urbano ao buscar tanto as suas germinações em fases anteriores como as suas disposições além de sua finitude material.

Com isso, foi possível verificar que, embora seja comumente incluído em uma específica categoria de imagens que participam da visualidade urbana, o *sticker* retém outras características que o faz ultrapassar suas iniciais determinações. Por esta razão, optou-se por abordá-lo como fenômeno imagético e não restringi-lo a uma leitura sobre suas qualidades artísticas, ainda que essas também estejam contidas.

Seu objetivo, quando exposto no espaço urbano, mesmo que circunde uma redefinição estética, resgata igualmente as noções de territorialização e protesto que procuram explorar as condições públicas desses locais, como retoma o amplo uso feito pela indústria gráfica no decorrer de todo século XX.

Nessa junção de variadas significações, o *sticker* denota que, mesmo que se manifeste por meio de singelos adesivos, sua comunicação guarda complexidades que podem demonstrar mais sentidos do que aqueles inicialmente supostos.

Sendo assim, tentou-se demonstrar que além de intervir de forma curiosa nas cidades, o *sticker* é o recente resultado da tentativa de se produzir uma grande quantidade de imagens, de maneira mais rápida, para que estejam presentes na maior quantidade de lugares possíveis. Esse ímpeto, além de sinalizar dinâmicas

posteriormente demonstradas, indica naturalmente de que forma sua comunicação se estabelece.

Dentro dessa relação entre tempo e quantidade, determinantes para todos os seus estágios de exposição, podem ser encontrados os elementos que justificam a existência do *sticker*, e que igualmente configuram sua problemática visual.

Por um lado, o *sticker* explora essas propriedades objetivando construir um jogo – não somente gerado nas figuras que usa e que despertam o humor e a ironia –, que intenta configurar um outro espaço urbano, lugarizado e particularizado por meio das imagens. Nesses modos, busca despertar a visibilidade da cidade, numa tentativa de proporcionar uma experiência sensível a quem a observa.

Nesse sentido, é uma imagem que tem a função de mediar a formação de uma outra imagem, a urbana. Ao tentar construir um outro tempo de assimilação do espaço, via uma proposta não-linear, poderia participar de uma nova ressignificação desses ambientes, menos funcionalista e mais vinculadora.

No entanto, convida para o jogo um local e um olhar que não têm domínio completo sobre suas regras. Suas próprias características o faz encontrar estes bloqueios, já que diminuído perante os outros apelos, requer uma disponibilidade redobrada para se fazer compreensível e efetivar suas intenções.

O dilema instaurado fica claro quando são diferenciadas suas características expositivas e impositivas. Frente à própria dificuldade de se comunicar, usa instrumentos que somente denotam sua fobia por deixar de existir. Sua característica de intervir se dilui e dá lugar a outro elemento que lhe é próprio, o excesso. Dessa forma, sua visualidade acaba se demonstrando em seu próprio pânico, que resulta na devoração mútua que acelera ainda mais seu próprio fim.

E é a partir destas mesmas disposições, fobia e excesso, que o meio digital torna-se a continuidade de sua trajetória expositiva, pois nele encontra a possibilidade de rapidamente expandir ainda mais o seu alcance.

As características adquiridas a partir dessa transição eliminam boa parte dos entraves encontrados em sua primeira exposição. Além de ser possível irradiar-se para uma maior audiência, consegue evidenciar mais claramente informações que

não eram completamente apreendidas.

Seu duplo sintético mostra-se mais perfeito que o próprio real, revelando detalhes e vencendo a inevitável efemeridade; mesmo que para isso, descarte suas principais razões que o faziam existir no espaço urbano. Entre elas, a principal, de uma imagem que participava da mediação urbana.

Ao ser uma imagem criada a partir de outra imagem, seleciona o que deve ser compreendido; abstrai toda experiência física e deixa de ser a ponte entre a percepção e a espacialidade, passando a ser ela própria a referência de si mesma.

O que anteriormente se expunha de maneira ilimitada e indefinida torna-se organizada de modo lógico e linear, que facilita a condensação das informações, mas que encarrega o próprio aparelho de cumprir tal tarefa, de ser a ponte entre o leitor e a imagem. A mimese convencional é substituída pela garantida de veracidade dada pelo aparelho (Belting, 2007).

Apesar das evidentes transformações ocorridas na comunicação desta imagem, podem ser notados, igualmente, alguns elementos que se paralelizam. Embora ocorridos em âmbitos diferentes, denotam que, mesmo fundamentalmente antagônicas, ambas as imagens encontram semelhantes disposições ao estarem nestes diferentes meios.

4.2 Incomunicações

Visto que os *stickers*, em suas diferentes exposições, encontram incertezas quanto à concretização de suas propostas, surgem características que podem indicar as razões pelas quais algumas problemáticas se repetem, mesmo quando essa imagem transita para outro meio.

Apesar de estar em diferentes localidades, o *sticker* se expõe em dois ambientes que não facilitam uma observação cuidadosa sobre o que é mostrado. Na cidade, com seu ritmo vertiginoso, é muitas vezes despercebido pelo olhar urbano que não tem tempo ou está saturado com tamanha quantidade de informações. E

em sua virtualidade, perde qualquer referência, que acaba homogeneizando-o, como a tantas outras imagens que aparecem e desaparecem instantaneamente.

Ambos podem ser considerados como “não-lugares”, já que não se abrem efetivamente para a criação de um vínculo comunicativo. São somente espaços de transição, que não permitem a construção de uma memória, pois neles só existem a permanente sucessão de mensagens e apelos.

Nessas condições, qualquer estímulo que intente neles se mostrar encontra uma tendência a ser miniaturizado frente ao vasto acúmulo de informações simultâneas. Com o *sticker*, seja nas placas ou no banco de dados, a “entomização” (Baitello, 2005a; 2010) causa uma fragilidade na exposição da imagem. Como visto, no urbano, isso ocorre devido à dificuldade em aparecer dentro de um contexto mais amplo; e no virtual, como destacam Gebauer e Wulf (2004), decorre da própria estrutura deste meio que reduz qualquer informação em favor da ubiquidade e da sintetização.

Além de afetar a visualidade da imagem, tais situações igualmente interferem no modo como são percebidas. O *sticker* passa a encontrar apenas superficialidades nos modos como é lido, pois, no primeiro caso, não consegue, de fato, concretizar sua proposta; enquanto que, no segundo, não há maneira de ser apreendido que não seja superficialmente, tal como abordado no terceiro capítulo.

Nestas três características – local de exposição, entomização e superficialidade de leitura –, pelas quais passa o *sticker* em seus diversos estágios, há um fator comum que permeia toda sua trajetória, o excesso. A exemplo disso, é possível verificar que o *sticker* adquire três formas de se comunicar: a primeira enquanto imagem única em seus diversos suportes urbanos; em seguida, a aglomeração com outros *stickers* formando uma outra imagem; para depois se deslocar ao virtual. Em todos os casos é abastecido por suas influências que não são somente estéticas, mas também altamente propagadoras.

Sua grande irradiação, podendo ser vista aqui como seu traço elementar, é capaz de ser explicada mediante duas outras disposições que ele mantém no seu percurso e que irão revelar em que contexto esta imagem está se inserindo.

Desde as imagens anteriores ao *sticker*, nota-se que, por trás da territorialização e da criação de “lugares meus”, está a busca pela notoriedade do produtor e da sua imagem. Com o *sticker*, esta dinâmica não se instaura necessariamente na figura de um indivíduo que possui sua marca e a espalha, uma vez que pode ser adquirido já fabricado em diversos locais, mas pelo próprio ato de espalhar e tornar uma imagem amplamente conhecida.

A ideia de que determinada imagem conseguiu estar presente em muitos locais é levada também à *Web* como instrumento de comprovação de participação, com a particularidade de que, neste caso, o stickeiro também se revela. Não à toa, nas duas situações a figura representada é identificada como *tag*⁴⁶, pois possibilita que esta seja vastamente reconhecida.

Ser notável se refere também à intenção de servir como vestígio de certo caminho percorrido, demonstrando a existência por meio de um rastro que lhe serve como prova. Mas, como destaca Norval Baitello (2005a; 2010), deixar um rastro significa atribuir uma sobrevida à imagem, ou seja, incumbi-la do desafio e da negação do próprio fim.

Demonstrada nos três capítulos, essa tentativa de se sobrepôr à finitude marca todo o percurso do *sticker*. Ao buscar sempre um novo caminho que estenda sua exposição, o *sticker* mostra que intenta esta sobrevida, o que revela a sua fobia por deixar de existir.

Relacionados mutuamente, o esforço pela notoriedade e a fobia implicada nesta busca, geram a produção excessiva destas imagens. Excesso esse que sempre se depara com os curtos períodos em que de fato a imagem é vista, e que abastecem ainda mais a sua ampla produção. É como se quisessem preencher uma lacuna, um vazio. Como um eco (Baitello, 2010) que se propaga reiteradas vezes, mas que não emite senão a própria redundância.

Sendo a imagem um artifício capaz de mediar a relação do homem com o mundo propondo um jogo, como formulado por Bystrina (1995), o seu excesso pode

⁴⁶ Do inglês, *tag* significa um nome ou frase que possa identificar determinada pessoa ou objeto. Neste caso, no urbano se usa o termo para destacar o indivíduo ou grupo que se apropriou de certo local, e no virtual, para facilitar a busca e o encontro de determinada informação.

representar de que maneira essa relação tem se determinado. Como resultado da apropriação feita a partir da realidade, as imagens e sua sobrelevada exposição indicam a tentativa compulsiva do homem de apoderar-se do seu entorno. Esse impulso exagerado, comentado por Vilém Flusser (2008b) e Norval Baitello (2005a; 2010), define-se por meio da “gula”, que não é mais a necessidade de se produzir imagens a partir da assimilação do mundo, mas a criação feita pelo excesso, além do que é preciso.

Esta fixação pela produção de imagens, denominada como “iconomania” (Anders, apud Baitello, 2006: 19), gera um número cada vez maior de imagens que tentam suplantar a dificuldade de apelo que tiveram as suas antecedentes, devorando-as. As diversas “iconofagias” (Baitello, 2005a) ocorridas podem ser observadas tanto na sobreposição de *stickers* no espaço urbano como na grande quantidade de novas imagens que são depositadas diariamente nos sites, fazendo com que as anteriores, embora presentes na memória virtual, sejam esquecidas em pouco tempo. Mas, igualmente, na devoração que acontece quando se transfere do urbano ao virtual, pois quando digitalizado, apresentando-se melhor que a experiência real, retira a necessidade da observação da imagem na cidade.

Tendo a capacidade de participar e influenciar a composição dos ambientes comunicativos, as imagens, quando produzidas da maneira como foi demonstrada, não fornecem senão elementos que fazem estes ambientes serem extremamente saturados de informações. Com sua intensidade visual, o *sticker* colabora na configuração destes cenários e lhes agrega elementos que traz em sua trajetória, ou seja, a fobia e o excesso.

Só que neste momento acontece a inversão de suas propostas, como desenvolvem Dietmar Kamper e Norval Baitello, uma vez que deixam de significar a incrementação visual dos locais de sua exposição, para entrarem em um ciclo de sobreposição excessiva com forte crise de apelo. Por esse motivo, da forma como se expõe e a partir das dinâmicas em que se desenvolve, fica claro que o *sticker*, em todas suas fases, ao invés de concretizar suas propostas, só encontra “incomunicação” (Baitello, 2005b).

4.3 Outros Caminhos

A leitura sobre a incomunicabilidade das imagens derivada de seus excessos e da conseqüente crise de apelo que possuem foi amplamente pesquisada, de diferentes formas, pela grande parte dos autores aqui citados. Suas análises se sustentam na intrínseca relação entre comunicação e cultura, e é a partir dela que elaboraram pesquisas que procuram traçar as correspondências existentes entre esses dois campos de estudo.

A sobrelevada produção de imagens como reflexo de como temos atualmente assimilado nossa realidade pode ser um indicativo da forma como estamos criando nossos sistemas culturais e os ambientes em que vivemos.

O *sticker*, além de ser um tipo específico de imagem que encontra semelhante situação, é parte constituinte da forma como atualmente lidamos com nossas imagens. Sua recente notoriedade o faz estar inserido em um contexto de época mais amplo, no “olho do furacão” (Baitello, 2005a: 48) de um processo compulsivo de produção visual que se alastra pelos diferentes meios de comunicação.

A tentativa aqui demonstrada foi de ampliar este fenômeno, que é bastante presente em nosso cotidiano urbano, e indicar que ele possui mais significações encobertas do que as que são mostradas inicialmente. Para isso, foi necessário explorar toda a complexidade de suas partes que se relacionam mutuamente em um processo, como definiu Milton Santos, “de desmanche, de fragmentação e de recomposição, um processo de análise e síntese ao mesmo tempo” (2009: 120).

Não se procurou com isso esgotar definitivamente o assunto nem propor fórmulas definitivas para o analisar. O *sticker* mostrou ser sempre um caminho bastante instável, continuamente reinventado e de delicada compreensão. Por esse motivo, as opções aqui feitas se guiaram a partir dos pressupostos teóricos estabelecidos, que mostraram-se bastante efetivos para se fazer a análise das razões pelas quais a cultura destas imagens têm se encaminhado para certas direções.

Entretanto, notou-se que dentro desta reelaboração constante pela qual passam essas imagens, outras manifestações urbanas surgiram recentemente e, gradualmente, têm ganhado mais adeptos. Ao contrário de ser o resultado da busca pela velocidade de propagação, assim como é o caso do *sticker*, novas imagens propõem-se duradouras e singulares. Para isso, os produtores concretam, com cimento, placas nas ruas e postes que constam figuras muito semelhantes às usadas no *sticker*.



Figura 20. Imagem criada pelo Invader – famoso em diversos países –, que atualmente também divulga seu trabalho no Brasil. Esta imagem foi encontrada na Rua Teodoro Sampaio, São Paulo-SP.
Fotografia de Thiago Balbi.

As mudanças de sentido que estas novas imagens podem trazer, com suas ocorrências acontecendo paralelamente à exibição de imagens que assumem sua efemeridade, como igualmente de que modo essa exposição recria a configuração visual urbana, abre possibilidades para estudos específicos que poderão revelar outros sentidos contidos nessas dinâmicas.

REFERÊNCIAS

LIVROS

ARANTES NETO, Antonio Augusto (2000). *Paisagens paulistanas: transformações do espaço público*. Campinas: Unicamp; São Paulo: Imprensa Oficial.

ARCE, José M.V. (1999). *Vida de barro duro: cultura juvenil e grafite*. Trad. Heloísa Rocha. Rio de Janeiro: UFRJ.

ARGAN, Giulio Carlo (1998). *História da arte como história da cidade*. Trad. Luigi Cabara. São Paulo: Martins Fontes.

AUGÉ, Marc (1994). *Não-lugares. Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Trad. Maria Lúcia Pereira. Campinas: Papyrus.

BAITELLO, Norval (2010). *A serpente, a maçã e o holograma: esboços para uma teoria da mídia*. - São Paulo: Paulus.

_____ (2006). “A volatilização do sangue: tipografia e imagem mediática, jogos e guerras, animação e anestesia, orientação e ocidentação”. In: BAITELLO, Norval; GUIMARÃES, Luciano; MENEZES, José Eugenio; PAIEIRO, Denise Orgs. *Os símbolos vivem mais que os homens: ensaios de comunicação, cultura e mídia*. São Paulo: Annablume; Cisc, 2006. P 11-24.

_____ (2005a). *A era da iconofagia. Ensaios de comunicação e cultura*. – São Paulo: Hacker Editores.

_____ (2005b). “Incomunicação e imagem”. In: BAITELLO JUNIOR, Norval, Org.; CONTRERA, Malena Segura, Org.; MENEZES, José Eugênio de O., Org. *Os meios da incomunicação*. São Paulo: Annablume; CISC, 2005. P 71-80.

_____ (2004). “O espírito do nosso tempo: o presente crucificado”. In: CONTRERA, Malena Segura Org.; GUIMARÃES, Luciano Org.; PELEGRINI, Milton Org.; SILVA, Maurício Ribeiro da. Org. *O espírito do nosso tempo: ensaios de semiótica da cultura e da mídia*. São Paulo: Annablume; CISC, 2004.13-21.

_____ (1999). *O animal que parou os relógios: ensaios sobre comunicação, cultura e mídia*. São Paulo: Annablume.

_____ (1993). *Dada-Berlim: des/montagem*. São Paulo: Annablume.

BARBOSA, Gustavo (1984). *Grafitos de banheiro: a literatura proibida*. São Paulo: Brasiliense.

BARTHES, Roland (1984). *A câmara clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

BAUDRILLARD, Jean (1997). *Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Trad. Juremir Machado da Silva. - Porto Alegre: Sulina.

_____ (1991). *Simulacros e Simulação*. Trad. Maria João Da Costa Pereira. Lisboa: Relógio D'Água.

_____ (1990). *A transparência do mal: ensaio sobre os fenômenos extremos*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Campinas: Papyrus.

_____ (1979). *Kool killer ou a insurreição pelos signos*. Trad. Fernando Mesquita. Revista Cine Olho n. 5 jul/ago 1979. P 36-44.

BEDOIAN, Graziela; MENEZES, Kátia, Orgs. (2008). *Por trás dos muros: horizontes sociais do graffiti*. São Paulo: Petrópolis.

BELTING, Hans (2007). *Antropologia de la imagem*. Trad. Gonzalo Maria Veléz Espinosa. Buenos Aires: Katz Conocimiento.

BELTRÃO, Luiz; OLIVEIRA, Quirino (1996). *Subsídios para uma teoria da comunicação de massa*. São Paulo: Ed. Summus.

BENJAMIN, Walter (1995). *Rua de mão única*. Trad. Rubens Rodrigues Torres Filho. 5. Ed. São Paulo: Brasiliense.

_____ (1994) *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Tradução Sergio Paulo Rouanet. 7. Ed. São Paulo: Brasiliense.

_____ (1989). *Charles Baudelaire. Um lírico no auge do capitalismo*. Trad. por José Carlos Barbosa e Hemerson Alves Baptista. São Paulo: Brasiliense.

BIVAR, Antonio (2001). *O que é punk*. 5º ed. São Paulo: Brasiliense.

BOLETA (2006). *Ttsss – a grande arte da pixação em São Paulo*. São Paulo: Editora do Bispo.

BORELLI, Silvia Helena Simões; ROCHA, Rose de Melo; OLIVEIRA; Rita de Cássia Alves. (2009). *Jovens na cena metropolitana: percepções, narrativas e modos de comunicação*. 1.ed. - São Paulo: Paulinas.

BORELLI, Silvia Helena Simões; OLIVEIRA; Rita de Cássia Alves. (2008). "Vida na metrópole: comunicação visual e intervenções juvenis em São Paulo". In: PRYSTHON, Ângela; CUNHA, Paulo Orgs. *Ecos urbanos: a cidade e suas articulações midiáticas*. Porto Alegre: Sulina, 2008. P 111-129.

BOU, Louis (2006). *Street art. The spray files*. 4º ed. New York: Collins Design.

BRAGA, Paula (2008). *Fios soltos – a arte de Hélio Oiticica*. São Paulo: Perspectiva.

- BURKEMAN, Db; LOCASCIO, Monica (2010). *Stickers – from punk rock to contemporary art*. New York: Rizzoli.
- BYSTRINA, Ivan (1995). *Tópicos de semiótica da cultura*. Trad. Norval Baitello Junior e Sônia B. Cartino. São Paulo: Pré-Print Cisc.
- CANCLINI, Néstor García (2006). *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Trad. Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. 4º Ed. – São Paulo: Edusp.
- CANEVACCI, Massimo (2005). *Culturas eXtremas: mutações juvenis nos corpos das metrópoles*. Trad. Alba Olmi. Rio de Janeiro: DP&A.
- _____ (1993). *A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. Trad. Cecília Prada. São Paulo: Studio Nobel.
- CAÑIZAL, Eduardo Peñuela; CAETANO, Kati Eliana Orgs. (2004). *O olhar à deriva: mídia, significação e cultura*. São Paulo: Annablume.
- CERTEAU, Michel de.(2000). *A Invenção do cotidiano. 1. Artes de fazer*. Trad. Ephraim Ferreira Alves. 5º ed. Petrópolis: Vozes.
- CHASTANET, François (2007). *Pixação: São Paulo signature*. Berkeley: Gingkopress.
- COHEN, Renato (2007). *Performance como linguagem. 2. ed.* São Paulo: Perspectiva.
- COMBS, Dave; COMBS, Holly (2007). *Peel: the art of the sticker*. New York: Mark Batty Publisher.
- CONTRERA, Malena Segura (2002). *Mídia e pânico: saturação da informação, violência e crise cultural na mídia*. São Paulo, Annablume.
- COOPER, Martha, CHALFANT, Henry (1991). *Subway art*. London: Thames and Hudson.

DEBRAY, Régis (1993). *Vida e morte de imagem: uma história do olhar no Ocidente*. Trad. De Guilherme Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes.

DENIS, Rafael Cardoso (2000). *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgar Blücher.

ECHETO, Victor Silva (2006). "Topologias da Virtualidade; comunicação, subjetivação e poder". In: BAITELLO, Norval Jr, Org.; GUIMARÃES, Luciano, Org.; MENEZES, José Eugênio de Oliveira, Org.; PAIEIRO, Denise, Org. *Os símbolos vivem mais que os homens: ensaios de comunicação, cultura e mídia*. São Paulo: Annablume; Cisc, 2006. P 55-64.

ELGER, Dietmar (1999). *Dadaísmo*. Madrid: Taschen.

FAIREY, Shepard (2009). *Obey: supply et demand*. Berkeley: Gingko Press.

FERRARA, Lucrecia D'Alessio (2009a). *A estratégia dos signos. Linguagem/espaço/ambiente urbano*. 2º ed. São Paulo: Perspectiva.

_____ (2009b). "Cidade: fixos e fluxos". In: TRIVINHO, Eugênio Org. *Flagelos e horizontes do mundo em rede: política, estética e pensamento à sombra do pós-humano*. Porto Alegre: Sulina, 2009. P 123-137.

_____ (2008). *Comunicação espaço cultura*. São Paulo: Annablume.

_____ Org. (2007). *Espaços comunicantes*. São Paulo: Annablume, Grupo ESPACC.

_____ (2002). *Design em espaços*. - São Paulo: Edições Rosari.

_____ (2000). *Os significados urbanos*. - São Paulo: EDUSP: FAPESP.

_____ (1986). *Leitura sem palavras*. São Paulo: Ed. Ática.

FLUSSER, Vilém (2008a). *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: Annablume.

_____ (2008b). *A história do diabo*. São Paulo: Annablume.

_____ (1985). *Filosofia da caixa preta – Ensaio para uma futura filosofia da fotografia*. – São Paulo: Hucitec.

GANZ, Nicholas; MANCO, Tristan Orgs. (2008). *O mundo do grafite*. Trad. Rogério Bettoni. São Paulo: WMFMartinsFontes.

GEBAUER, Günter; WULF, Christoph (2004). *Mimese na cultura: agir social, rituais e jogos, produções estéticas*. – São Paulo: Annablume.

GITAHY, Celso (1999). *O que é graffiti*. São Paulo: Brasiliense.

GLUSBERG, Jorge (2008). *A arte da performance*. Trad: Renato Cohen. São Paulo: Perspectiva.

GOLDBERG, Roselee (2006). *A arte da performance: do futurismo ao presente*. Trad. Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

GUBERN, Román (1996). *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama Editorial.

HARVEY, David (2005). *Condição pós-moderna. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. Trad. Adail Ubirajara Sobral; Maria Stela Gonçalves. 14^o ed. São Paulo: Ed. Loyola.

HEBDIGE, Dick (1995). *Subculture: the meaning of style*. London and New York: Routledge.

HILLMAN, James (1993). *Cidade & alma*. Trad. Gustavo Barcellos e Lúcia Rosenberg. São Paulo: Studio Nobel.

HOLLIS, Richard (2000). *Design gráfico: uma história concisa*. Trad. Carlos Daudt. São Paulo: Martins Fontes.

HOME, Stewart (2004). *Assalto à cultura: utopia subversão guerrilha na (anti) arte do século XX*. Trad. Cris Siqueira. 2. ed. São Paulo: Conrad Editora do Brasil.

HOUAISS, Antônio (2001). *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva.

HUNDERTMARK, Christian (2005). *Art of rebellion: the world of street art*. Berkeley: Gingko Press.

JACQUES, P. B., Org. (2003). *Apologia da deriva: escritos situacionistas sobre a cidade*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra.

KAMPER, Dietmar (2004). "Estrutural temporal das imagens". In: CONTRERA, Malena Segura Org.; GUIMARÃES, Luciano Org.; PELEGRINI, Milton Org.; SILVA, Maurício Ribeiro da. Org. *O espírito do nosso tempo: ensaios de semiótica da cultura e da mídia*. São Paulo: Annablume; CISC, 2004. P 81-86.

KUMAS, Sрни (2006). *Sticker nation. The big book of subversive stickers volume 1*. New York: Disinformation.

LEITE, Rui Moreira (2008). *Flavio de Carvalho – O artista total*. São Paulo: Senac São Paulo.

LEROI-GOURHAN, André (1983). *Os caçadores da pré-história*. Trad. Joaquim João Coelho da Rosa. Lisboa: Edições 70.

LYNCH, Kevin (1997). *A imagem da cidade*. Trad: Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes.

MACIEL, Katia (1999). "A última imagem". In: PARENTE, André. *Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual*. 3º Ed. Rio de Janeiro: Ed. 34. P 253-257.

MANCO, Tristan (2005). *Street logos*. New York: Thames & Hudson.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1998). "Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad". In: MARGULIS, Mario; URREST, Marcelo. *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Santafé de Bogotá: Siglo del Hombre; Universidad Central. P. 22-37.

_____ (1997a). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Trad. Ronaldo Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

MCCAFFERY, Larry (1993). *Avant-pop. Fiction for a daydream nation*. Tuscaloosa: Alabama Univ. Press.

MCLUHAN, Marshall (1969). *Os meios são as massa-gens: um inventários dos efeitos*. Trad. Ivan Pedro de Martins. Rio de Janeiro: Record.

MENEZES, José Eugenio de O. (2005). “Incomunicação e Mídia”. In: BAITELLO JUNIOR, Norval, Org.; CONTRERA, Malena Segura, Org.; MENEZES, José Eugênio de O., Org. *Os meios da incomunicação*. São Paulo: Annablume; CISC, 2005. P 25-33.

MOLES, Abraham Antoine (1974). *O cartaz*. Trad. Miriam Garcia Mendes. São Paulo: Perspectiva, EDUSP.

MORIN, Edgar (2009a). *Cultura de massas no século XX: neurose*. Trad. Maura Ribero Sardinha. – 9.ed – Rio de Janeiro: Forense Universitária.

MORIN, Edgar (2009b). *Cultura de massas no século XX: necrose*. Trad. Agenor Soares Santos. – 3.ed – Rio de Janeiro: Forense Universitária.

NGUYEN, Patrick; MACKENZIE, Stuart (2010). *Beyond the street: the 100 leading figures in urban art*. Berlin: Gestalten.

OLIVEIRA, Rita de Cássia Alves (2009). “Graffiti e pichação em São Paulo e Bogotá: Imagens e Imaginários Juvenis”. In: CARAMELLA, E; FOGLIANO, F; KUTSCHAT, D; NAKAGAWA, F.S. Orgs. *Mídias: multiplicação e convergência*. – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009. P 505-520.

PALLAMIN, Vera Maria.(2000). *Arte urbana: São Paulo: região central (1945-1998): obras de caráter temporário e permanente*. São Paulo: Annablume: FAPESP.

PEIXOTO, Nelson Brissac. (2004). *Paisagens urbanas*. 3º ed. – São Paulo: Editora Senac São Paulo.

PELEGRINI, Milton (2008). *Tempo, tecnologia e mídia: o roubo do presente e a construção do futuro nos grupos sociais*. São José do Rio Preto, SP: Bluecom Comunicação.

_____ (2004). “As nossas imagens do tempo e como ele começou”. In: CONTRERA, Malena Segura Org.; GUIMARÃES, Luciano Org.; PELEGRINI, Milton

Org.; SILVA, Maurício Ribeiro da. Org. *O espírito do nosso tempo: ensaios de semiótica da cultura e da mídia*. São Paulo: Annablume; CISC, 2004. P 129-135.

PERNIOLA, Mario (2009). *Os situacionistas: o movimento que profetizou a "sociedade do espetáculo"*. Trad. Julliana Cutolo Torres. São Paulo: Annablume.

PLAZA, Julio (1999). "As imagens de terceira geração, tecno-poéticas". In: PARENTE, André. *Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual*. 3º Ed. Rio de Janeiro: Ed. 34. P 72-88.

PROSS, Harry; BETH, Hano (1987). *Introducción a la ciencia de la comunicación*. Barcelona: Anthropos.

PROSS, Harry (2004). "Aceleração e perda". In: CONTRERA, Malena Segura Org.; GUIMARÃES, Luciano Org.; PELEGRINI, Milton Org.; SILVA, Maurício Ribeiro da. Org. *O espírito do nosso tempo: ensaios de semiótica da cultura e da mídia*. São Paulo: Annablume; CISC, 2004. P 137-141.

_____ (1980). *Estructura simbólica del poder*. Barcelona: Editora Gustavo Gili.

RAMOS, Célia Maria Antonacci (2008). *Grafite, pichação & cia.* - 2º edição. São Paulo: Annablume.

ROCHA, Rose de Melo (2009). "Por uma arqueologia urbana: escavando sentidos na cidade-mídia". In: CAMELLA, E; FOGLIANO, F; KUTSCHAT, D; NAKAGAWA, F.S. Orgs. *Mídias: multiplicação e convergência*. – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009. P 491-504.

_____ (2008). "Cidades palimpsestas, cidades midiáticas: limiaridades e errâncias que produzem significação". In: PRYTHON, Ângela; CUNHA, Paulo Orgs. *Ecos urbanos: a cidade e suas articulações midiáticas*. Porto Alegre: Sulina, 2008. P 91-110.

_____ (2005). "Você sabe para quem está olhando? Visibilidade e incomunicabilidade na cultura contemporânea". In: BAITELLO JUNIOR, Norval, Org.; CONTRERA, Malena Segura, Org.; MENEZES, José Eugênio de O., Org. *Os meios da comunicação*. São Paulo: Annablume; CISC, 2005. 91-105.

ROMANO, Vicente (2004). *Ecología de la comunicación*. Hondarribia: Argitaletxe Hiru.

_____ (1998). *El tiempo y el espacio em la comunicación – La razón pervertida*. Hondarribia: Argitaletxe Hiru.

SANCHES, Rodrigo Daniel (2009). *Do homem-placa ao pixman: o corpo como suporte midiático*. São José do Rio Preto, SP: Bluecom Comunicação; São Paulo: FAPESP.

SANTOS, Milton (2009). *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 4 ed. São Paulo: EDUSP.

SANTOS, Tarcyabe Cajueiro (2005). “Comunicação, solidão e incomunicação”. In: BAITELLO JUNIOR, Norval, Org.; CONTRERA, Malena Segura, Org.; MENEZES, José Eugênio de O., Org. *Os meios da incomunicação*. São Paulo: Annablume; CISC, 2005. 107-121.

SCHETTINO, Paulo B. C.(2009). *Da pedra ao nada: a viagem da imagem*. São Paulo: LCTE Editora.

SIMMEL, Georg (1976). “A Metrópole e a Vida mental”. Trad. Sérgio Marques dos Reis. In: VELHO, Otávio Guilherme. *O fenômeno urbano*. 3. Ed – Rio de Janeiro: Zahar Editores. P 11-25.

SENO, Rthel (Ed.) (2010). *Trespass. A history of uncommissioned urban art*. Köln: Taschen.

SILVA, Armando (2001). *Imaginários urbanos*. São Paulo: Perspectiva; Bogotá, Col: Convenio Andres Bello.

SILVA, Maurício Ribeiro da (2005). “Os caminhos da incomunicação”. In: BAITELLO JUNIOR, Norval, Org.; CONTRERA, Malena Segura, Org.; MENEZES, José Eugênio de O., Org. *Os meios da incomunicação*. São Paulo: Annablume; CISC, 2005. P 59-70.

SILVA, Renato (2009). *Os gemeos*. São Paulo: FAAP.

SILVEIRA, Fabrício (2010). *O parque dos objetos mortos: e outros ensaios de comunicação urbana*. 1. ed. Porto Alegre: Armazém Digital.

SODRÉ, Muniz (2006). *Antropológica do espelho. Uma teoria da comunicação linear em rede*. Rio de Janeiro: Vozes. 2º Ed.

TELLEZ, Armando Silva (1988). *Graffiti: una ciudad imaginada*. 2º ed. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

TRIVINHO, Eugênio (2007). *A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada*. São Paulo: Paulus.

_____ (1998). *Redes: obliterações no fim do século*. São Paulo: Annablume / FAPESP.

UCHTMANN, Roger (2005). “Temporalidade negativa e incomunicação”. In: BAITELLO JUNIOR, Norval, Org.; CONTRERA, Malena Segura, Org.; MENEZES, José Eugênio de O., Org. *Os meios da incomunicação*. São Paulo: Annablume; CISC, 2005. P 81-89.

VILLAS-BOAS, André (1998). *Utopia e disciplina*. Rio de Janeiro: Ed. 2AB.

VIRILIO, Paul (1999a). *A bomba informática*. Trad: Luciano Vieira Machado. São Paulo: Estação Liberdade.

_____ (1999b). “A imagem mental e instrumental”. In: PARENTE, André. *Imagem-máquina: a era das tecnologias do virtual*. 3º Ed. Rio de Janeiro: Ed. 34. P 127-132.

_____ (1995). *A inércia polar*. Trad. Ana Luísa Faria. 2º ed. Lisboa: Dom Quixote.

_____ (1994). *A máquina de visão*. Trad. Paulo Roberto Pires. Rio de Janeiro: José Olympio.

_____ (1993). *O Espaço Crítico*. Trad. De Paulo Roberto Pires. – Rio de Janeiro: Ed. 34.

WALDE, Claudia (2007). *Sticker City – paper graffiti art*. New York: Thames & Hudson.

ARTIGOS

BAUER, Thomas (2008). *The city as media: the signatures of order and the scopes of real life*. Revista Ghrebh nº 12. Disponível em: [[http://www.revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php?journal=ghrebh&page=article&op=view&path\[\]=30&path\[\]=38](http://www.revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php?journal=ghrebh&page=article&op=view&path[]=30&path[]=38)]. Acesso em 17 jul. 2010.

DALL BELLO, Denize (2002). *A pedra e a escrita*. Revista Ghrebh nº 1. Disponível em: [[http://revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php?journal=ghrebh&page=article&op=view&path\[\]=275&path\[\]=284](http://revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php?journal=ghrebh&page=article&op=view&path[]=275&path[]=284)] P 39-50. Acesso em 10 ago. 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1997b). *A cidade virtual. Transformações da sensibilidade e novos cenários da comunicação*. Margem. São Paulo: Educ/Fapesp, n. 6 205-222 dez. 1997.

GUIMARÃES, Luciano (2002). *As cores na mídia*. Revista Ghrebh nº 1. Disponível em: [[http://revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php?journal=ghrebh&page=article&op=view&path\[\]=283&path\[\]=292](http://revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php?journal=ghrebh&page=article&op=view&path[]=283&path[]=292)] P 153-166. Acesso em 14 set. 2010.

OLIVEIRA, Rita de Cássia Ales (2006). *Estéticas juvenis: intervenções nos corpos e na metrópole*. Revista Comunicação, Mídia e Consumo. Vol. 3. N. 9 (2006). Disponível em: [<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/comunicacaomidiaeconsumo/article/viewFile/5026/4650>] Acesso em 13 out. 2010.

PELEGRINI, Milton (2004). *O tempo como mídia da cultura*. Revista Ghrebh nº 5. Disponível em: [[http://revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php?journal=ghrebh&page=article&op=view&path\[\]=227&path\[\]=238](http://revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php?journal=ghrebh&page=article&op=view&path[]=227&path[]=238)] P 145-157. Acesso em 12 jun. 2010.

SILVA, Maurício Ribeiro da (2002). *O corpo do nosso versus o espírito do nosso tempo*. Revista Ghrebh nº 1. Disponível em: [<http://revista.cisc.org.br/ghrebh/index>].

php?journal=ghrebh&page=article&op=view&path[]=287&path[]=296] P 211-219.
Acesso em 12 jun. 2010.

SILVEIRA, Fabrício (2008). *UpGrade do macaco: grafite expandido*. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. E-compós, Brasília, v. 11, n.1, jan/abr. 2008.

DISSERTAÇÕES E TESES

CAMPOS, Maria Cecília Martha (1989). *Grafito: traço, rapto, impacto*. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Semiótica na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Orientação: Lucrecia D'Alessio Ferrara.

COSTA, Roaleno Ribeiro Amancio (2000). *A recepção e a estética das imagens grafitadas nos espaços da cidade de São Paulo*. Tese de Doutorado em Ciência da Comunicação na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Orientação: Dilma de Melo Silva.

_____ (1994). *O Graffiti no contexto histórico-social, como obra aberta e uma manifestação de comunicação urbana*. Dissertação de Mestrado em Artes Plásticas na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Orientação: Wolfgang Pfeiffer.

DIAS, Thiago Hara (2007). *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 de Mestrado em Educação, Arte e História da Cultura na Universidade Presbiteriana Mackenzie. Orientador: Sergio Bairon Blanco Sant'Anna.

FERRAZ, Aldrin (2004). *A materialidade da linguagem gráfica*. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Semiótica na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Orientação: Leda Tenório da Motta.

FERREIRA, Ricardo Aprígio Fonseca (2003). *Pichações paulistanas: rubricas da transgressão*. Dissertação de Mestrado em Artes na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Orientação: Norma Tenenholz Grinberg.

FRANCO, Sérgio Miguel (2009). *Iconografias da metrópole: grafiteiros e pixadores representando o contemporâneo*. Dissertação de Mestrado na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. Orientação: Vera Maria Pallamin.

GOLDGRUB, Rosa Glacy Uchôa Jardim (1998). *Papéis no mundo: escritas do silêncio silenciadas subterrâneas*. Dissertação de Mestrado em Educação na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Orientação: Vitória Helena Cunha Espósito.

LARA, Arthur Hunold (1996). *Grafite arte urbana em movimento*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Orientação: Luiz Roberto Alves.

ROCHA, Rosamaria Luiza de Melo (1992). *A vertigem do olhar. Manifestações graffitadas e transformações na comunicação, no espaço e no tempo urbanos*. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social no Instituto Metodista de Ensino Superior. Orientação: Wilson da Costa Bueno.

SANTOS, Maria Helena dos (2009). *Jovens na prática do grafite: trajetórias de invenções e inversões*. Mestrado em Psicologia Social na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Orientação: Maria Cristina Gonçalves Vicentin.

SILVA, Iracema Jandira Oliveira da (2001). *Graffiti: criptografias do desejo*. Dissertação de Mestrado em Psicologia Clínica na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Orientação: Violante, Maria Lucia Vieira.

SILVA, Mauricio Ribeiro da (2007). *Imagem e verticalidade: comunicação, cidade e cultura na "órbita do imaginário"*. Tese de doutorado em Comunicação e Semiótica na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Orientação: Norval Baitello Junior.

SILVEIRA JR., Nelson Eugênio da (1991). *Superfícies alteradas – uma cartografia dos grafites na cidade de São Paulo*. Dissertação de Mestrado no Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas. Orientação: Regina Polo Muller.

TRICÁRIO, Luciano Torres (2004). *Modernidade e imagem urbana: raptos de cidade na metrópole*. Dissertação de Mestrado na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade São Paulo. Orientação: Lucrecia D'Alessio Ferrara.

REVISTAS E JORNAIS

PIZA, Daniel (2008). *Grafites paulistanos*. Portal O Estado de São Paulo. 02 de novembro. [http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20081102/not_imp271073,0.php]. Acesso em 03 de abril de 2011.

UHELSKI, Sara (2008). *Antes da inauguração, Bienal sofre ataques de ‘coladores’ de ‘stickers’*. 28 de outubro. Caderno Cotidiano, Folha de São Paulo. C6. Ano 88. N. 29060.

NOVAES, Tereza (2006). *Mulher pelada ‘pára’ o trânsito nas ruas de São Paulo*. 03 de fevereiro. Caderno Ilustrada, Folha de São Paulo. E12. Ano 85 N. 28065.

SIMÕES, Eduardo (2006). *A arte do “pixo”*. 21 de janeiro. Caderno Ilustrada, Folha de São Paulo. E5. Ano 85 N. 28052.

ASSIS, Diego (2005). *Submarinos azuis (ou seriam dirigíveis?) aportam na Augusta*. 09 de maio. Caderno Ilustrada, Folha de São Paulo. E3. Ano 85 N. 27795.

ANEXO I

Entrevista concedida por Haroldo Paranhos – integrante do coletivo de arte de rua SHN –, por e-mail, no dia 14 de março de 2011.

“SHN é um coletivo de arte de rua, se reuniram a 10 anos em torno da proposta comum “faça você mesmo” e intervenção urbana. Desenhos simples e repetidos a exaustão, impressos sobre papéis reciclados de jornais, revistas ou listas telefônicas velhas, serigrafia simples, resto de adesivo, tinta barata e cola de farinha, acesso fácil, informação independente, iniciativa underground, etc.. Shn é uma proposta anárquica, festiva e profissional, onde nada é sagrado ou regra e o importante é sempre atingir o maior número de pessoas”¹.

¹ Descrição encontrada em [www.shn.art.br] Acesso em 14 de março de 2011.



Figura 21. Imagem mais conhecida utilizada pelo coletivo SHN.

- Primeiro, gostaria de saber um pouco sobre seu trabalho. Há quanto tempo você e o Shn fazem esse trabalho de intervenção urbana?

Shn – Meados de 1998. Começamos fazendo posters do show de banda independente, de rock. Nos organizavamos os shows, tocava e fazia a divulgação. Herdando os conhecimentos em serigrafia da família do Daniel Cucatti, que tem uma empresa de etiquetas adesivas. O adesivo virou nosso foco, utilizando restos de materiais sem valor comercial. Logo começa a produção em grande escala. Com o passar dos anos, aprimoramos técnicas, suportes, ideias.

- Qual o objetivo de vocês ao espalharem essas peças pela cidade?

Shn – Atingir o maior numero de pessoas sempre foi a missão. A essencia do role de rua está no protesto. A nossa maneira é essa, papel e cola. A subjetividade dos desenhos e o caráter temporal do adesivo forma um conteúdo inesgotável. Sem

esquecer do colorido que traz para as cidades geralmente cinzas...

- Foi muito comum pra mim, ao estudar o material americano sobre stickers, encontrar as expressões “graffiti em papel” ou “pós-graffiti” ao se referirem aos stickers. Você concorda com isso? Quer dizer, você acredita que o sticker é essa continuação do graffiti? Se sim, a que você acha que se deve essa “transformação”?

Shn – *Grffiti nunca vai deixar de existir. O sticker tem uma relação muito forte com rua, como o graffiti, talvez por isso a comparação. Mas são técnicas bem diferentes. Desenhista gosta de graffiti, de sticker, de stencil, de pintura de quadros, de gibi, etc...Todo suporte é valido. A rapidez da ação na rua torna o sticker mais atrativo, mas não vemos como "continuação" do graffiti. Estamos aqui para somar.*

- Você já trabalhou com graffiti? Com pichação? Ou foi diretamente para o tipo de imagem que faz hoje em dia? Acha que a predominância de designers é maior neste tipo de intervenção?

Shn – *Atire a primeira pedra quem nunca pichou um muro. Mas a serigrafia foi a porta de entrada para o coletivo. Os desenhos de hoje em dia seguem a mesma linha de quando começamos. Traços simples, desenhos que chegam a ser símbolos. Hoje todo mundo é designer ou promotor né..kkkk mas acertar uma imagem, na medida correta do material, fotolito, impressao, a pessoa necessita de um conhecimento em programas de edição.*

- Na pichação, principalmente, existem objetivos muito claros em relação à altura das obras, ou mesmo a constante competição por espaço. Você sente isso no seu dia a dia em relação aos outros que fazem um trabalho semelhante ao seu? Existe a competição pelo espaço ou mesmo sobreposição das imagens?

Shn – *Essa competição não existe. Róla uma troca de materiais, quanto mais*

adesivo, mais legal. Tem espaço pra todos. Voce cola um adesivo pro seu amigo e ainda manda a foto.

- Qual a idade do pessoal que faz, geralmente? Você os conhece?

Shn – *Várias idades. Mes passado foi em nosso estudio em Americana-SP um garotinho de 14 anos levar seus adesivos e seu zine para trocar com a gente. Ficamos muito felizes. Conhecemos bastante gente, em toda parte do mundo. Hoje estamos na faixa dos 30 anos de idade.*

- E por último, quanto a repressão da polícia. É muito intensa? Você acha que os lambe-lambes, o stêncil e o sticker são uma “alternativa” mais rápida para evitar esse tipo de problema com a lei?

Shn – *Hoje já temos uma certa experiencia do que pode o que nao pode..já sofremos repressão. Com certeza é uma alternativa. Spray é muito mais manjado. Em Americana em janeiro de 2011, estavam fechando um muro de poster e a guarda municipal parou a viatura e perguntou: "o que é isso ae muleque" é cola com agua seu guarda, estamos consertando esse muro aqui que esta tudo zuado...se quizer a gente tira..."não não, ta ficando legal"... nem tomamos geral...*

ANEXO II

Relação de outros websites que têm a presença dos *stickers* em semelhantes disposições das quais foram apresentados nesta pesquisa:

www.alllostinthought.com

www.barcelonastreetart.net

www.blog.shn.art.br

www.buffmonster.com

www.coallus.com

www.dface.co.uk

www.e5charlie.com

www.ekosystem.org

www.fotolog.net/chun1

www.fotolog.net/ewos

www.fotolog.net/mamacitacrew

www.freetibetproject.com

www.graphotism.com

www.guerrilhaurbana.net

www.ithrewup.com

www.magmothedestroyer.org

www.mailmeart.com
www.meggie.nl
www.myspace.com/shtexclamation
www.obeygiant.com
www.olive47.com
www.robotswillkill.com
www.slackart.com
www.stickertraders.com
www.thekillergerbil.com
www.thelondonpolice.com
www.verynearlyalmost.com
www.you-are-beautiful.com
www.woostercollective.com

ANEXO III

Resultado da pesquisa realizada no *website* Flickr [www.flickr.com] entre Abril de 2010 e Julho de 2011.

Quantidade de imagens resultantes a partir do termo “sticker”:

Abril de 2010: 504.325

Julho de 2011: 862.536

Número de grupos referentes somente a este assunto:

Abril de 2010: 4.988

Julho de 2011: 6.848

Grupos selecionados²:

Street Stickers [<http://www.flickr.com/groups/34759686@N00/>]

Sticker's BRASIL (Portuguese) [http://www.flickr.com/groups/sticker_brasil/]

Análise dos dados:

Entre estes dois grupos, foram escolhidas 150 imagens divididas na escolha de 75 para cada grupo. A partir deste número, 38 imagens foram acompanhadas desde o momento em que foram depositadas e as 37 restantes são as últimas encontradas na listagem destes grupos.

Com isso, foi possível tanto analisar a quantidade de imagens depositadas no período, o número de participantes, durante quanto tempo as imagens recém depositadas eram vistas e se as que estavam em último ainda eram vistas.

Secundariamente também foi notada a participação de quem visitava o site com comentários sobre a qualidade das imagens.

Grupo Street Stickers

Imagens:

Abril de 2010: 36.267

Setembro de 2010: 39.352

Fevereiro de 2011: 43.594

Julho de 2011: 47.101

Integrantes:

Abril de 2010: 2.025

Setembro de 2010: 2.137

Fevereiro de 2011: 2.265

Julho de 2011: 2.391

² Os critérios de escolha utilizados na seleção destes grupos foram porque no primeiro era onde, no início da pesquisa, se encontrava o maior número de imagens com grande quantidade de participantes. No segundo, pois era um dos poucos grupos que privilegiavam imagens brasileiras, embora esta relação muitas vezes se confundia.

Imagens analisadas:

- [\[http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4556148085/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4556148085/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/nekfe/4556308215/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/nekfe/4556308215/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/daanibaer/4557718785/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/daanibaer/4557718785/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lulutoo/4550591965/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lulutoo/4550591965/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/damonabnormal/4550740559/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/damonabnormal/4550740559/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/damonabnormal/4550740801/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/damonabnormal/4550740801/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4551787962/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4551787962/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4551149477/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4551149477/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/newmindcom/4552760071/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/newmindcom/4552760071/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/seteemeio/4553103483/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/seteemeio/4553103483/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/sinnednyc/4555650231/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/sinnednyc/4555650231/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4556098367/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4556098367/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/pleaseflush/4549909425/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/pleaseflush/4549909425/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/aaronrts/4549378365/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/aaronrts/4549378365/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/40641420@N07/4549060199/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/40641420@N07/4549060199/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/ml3w/4541058383/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/ml3w/4541058383/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/gypsyfaephoto/4544416203/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/gypsyfaephoto/4544416203/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/graffiti-file/4519125988/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/graffiti-file/4519125988/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/skamsticker/4545028269/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/skamsticker/4545028269/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/455/4543505445/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/455/4543505445/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/36118308@N02/4543212622/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/36118308@N02/4543212622/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/nekfe/4542299053/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/nekfe/4542299053/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/wolfgangjosten/4541212274/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/wolfgangjosten/4541212274/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/cisa1/4539901637/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/cisa1/4539901637/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/saybubble/4533648414/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/saybubble/4533648414/in/pool-34759686@N00)

- [\[http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4533553510/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4533553510/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/-27-/4531085438/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/-27-/4531085438/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4525763205/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4525763205/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/tphodastic_boys/4526369036/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/tphodastic_boys/4526369036/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4524532975/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4524532975/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4525166096/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/loisstavsky/4525166096/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/22062300@N08/4522333675/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/22062300@N08/4522333675/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/22866559@N00/4074244572/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/22866559@N00/4074244572/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lov3r/4516427100/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lov3r/4516427100/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/rudie11/4465614227/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/rudie11/4465614227/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/graffiti-file/4519137658/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/graffiti-file/4519137658/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/gori-jp/4851271/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/gori-jp/4851271/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/9846106/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/9846106/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/10320249/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/10320249/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/9553519/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/9553519/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/9149620/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/9149620/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/8971641/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/8971641/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/8178230/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/8178230/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/asselbande/6041296/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/asselbande/6041296/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/coloneflustered/149329/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/coloneflustered/149329/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/jhague/62959/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/jhague/62959/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/whatideaslooklike/13734465/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/whatideaslooklike/13734465/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/whatideaslooklike/13609468/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/whatideaslooklike/13609468/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/whatideaslooklike/13494148/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/whatideaslooklike/13494148/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/12930635/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/12930635/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/11330833/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/11330833/in/pool34759686@N00)

- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/15987583/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/15987583/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/15986896/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/15986896/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/whatideaslooklike/15802999/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/whatideaslooklike/15802999/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/14859253/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/14859253/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/14555008/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/14555008/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/asselbande/5426208/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/asselbande/5426208/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/elchriso/18682472/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/elchriso/18682472/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/elchriso/18682763/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/elchriso/18682763/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/asselbande/18599638/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/asselbande/18599638/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/jamfactory/18138941/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/jamfactory/18138941/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/18569218/in/pool34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/stephenmeister/18569218/in/pool34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/17115540/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/17115540/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/17115542/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/17115542/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/asselbande/18409002/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/asselbande/18409002/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/9595724/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/9595724/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/22714683/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/22714683/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/elchriso/18682093/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/elchriso/18682093/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/elchriso/18681949/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/elchriso/18681949/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/19766142/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/19766142/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/19762475/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/19762475/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/19766143/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/19766143/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/20122009/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/20122009/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/20121907/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/20121907/in/pool-34759686@N00)
- [\[http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/21146709/in/pool-34759686@N00\]](http://www.flickr.com/photos/lord_breakfast/21146709/in/pool-34759686@N00)

Grupo Sticker's BRASIL (Portuguese)

Imagens:

Abril de 2010: 2.244

Setembro de 2010: 2.415

Fevereiro de 2011: 2.541

Julho de 2011: 2.735

Integrantes:

Abril de 2010: 407

Setembro de 2010: 412

Fevereiro de 2011: 423

Julho de 2011: 431

Imagens analisadas:

- [http://www.flickr.com/photos/con_thrash/4540901754/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/tphodastic_boys/4558583587/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/tphodastic_boys/4544708600/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/trx_crew/4531393526/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/pensar-te/4524788176/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/pensar-te/4524768918/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/pensar-te/4524770574/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/pensar-te/4524152999/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/trx_crew/4522022954/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/trx_crew/4495219099/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/tphodastic_boys/4489454463/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/tphodastic_boys/4482368921/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/tphodastic_boys/2365399542/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/tphodastic_boys/2365398676/in/poolsticker_brasil]

- [http://www.flickr.com/photos/pensar-te/4480241757/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/pensar-te/4476836519/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/seteemeio/4473226581/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/pensar-te/4470614926/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/ramsestencil/4448836113/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/onimaru/3548640911/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/3g_ativos/4353474443/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/theproofsinthekodak/4331045997/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/trx_crew/4295800318/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/theproofsinthekodak/4286003341/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/seteemeio/4273689731/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/theproofsinthekodak/4278813677/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/theproofsinthekodak/4418684120/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/theproofsinthekodak/4407219346/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/theproofsinthekodak/4130168734/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/theproofsinthekodak/4231412530/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/theproofsinthekodak/4214350509/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/theproofsinthekodak/4215037100/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/gastaum/4185708331/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/gastaum/4184640975/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/alexanderborba/4187798777/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/alexanderborba/4187794027/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/theproofsinthekodak/4094029162/in/poolsticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/29229246/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/28952033/in/pool-sticker_brasil]

- [http://www.flickr.com/photos/barcode/29417938/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/barcode/29819756/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/28947035/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/28943051/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/28943055/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/28943054/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/28943050/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/28935632/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/barcode/29884655/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/barcode/29892141/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/barcode/29884658/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/petitepoupee7/15073726/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/petitepoupee7/15465277/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/petitepoupee7/21271016/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/petitepoupee7/21274272/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/28947038/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/31617030/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/barcode/32642674/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/33798354/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/barcode/33818129/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/barcode/33960704/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/eime/28635926/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/eime/33997112/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/eime/33997115/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/eime/34039501/in/pool-sticker_brasil]

- [http://www.flickr.com/photos/petitepoupee7/34502284/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/petitepoupee7/34574472/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/eime/34963256/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/35310105/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/35519718/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/barcode/35759345/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/36145281/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/infernocity/36662152/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/petitepoupee7/36864798/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/petitepoupee7/37048126/in/pool-sticker_brasil]
- [http://www.flickr.com/photos/barcode/37496318/in/pool-sticker_brasil]