

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA**

ANA MARIA BARTH TEIXEIRA

BANKSY: DOS MUROS ÀS GALERIAS

A carreira de um artista na sociedade do espetáculo e a comercialização da arte do grafite (1970-2014)

Porto Alegre
2014

Ana Maria Barth Teixeira

BANKSY: DOS MUROS ÀS GALERIAS

A carreira de um artista na sociedade do espetáculo e a comercialização da arte do grafite (1970-2014)

Monografia apresentada como requisito parcial para a conclusão do curso de Bacharelado em História no Departamento de História da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. José Augusto Avancini

Porto Alegre
2014

RESUMO

Banksy é o pseudônimo de um grafiteiro anônimo natural de Bristol, Inglaterra. Com spray, faz críticas políticas à sociedade e à guerra. Devido às temáticas que aborda, comumente é chamado pela mídia de “artista de guerrilha”. Na última década, seus grafites abandonam a cena underground e se tornam peças de colecionador em grandes leilões de obras de arte. Tendo como fonte sua obra autobiográfica *Wall and Piece* (2005), as bases desse estudo são as categorias de análise sobre escritos autobiográficos propostas por Ângela Castro e Gomes. A pesquisa busca reconstruir a trajetória do artista, que saiu da “marginalidade” do mundo do grafite e foi incorporado pelo mercado artístico, além de problematizar seu anonimato, aspecto fundamental sobre a identidade que Banksy construiu para seu personagem. Como qualquer outro tipo de artista, os grafiteiros desejam que seus trabalhos sejam vistos e discutidos pelo grande público, e isso só pode ser alcançado se o grafite fizer a “viagem do muro à página”.

Palavras-chave: Banksy. Grafite. Autobiografia. Mercado artístico. Construção de identidade.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
1. Do Modernismo à arte do grafite: antecedentes	9
1.1 Modernismo e Pós-Modernismo	10
1.2 <i>Pop Art</i> e Andy Warhol.....	13
1.3 O grafite	17
2. A criação da identidade Banksy	19
2.1 O artista	19
2.2 Controle de Pestes: infortúnios da obra de arte reprodutível	22
2.3 Anonimato: uma arma poderosa	25
2.4 Fama	27
3. Do “lixo” ao luxo: o grafite incorporado pelo mercado capitalista	32
3.1 Banksy e os espetáculos: “ter” para “parecer”	33
3.2 Sucesso no mercado das artes.....	36
3.3 Três possíveis polaridades de análise	40
CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIAS	47
ANEXOS	51

INTRODUÇÃO

De tatuagens ao rock'n'roll, nos dias de hoje podem ser observadas muitas formas de expressão, uma vez consideradas subversivas, serem incorporadas pelo mercado capitalista. Não é diferente no mundo das belas artes contemporâneo - mundo no qual se insere Banksy, um famoso artista de rua britânico anônimo.

Partindo desse pressuposto, este trabalho está centrado na incorporação das obras de Banksy e de sua identidade pelo mercado capitalista a partir da obra autobiográfica *Wall and Piece*¹ (2005), tendo como fonte secundária a biografia não autorizada *Banksy: Por trás das paredes* (2013), de Will Ellsworth-Jones. Como marco inicial da pesquisa é 1970, década do nascimento do artista, até 2014. Esse estudo também abordará características da formação da “identidade Banksy”, levando em consideração a influência da vanguarda modernista na sua produção artística e *modus operandi*, a importância de seu anonimato e o papel da internet na carreira do artista. À vista disto, este trabalho se propõe a acompanhar o progresso do grafiteiro “fora da lei” que, no início da carreira em 1990, marcava com spray paredes de Bristol, até o artista cujo trabalho ultrapassa valores de cem mil libras em respeitáveis casas de leilão da Grã-Bretanha e da América. “O ‘de fora’ que se tornou um ‘de dentro’” (ELLSWORTH-JONES, 2013, p. 2).

Estudos a respeito de vida e obra de artistas contemporâneos são muitos. Um exemplo de artista muito estudado é Jean-Michel Basquiat, cuja trajetória é muito semelhante à de Banksy, pois Basquiat iniciou sua vida artística no mundo do grafite nova-iorquino e, ainda muito jovem, alcançou grande sucesso quando inserido no mercado artístico². O artista era grande amigo de Andy Warhol, outro personagem de muitas biografias³ - já que foi um dos primeiros e grandes homens de negócio do mercado da arte - como a obra *Andy Warhol: a comercialização da arte* (1994), de Klaus Honnef.

¹ Trocadilho com o título da obra de Tolstói “War and Peace” (Guerra e Paz). Publicado no Brasil sob o título de “Guerra e Spray”. Nesse estudo será usada a versão original em inglês publicada em 2005.

² Sua vida já foi tema do filme *Basquiat – traços de uma vida*, dirigido por Julian Schnabel e lançado em 1996. Algumas biografias são *Basquiat* (2003), de Leonhard Emmerling, *Jean Michel Basquiat – A Life* (1998), de Richard Marshall e *Basquiat* (2010), de Marc Mayer, nenhuma traduzida para o português.

³ Nos últimos cinco anos, foram lançadas no Brasil algumas biografias de Warhol. Dentre elas *Andy Warhol: O Gênio do Pop*, traduzida para o português em 2010 pela Editora Globo, dos autores Tony Scherman e David Dalton, *Mr. America, de Indiana*, Gary Indiana, Thomas Sokolowsky e Philip Larrat-Smith, também lançada no Brasil em 2010 pela Pinacoteca do Estado em 2010 e *Andy Warhol: Biografia* de Meriam Korichi publicada pela L&PM Editores em 2012.

Contudo, a respeito de Banksy ainda não existem trabalhos que analisem sua carreira e suas obras numa perspectiva histórica⁴. Uma das possíveis razões para isso pode ser sua recente chegada ao cenário artístico e a falta de fontes que tratem unicamente sobre ele, já que normalmente é apenas mencionado em livros de arte mais atuais como, por exemplo, *Isso é Arte?* (2013), de Will Gompertz. A biografia *Banksy: Por trás das paredes* é o primeiro esforço para relatar a vida do artista.

Tendo em vista que a carreira de Banksy será estudada a partir da perspectiva da história, o contorno que dessa pesquisa ainda não foi realizado em estudos sobre o artista, o que possibilita a esta pesquisa ser uma pequena contribuição para esta temática.

Estudos sobre autobiografias suscitam reflexões a respeito do espaço público e privado, individual e coletivo e sobre as formas analíticas da escrita da história. Assim, no caso de *Wall and Piece*, será levado em consideração que esse tipo de documento proporciona ao historiador investigar como Banksy constrói seu personagem por meio de sua própria narrativa. Ângela Castro e Gomes (2004) propõe a “construção em si” como uma categoria de análise, em que considera o diálogo do autor consigo mesmo e também a escolha das memórias que serão relatadas. Apesar de Gomes (2004) direcionar a análise da “escrita em si” para correspondências, ela também é enriquecedora para o estudo das autobiografias:

a escrita de si assume a subjetividade de seu autor como dimensão integrante de sua linguagem, construindo sobre ela a “sua verdade”. (...) O que passa a importar para o historiador é exatamente a ótica assumida pelo registro e como seu autor a expressa. Isto é, o documento não trata de “dizer o que houve”, mas de dizer o que o autor diz que viu, sentiu e experimentou, retrospectivamente, em relação a um acontecimento (GOMES, 2004, p. 4).

A metáfora do teatro, que a autora denomina “teatro da memória” – quando o indivíduo é personagem de si mesmo – também é importante para esse estudo. Em *A representação do eu na vida cotidiana* (2002), Erwin Goffman também trata sobre a ideia da “representação teatral”, argumentando que o indivíduo

apresenta, em situações comuns de trabalho, a si mesmo e a suas atividades às outras pessoas, os meios pelos quais dirige e regula a impressão que formam a seu respeito e as coisas que pode ou não fazer, enquanto realiza seu desempenho diante delas (GOFFMAN, 2002, p. 9).

O ato autobiográfico é, então, “um trabalho de ordenar, rearranjar e significar o trajeto de uma vida no suporte do texto, criando-se, através dele, um autor e uma narrativa” (GOMES, 2004, p. 16). Dessa forma, o indivíduo moderno adquire

⁴ Em pesquisas realizadas em diferentes bancos de dados, como Scielo e Portal Capes, não foram identificados estudos sobre Banksy na perspectiva adotada no presente trabalho.

autoconhecimento, aprimora sua comunicação com seu “eu” e com as outras pessoas. Na medida em que o sujeito faz uma reflexão sobre si mesmo - selecionando, excluindo e ressignificando acontecimentos - ele constrói sua identidade e o documento simultaneamente.

Todavia, em se tratando de um artista vivo e em atividade, é importante lembrar que a história dos fatos recentes nem sempre foi vista como problemática:

Na antiguidade clássica, a história recente era o foco central da preocupação dos historiadores. Para Heródoto e Tucídides, a história era um repositório de exemplos que deveriam ser preservados, e o trabalho do historiador era expor os fatos recentes atestados por testemunhos diretos. Não havia, portanto nenhuma interdição ao estudo dos fatos recentes, e as testemunhas oculares eram fontes privilegiadas para a pesquisa (FERREIRA, 2000, p. 1).

Um dos fatores que levaram à escolha desse tema foi a familiaridade com o assunto. As obras de Banksy circulam pela internet, além das notícias sobre “um novo Banksy em tal rua”. Porém, essa proximidade é virtual, pois o artista e suas obras estão na Inglaterra, muito distante geograficamente. Há, sim, um perigo em estar próximo de seu objeto, mas retomando o que já foi dito por Roger Chartier mencionado por Ferreira (2000, p. 10), o pesquisador da história do tempo presente “é contemporâneo de seu objeto e divide com os que fazem a história, seus atores, as mesmas categorias e referências”. Chartier (1993, apud FERREIRA, 2000, p. 10) argumenta que a falta de distância

pode ser uma ferramenta de auxílio importante para um maior entendimento da realidade estudada, de maneira a superar a descontinuidade fundamental, que ordinariamente separa o instrumental intelectual, afetivo e psíquico do historiador e aqueles que fazem a história.

Com relação à bibliografia selecionada, as bases teóricas sobre arte Moderna e Contemporânea são as obras *Formas de vida: a arte moderna e a invenção de si* (2004), de Nicolas Bourriaud, e *Arte Contemporânea: uma história concisa* (2001), de Michael Archer, respectivamente. O ensaio de Walter Benjamin, *A Obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica* (1955) também é de significativa relevância, pois nele o autor problematiza as tendências evolutivas da arte nas novas condições de reprodução e, também, discorre a respeito do lugar da obra de arte num momento em que ela não é mais valorizada pelo seu caráter de unicidade e autenticidade.

Com relação às abordagens sobre Pós-Modernidade, os conceitos do estudioso Zygmunt Bauman nortearam a presente pesquisa. A carreira de Banksy foi analisada a partir da ótica da Pós-Modernidade não no sentido *póstumo* da Modernidade, mas como um período sem ruptura com os tempos modernos em que

a realidade é ambígua e multiforme. De acordo com Bauman (1997, p. 127), os artistas da atualidade tentam encontrar seu espaço num palco artístico que o autor considera “superlotado”, palco em que Banksy apresenta seu espetáculo com grande notoriedade.

A obra *Sociedade do Espetáculo* (1997), de Guy Debord, é fundamental nesse sentido. Segundo Debord (1997, p.13), “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos”, onde tudo que é vivido torna-se uma representação. Para Debord, o espetáculo é uma relação social entre as pessoas mediada por imagens.

Para a investigação sobre a mercantilização das obras e da identidade de Banksy foram utilizadas as polaridades *estabelecidos/outsiders* propostas por Norbert Elias (2000), *apocalípticos/integrados* por Umberto Eco (2008) e *produção capitalista habitual/dejetos* por Nicolas Bourriaud (2004).

Este Trabalho de Conclusão de Curso está organizado em três capítulos. No primeiro, *Do modernismo à arte do grafite: antecedentes*, é descrita uma cronologia da arte moderna, levando em consideração aspectos importantes sobre a vanguarda modernista e o estilo de pintura proposto por ela, que era focado na “heroicização da vida cotidiana”, nos termos de Charles Baudelaire. Busca-se também uma explanação das teorias Modernistas e Pós-Modernistas, problematizando as transformações que a Arte atravessou na década de 60. É abordado também o movimento da *Pop Art* que, somada ao contexto social, político e econômico da época, originou o grafite como forma de expressão artística.

O segundo capítulo, *A criação da identidade Banksy*, versa sobre a carreira de Banksy dando enfoque para sua organização *Pest Control* (Controle de Pestes), criada para controlar a autenticidade das obras do artista, e o anonimato como uma ferramenta de marketing. É também introduzida a temática sobre sucesso e fama do artista, assunto aprofundado no último capítulo.

No terceiro capítulo, intitulado *Do “lixo” ao luxo: o grafite incorporado pelo mercado capitalista* é explorada a transformação do ofício do artista e a produção de obras de arte na passagem do modo de produção feudal para o capitalista. A questão da sociedade do espetáculo também é suscitada, bem como são levantadas as três possibilidades de análise da carreira de Banksy a partir das polaridades

(estabelecido/outsider, apocalíptico/integrado e produção capitalista habitual/dejetos) anteriormente citadas.

Por último, constam as considerações finais, onde serão apresentados os resultados obtidos neste estudo.

1. Do Modernismo à arte do grafite: antecedentes

Muito se discute a respeito das formas de arte que floresceram a partir dos novos movimentos artísticos e literários consolidados com o modernismo no início do século XX. O termo “modernismo”, no entanto, é passível de diversas interpretações, pois assume diferentes significados conforme países, épocas e disciplinas. A modernidade surge “a cada vez que a tradição é posta em crise, tão logo um período histórico toma consciência de uma ruptura em relação ao passado” (BOURRIAUD, 2011, p. 22). Para se denominarem, os artistas do início desse período se apropriaram do termo de origem militar *avant-garde*, a vanguarda. Eles se declararam pontas de lança de um exército em movimento que preparava o terreno para os outros guerreiros. A guarda, para Bauman (1998, p. 121), “é considerada ‘avançada’ na suposição que ‘os restantes lhe seguirão o exemplo’”. O inimigo desse exército de artistas-guerreiros era a arte passadista, que se baseava em noções como bom gosto, Belo, Verdadeiro, Bem - proposições iluministas de uma verdade eterna universal. Movidos pela necessidade de mudança de sua época, os vanguardistas buscavam em suas produções artísticas uma “destruição criativa”.

A negação da concepção de arte do passado associada à desconfiança dos artistas da vanguarda com relação ao considerado “eterno” resulta na renúncia à pintura histórica. Os modernistas se opõem de forma abstrata à história, pois ela remete a estrutura de um acontecer tradicional ordenado, continuado: afinal, moderno é o que pertence ao nosso tempo, é privilegiar o instante em relação aos tempos pretéritos e futuros. “Heroicização da vida cotidiana” - segundo expressão de Baudelaire – é a atitude moderna de se dedicar àquilo que advém do presente. Trata-se de se harmonizar com as novas condições de vida produzidas pela Revolução Industrial, de inventar novos modos de pensamento e estilos de vida (BOURRIAUD, 2011, p. 29). É a paixão pela época, o aqui e o agora.

Com esse espírito, a vanguarda inaugura o culto ao novo e a sua própria noção de tempo baseada no efêmero, momentâneo e transitório. A qualidade técnica da obra de arte modernista não era mais posta a prova, e sim sua atualidade, como escreveu André Breton a respeito de *Guernica* de Picasso: “o problema já não é saber se um quadro se sustenta ao lado de um campo de trigo, e sim se ele se sustenta ao lado do jornal diário, que é uma selva” (BOURRIAUD, 2011, p. 27).

Um exemplo prático da ideologia modernista é a obra de Marcel Duchamp *L.H.O.O.Q.*⁵ (anexo I) de 1919. Trata-se da Mona Lisa com bigodes e cavanhaque. Ao acrescentar esses elementos à obra original, Duchamp atacava uma das obras mais icônicas da arte tradicional e histórica, além de promover elementos do dadaísmo. A obra de arte deixa de ser algo à parte da realidade – retratos da realeza, paisagens, esculturas de deuses, etc. - e passa a ser inserida na *vida cotidiana* a respeito de *vivências* cotidianas.

Nas décadas de 50 e 60, porém, todas as ideias anteriores relacionadas à arte formuladas pela vanguarda modernista estavam postas à prova. Para Michael Archer (2008, prefácio), “até o fato de como a arte constitui um desafio ao equilíbrio social estabelecido foi colocado em questão”. As práticas vanguardistas passaram então a ser questionadas e reanalisadas pela nova geração de artistas.

1.1 Modernismo e Pós-Modernismo

Nessa conjuntura são elaboradas as primeiras teorias pós-modernistas. Habermas e Foucault concordam em afirmar que essa também foi uma oportunidade para emergir um novo tipo de conservadorismo anti-moderno (BOURRIAUD, 2011). Além disso, houve o ressurgimento de uma pintura extremamente tradicional, de cunho conservador se comparada às experiências das décadas anteriores.

A discussão a respeito do “fim” da Modernidade e o “início” da Pós-Modernidade é fundamental para esse estudo. Todavia, se trata de uma questão muito complexa e interdisciplinar, que já foi tratada pelos mais influentes pensadores em diversas obras como, por exemplo, “Modernidade Líquida” do sociólogo Zygmunt Bauman, “Era do Vazio” do filósofo Gilles Lipovetsky, e “Pós-Modernismo: A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio”, do crítico literário Fredric Jameson. Mesmo se tratando de uma temática importante, ela não é o foco dessa pesquisa e será tratada de forma abreviada sem ter seu mérito desmerecido.

A periodização histórica é uma área do estudo da História que sofre com recorrentes problematizações. Nesse caso: quando acaba o Moderno e se inicia o Pós-moderno? Muitas tentativas de sistematização dos estudos do passado acabam projetando a ideia de um período histórico como uma massa homogênea

⁵ “Elle a chaud au cul”, quando pronunciado em francês, é uma expressão vulgar utilizada para indicar que a mulher tem inquietação sexual. Pode ser traduzida para o português como “ela tem fogo no cu”.

“demarcada em cada lado por uma inexplicável metamorfose cronológica e por sinais de pontuação” (JAMESON, 1996, p. 29). Tanto para Bauman quanto para Lipovetsky e Jameson, a Modernidade não tem um fim propriamente dito, todavia os autores tratam a respeito do período predecessor a ela de formas diferentes.

Na visão de Jameson, a Pós-Modernidade é uma espacialização da cultura sob a pressão do capitalismo organizado. Jameson corrobora com a visão do economista Ernest Mandel, que defende o período como uma terceira fase do desenvolvimento capitalista, denominada “capitalismo tardio” - o estágio “mais puro que qualquer dos momentos que o precederam” (JAMESON, 1996, p. 29). Bauman foi um dos principais popularizadores do termo “pós-modernidade” no sentido póstumo da Modernidade. Todavia, atualmente ele prefere utilizar a expressão “modernidade líquida”, levando em consideração que a Modernidade não teria acabado, mas se transformado internamente em uma versão consumista, ultraindividualista e despolitizada: uma realidade ambígua e multiforme. Lipovetsky, por sua vez, prefere utilizar o termo “hipermodernidade”, considerando que o prefixo “pós” elucida uma ruptura com os tempos modernos. Sua interpretação é semelhante à de Bauman, pois para ele os tempos atuais são a intensificação de algumas características das sociedades modernas, tais como o individualismo, o consumismo e o hedonismo.

O momento de ruptura entre o moderno e o pós-moderno, para Jameson, foi quando do desaparecimento da fronteira entre a alta cultura e a cultura de massa ou comercial, seguido pelo surgimento

de tipos de texto impregnados de formas, categorias e conteúdos da mesma indústria cultural que tinha sido denunciada com tanta veemência cultural por todos os ideólogos do moderno (JAMESON, 1996, p. 28).

O pós-modernismo, inclusive, tem um enorme fascínio justamente pelo que é “de baixo”: paisagens degradadas, o brega e o kitsch, seriados de TV, romances de mistério e assassinatos, entre outros. Para o autor, a Pós-Modernidade artística pode ser interpretada com um estágio do próprio Modernismo, pois muitas características pós-modernistas podem ser encontradas consolidadas no Modernismo que o precedeu⁶.

Entretanto, artistas pós-modernistas não repudiaram o gosto e a apreciação de sua arte pelas elites no mesmo nível que seus antecessores o fizeram. A posição

⁶ Jameson cita como exemplo Gertrude Stein, Raymond Roussel e Marcel Duchamp como pós-modernistas *avant la lettre* (JAMESON, 1996, p.28).

social do primeiro modernismo era de desprezo pela burguesia vitoriana e pós-vitoriana que, por sua vez, considerava as obras e atitudes dos artistas feias, dissonantes, obscuras, escandalosas, imorais e subversivas. No contexto pós-moderno, os comportamentos da vanguarda modernista já não escandalizam mais ninguém, além de serem recebidos com complacência, são “consoantes com a cultura pública ou oficial da sociedade ocidental” (JAMESON, 1996, p. 30). Obras, que outrora haviam sido consideradas esteticamente hediondas, passaram a ser vistas como “bastante realistas”.

Apesar das diferentes interpretações a respeito da Modernidade e da Pós-Modernidade, é consenso entre muitos pensadores que a década de 1950 pode ser considerada um divisor de águas no que se refere aos rearranjos políticos, econômicos, artísticos, às relações sociais e demais elementos da sociedade.

A institucionalização acadêmica do Modernismo e a inesperada procura por obras da arte de vanguarda no mercado artístico são questões fundamentais para entender a turbulência e transição pela qual passava a arte moderna. A nova geração de 1960 se defrontou com o movimento moderno – uma vez oposicionista – como um conjunto de velhos clássicos, ao passo que “o mercado rapidamente farejou o enorme potencial estratificante que as ‘artes incompreensíveis’ levavam consigo”. Como explica Bauman (1998, p. 126)

logo se teve conhecimento de que todo aquele que desejasse informar seus pares sobre seu progresso no mundo e tivesse meios adequados para sustentar o seu desejo, podiam fazê-lo facilmente decorando sua residência com as últimas invenções das artes da linha de frente, que desafiavam e amedrontavam os mortais comuns e não refinados.

A falta do reconhecimento público era motivo de amargura para a vanguarda, mas o tormento se tornou maior quando a sonhada aclamação e os aplausos finalmente surgiam. Ter contato com a arte de vanguarda passou a ser sinônimo de distinção social: a partir desse pretexto, essa arte encontrou seus clientes entre empreendedores e, em meio a eles, uma classe média em ascensão. Incertos da sua posição social, esses recém-chegados estavam ansiosos para se armar com símbolos de prestígio. Na opinião de Peter Bürger, foi seu assombroso sucesso comercial que desferiu o golpe mortal na arte de vanguarda, agora incorporada pelo mercado artístico (BAUMAN, 1998) e, portanto, pelo sistema capitalista. Na análise de Bauman (1998, p. 127), a vanguarda era moderna nas suas intenções, “mas pós-modernas em suas consequências (suas imprevistas, mas inevitáveis consequências)”.

As considerações de Rink (2013) com relação a essa questão também são pertinentes. Segundo a autora, enquanto o Modernismo era tomado por imagens de máquinas (as indústrias), o Pós-Modernismo é usualmente tomado por máquinas de imagens, “da televisão, do computador, da internet e dos shopping centers” (RINK, 2013, p. 31). Ainda, Rink acredita que a modernidade é marcada pela excessiva confiança na razão, nas grandes narrativas utópicas de transformação social, e o desejo de aplicação mecânica de teorias abstratas.

1.2 *Pop Art* e Andy Warhol

O início do momento denominado pós-moderno acontece juntamente com grandes movimentos populares de protesto e mobilização política que surgiram espalhados pelo mundo⁷, com uma forte cena contracultural. Foi nesse contexto que o movimento artístico da *Pop Art* se consolidou e, segundo Mário Pedrosa (1998, p. 355), foi ela que inaugurou o clico da arte pós-moderna.

Com início na década de 50 na Inglaterra, foi nos 60 em Nova York que esse movimento artístico fixou suas bases. A sua proposta era que se admitisse a atormentada crise que a arte passava e, para isso, os artistas representavam em suas obras a massificação da cultura popular capitalista. Dessa forma, colocavam em questão: em que momento a arte se torna mercadoria e a mercadoria se torna arte? Os artistas ligados ao movimento *pop* defendiam a elaboração de uma arte popular e que, por meio de elementos provindos da realidade de seu público, poderiam ser produzidas obras sem a separação entre a arte e a vida – objetivo muito semelhante ao traçado pela vanguarda modernista.

Ao procurar a estética das massas, os artistas da *Pop Art* tentavam encontrar a definição do que seria a cultura popular. O artista Richard Hamilton⁸, em 1954, definiu essa cultura como

popular (destinada ao público de massa), transitória (solução de curto prazo), descartável (facilmente esquecida), barata, produzida em massa,

⁷ “das manifestações nos Estados Unidos contra a Guerra do Vietnã à Primavera de Praga; do maio libertário dos estudantes e trabalhadores franceses ao massacre de estudantes no México; da alternativa pacifista dos hippies, passando pelo desafio existencial da contracultura, até os grupos de luta armada” (RIDENTI, 2000, p. 135-136).

⁸ Richard Hamilton (1922-2010), natural da Inglaterra, foi pintor e artista de colagem. Em 1956, na exposição *This is Tomorrow* em Londres, Hamilton contribuiu com sua colagem *Just what is it that takes today's homes so different, so appealing?*, que é considerada por críticos e historiadores da arte a obra que inaugurou a *Pop Art*.

jovem (destinada à juventude), espirituosa, sexy, atraente, glamorosa e *muito* lucrativa (GOMPERTZ, 2012, p. 310-311).

O delineamento da sociedade regida pela cultura das massas teve suas bases amplificadas após a Segunda Guerra Mundial e, devido a motivações de restauração econômica, “o consumo passa a ser palavra de ordem a partir da década de 1950” (FREITAS, 2012, p. 83). Dessa forma, a produção deixa de ser vinculada estritamente ao saciar das necessidades primordiais e passa a ser direcionada para a produção de bens que saciam desejos desnecessários. Para Luís Borges (2006) esse fenômeno pode ser denominado “sociedade de produção do desejo”:

Possibilitando uma circulação mais acentuada dos bens de consumo, pode-se dizer que a produção de desejos e necessidades consiste basicamente em fazer o consumidor buscar uma satisfação que nunca é plenamente saciada – tal como uma cobra perseguindo a própria cauda sem jamais alcançá-la. E essa mesma aceleração da circulação de mercadorias acaba modificando também as noções de tempo e espaço, já que os produtos comercializados – incluindo aí os próprios desejos e necessidades – circulam ao redor do mundo abrangendo distâncias cada vez maiores e em menos tempo. Quer dizer, além de provocar o movimento circular eterno da cobra atrás de sua própria cauda, a circulação acelerada da produção atuou como que desregulando o movimento circular uniforme dos ponteiros do relógio (BORGES, 2006, p.4).

O artigo da historiadora Talitta Tatiane Martins Freitas, intitulado *O lugar da obra de arte na era da reprodutibilidade técnica: Andy Warhol e a utilização da cultura massificada* (2012), é enriquecedor para o estudo da *Pop Art* a partir de uma perspectiva histórica. Segundo a autora, a *Pop Art* encontrou estímulo para seu pleno desenvolvimento nos Estados Unidos em razão da intensificação do processo de industrialização e disseminação de mercadorias que transcorria no país - crescimento que outrora havia sido interrompido pela quebra da bolsa de valores de Nova York em 1929. O pós-segunda guerra se configurou como o oposto desse período de depressão e recessão, pois foi marcado pelo vigor econômico e consumo desmedido de novas mercadorias. Dessa forma, imersos em uma infinidade de produtos e serviços, as pessoas começam a consumir movidas por desejos - em grande medida desencadeados pelos apelos das propagandas, largamente difundidas já nessa ocasião (FREITAS, 2012).

O campo artístico busca se afinar com esse contexto, que era motivador para o surgimento de uma arte que fosse consoante com as necessidades de produção e consumo. Dessa forma, Freitas (2012) afirma que a arte *pop* é “filha” dessa crescente circulação de mercadorias e, acima de tudo, das imagens produzidas para a sedução dos seus consumidores.

Um dos “sumos sacerdotes” do movimento da *Pop Art* foi Andy Warhol⁹, que escolheu a sociedade de consumo como tema e, depois, passou a explorá-la usando métodos da própria sociedade de consumo. Transformou a si mesmo em uma marca e a personificação de tudo que queria dizer ao mundo. Não poupou nem mesmo seu ateliê, o qual deu o nome *The Factory*. Warhol selecionava elementos para suas obras de acordo com o que era veiculado pela mídia: escolhas que tem seu mote norteador semelhante ao de um empresário, pois são sujeitas às leis de mercado. De acordo com Freitas (2012), a existência da *Pop Art*, está intimamente ligada à lógica de uma sociedade de consumo, pois o artista de vida urbana do século XX é ao mesmo tempo um consumidor de cultura de massa e um contribuinte para ela.

Para Bourriaud (2011), as temáticas *pop* e seus métodos, emprestados da indústria ou imitados da mídia de massa, não inspiram nenhum tipo de “paixão”. Criar uma obra desapaixonada ou, nas palavras de Jameson (1996, p. 37), “esmaecida de afeto”, era exatamente a reação almejada por Warhol quando eliminava da pintura seu toque estilístico, retirando da obra todas as evidências de sua presença. Ao utilizar elementos amplamente difundidos pela mídia, como uma garrafa de Coca-Cola, uma lata de sopa Campbell ou a imagem de Marilyn Monroe, seu desejo era ser “tão chamativo e atrevido quanto os anúncios e produtos que o cercavam em Manhattan” (GOMPERTZ, 2013) – o que demonstra o papel crucial da comunicação de massas para a *Pop Art*. Mesmo tendo como objeto temas tão banais, Warhol conseguiu imprimir sua marca pessoal, que tornou reconhecível a partir de “elementos formais de sua obra em meio a tantas outras difundidas pela cultura de massa” (FREITAS, 2012, p. 80).

A *Pop Art* é um exemplo evidente de como a produção estética no mundo pós-moderno está ligada diretamente à produção de mercadorias em geral. Como explica Jameson (1996, p. 30),

a urgência desvairada da economia em produzir novas séries de produtos que cada vez mais pareçam novidades (de roupas a aviões), com um ritmo de *turn over* cada vez maior, atribui uma posição e uma função estrutural cada vez mais essenciais a inovação estética e ao experimentalismo.

Tamanha urgência só é suprida graças à reprodutibilidade técnica da qual trata Walter Benjamin em seu ensaio *A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica*, publicado em 1955. Primeiramente, o autor reconhece

⁹ Natural de Pittsburg, EUA, nasceu em 6 de agosto de 1928 e faleceu em 22 de fevereiro de 1987.

que a obra de arte sempre foi reproduzível em sua essência, como quando discípulos imitavam seus mestres, que por sua vez reproduziam suas obras para difundi-las e, finalmente, por terceiros que estavam interessados no lucro. Porém, diante do constante apelo para reprodução exigida pela lógica de produção capitalista, a obra perde, de acordo com Benjamin, a sua “aura”, o aqui e o agora, seu caráter de unicidade. O que não é por acaso, pois “a arte contemporânea será tanto mais eficaz quanto mais se orientar em função de sua reproduzibilidade e, portanto, quanto menos colocar em seu centro a obra original” (BENJAMIN, 1995, p. 7.), mesmo que, se tratando das obras de Andy Warhol, seja difícil estabelecer o que é “original” e o que é “reprodução”.

Em seus primeiros trabalhos, já na década de 1960, Warhol desenvolveu um processo de transferência de uma imagem fotográfica ampliada para uma tela de pintura, o que lhe dava a possibilidade de reproduzi-la, com variações de cores e posições (FREITAS, 2012). Outra obra reproduzida manualmente por Warhol – 36 vezes - foi *Latas de sopa Campbell* (anexo II), que contestava justamente a convenção de que arte deve ser original, que deve ter “aura”. A similaridade dos 36 quadros “vai contra as tradições do mercado da arte, que atribui valor – financeiro e artístico – à raridade e unicidade percebidas” (GOMPertz, 2013, p. 303). Quando Warhol optou por não criar seu próprio estilo gráfico, mas imitar o das latas de sopa Campbell, tomou uma posição social e política frente às relações à divisão do trabalho e à padronização dos comportamentos. Para Gompertz (2013), sua postura era de censura ao mundo das artes que elevava os artistas a gênios onívidentes, além de ser um comentário sobre o status diminuído dos trabalhadores individuais no mundo homogeneizado da produção em massa.

A *Pop Art* e sua reproduzibilidade técnica, somada ao efervescente movimento contracultural francês de maio de 68, a introdução do *spray*¹⁰ e a diversidade estética proporcionada pelo capitalismo foram fatores que apontaram para a origem do *grafitti*¹¹ contemporâneo enquanto expressão artística.

¹⁰ Antes da tinta látex, as intervenções imagéticas em muros eram feitas de piche, um material de difícil manuseio e remoção, que veio a ser qualificada como uma prática de vandalismo. A tinta látex em spray inaugurou um novo momento para a apropriação desautorizada do ambiente urbano com expressões gráficas de caráter coletivo, pois era uma tecnologia fácil de utilizar e com grande durabilidade, além de poder ser usada em larga escala (RINK, 2013).

¹¹ Celso Gitahy explica que o termo “grafitti” vem do italiano e é usado para se referir a inscrições e desenhos antigos, toscamente riscados a ponta ou a carvão em rochas, paredes, etc. *Graffiti* é o plural de *graffito*. No singular é usada para significar a técnica e no plural aos desenhos (GITAHY, 1999). No entanto, nessa pesquisa será utilizado o termo em português, “grafite”.

1.3 O grafite

Quando os muros de Paris foram usados de suporte para inscrições de cunho poético e político para protestar e tornar visíveis insatisfações populares com relação às elites culturais (entre elas "adoro escrever nas paredes"), a prática do grafite se generalizou pelo mundo (RINK, 2013, p. 32). Contudo, é importante ressaltar que o exercício de inscrição em paredes não é novidade desde muito, pois as raízes da arte de rua podem ser encontradas nas pinturas rupestres. Essas inscrições em paredes possuíam uma linguagem simbólica própria para os homens daquele tempo (GITAHY, 1999), similar ao diálogo que o *grafite contemporâneo* estabelece com o *homem contemporâneo*, tendo em vista que as diferentes intervenções urbanas em paredes se diferenciam pelo momento histórico e o sentido da cultura vigente em cada época.

Nos anos 70, com florescimento da subcultura do hip-hop em Nova York, uma geração de artistas não legalmente autorizados da guerrilha visual fez com que a noção de arte de rua ganhasse força, proporcionando ao grafite conquistar mais visibilidade (GOMPertz, 2013). Inicialmente visto como vandalismo - herdou esse estigma das práticas de pichação - o grafite tem como suporte não apenas paredes, mas a cidade como um todo¹². De acordo com Gitahy (1999, p. 16), "postes, calçadas, viadutos, etc. são preenchidos com enigmáticas imagens, muitas vezes repetidas à exaustão" – característica herdada da arte *pop*. Sua natureza é efêmera e vai da crítica social até complexos seres semelhantes a extraterrestres. As características conceituais do grafite são estabelecidas por Gitahy da seguinte forma:

- Subversivo, espontâneo, gratuito, efêmero;
- Discute e denuncia valores sociais, políticos e econômicos com muito humor e ironia;
- Apropria-se do espaço urbano a fim de discutir, recriar e imprimir a interferência humana na arquitetura da metrópole;
- Democratiza e desburocratiza a arte, aproximando-a do homem, sem distinção de raça ou de credo;
- Produz em espaço aberto sua galeria urbana, pois os espaços dos museus e afins são quase sempre inacessíveis (GITAHY, 1999, p. 18).

¹² Tanto o grafite quando a pichação usam o mesmo suporte e o mesmo material. Uma das diferenças entre o grafite e a pichação é o primeiro advém das artes plásticas e o segundo da escrita.

É de suma importância observar que, quando Celso Gitahy publicou *O que é graffiti?*, em 1999, o grafite ainda não havia expandido seu território, adentrando em museus e galerias, o que é muito diferente da realidade de hoje¹³. Inclusive, fazer exposições é só uma entre as diversas práticas do artista e grafiteiro Banksy, e é sobre ele que versa esta pesquisa.

¹³ Dentre os grafiteiros, talvez o mais célebre seja Jean-Michel Basquiat (1960-1988). Basquiat despertou a atenção da imprensa nova-iorquina ao final dos anos 1970, principalmente pelas mensagens poéticas que deixava nas paredes dos prédios abandonados de Manhattan. Posteriormente, ganhou o rótulo de neoexpressionista e foi reconhecido como um dos mais significativos artistas do final do século XX (EMMERLING, 2003). Foi um dos expoentes dos movimentos nova-iorquinos, também considerado precursor e influenciador do estilo de grafite contemporâneo na arte urbana. Expressava-se com bastante intensidade, o que abriu caminho para o que chamamos de uma “estética da grafitagem” e do grafiteiro como aquele artista que tem a capacidade de criar conceitos de forte expressão social (RINK, 2013).

2. A criação da identidade Banksy

2.1 O artista

Apontado como uma das 100 pessoas mais influentes do mundo em 2010 pela revista estadunidense *Time*, Banksy é um artista único no século XXI: famoso, porém anônimo. Natural de Bristol, Inglaterra, não se sabe ao certo a data de seu nascimento. Em um vídeo divulgado recentemente em seu site oficial¹⁴, o narrador comenta que o artista está com 38 anos.

Em Bristol, na década de 50, foi construído uma série de conjuntos habitacionais no distrito Barton Hill. A má reputação de Barton Hill – ali habitavam pessoas de classe baixa – acabou crescendo, sendo associada a um lugar onde se proliferava o tráfico e a criminalidade (ELLSWORTH-JONES, 2013). É no Barton Hill Youth Club que os jovens moradores do distrito começam a ter as primeiras experiências em grafitar paredes legalmente. John Nation, que trabalhava no clube desde seus 17 anos, foi quem tomou a iniciativa de transformar o clube no centro de grafite de Bristol. Em 1980, o clube se tornou a Meca dos grafiteiros, atraindo primeiramente os de Bristol, depois os de toda a Inglaterra e até mesmo de locais mais distantes.

É na cena underground de Barton Hill Youth Club que o jovem Banksy iniciou-se como grafiteiro na década de 90. Sua primeira obra mais famosa, intitulada *The Mild Mild West* (anexo III), de 1997, está no muro em que foi grafitada até hoje. Durante o tempo que permaneceu em Bristol, Banksy conheceu o fotógrafo Steve Lazarides, que começou a vender seu trabalho e depois se tornou seu agente.

É em 2010 quando lança o documentário *Exit Through The Gift Shop* (Saída pela Loja de Presentes), que Banksy conquista grande fama e maior visibilidade, principalmente quando o filme é indicado ao Oscar daquele ano.

No início de sua carreira, Banksy utilizava estênceis como elementos da pintura à mão livre, mas, por volta dos 2000, percebe que essa técnica lhe garantia rapidez. Segundo o que relata em seu livro *Wall and Piece* (BANKSY, 2005), ele não tinha agilidade em grafitar à mão livre. Pintando direto na parede através dos recortes no papel, o estêncil permitia grafitar na velocidade necessária quando se tem que, por vezes, fugir da polícia.

¹⁴ Disponível em: <<http://banksy.co.uk/films.asp>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

Banksy é um artista tecnicamente habilidoso que levou – literalmente - a arte a lugares onde ela nunca esteve, “casando tal habilidade com um olhar agudo ao mundo que nos cerca” (ELLSWORTH-JONES, 2013, p. 3). Com spray, faz críticas políticas, à sociedade e à guerra, sempre com um humor sombrio e uma sacada: é ao mesmo tempo um artista e um comentarista social, com a comicidade de um ótimo cartunista. Devido às temáticas que aborda, comumente é chamado pela mídia de “artista de guerrilha”. É pelas ações explicitamente políticas, como pintar painéis irônicos no lado palestino do muro que separa a Cisjordânia de Israel em 2005¹⁵ e plantar um boneco inflável vestido de prisioneiro do Guantánamo no parque da Disney, em Orlando¹⁶ em 2006, que Banksy se tornou conhecido. Alguém que, uma vez, corria da polícia e agora vende quadros para Christina Aguilera, Brad Pitt, entre outros.

O espírito artístico de Banksy é do típico *flâneur*, caracterização concebida por Baudelaire em *O Pintor da Vida Moderna*¹⁷ (2010). Apesar de estar tratando a respeito de um pintor do final do século XIX (o autor o denomina de Sr. G., pois o artista preza por seu anonimato), seu relato poderia tranquilamente ser sobre grafiteiros da atualidade – mas especialmente sobre Banksy. De acordo com Baudelaire

para o perfeito flâneur, para o observador apaixonado, constitui um grande prazer fixar domicílio no número, no inconstante, no movimento, no fugidio e no infinito. Estar fora de casa e, no entanto, sentir-se em casa em toda parte; ver o mundo, estar no centro do mundo e continuar escondido do mundo, esses são alguns pequenos prazeres desses espíritos independentes, apaixonados, imparciais, que a língua não pode definir senão canhestamente. O observador é um *príncipe* que usufrui, em toda parte, de sua condição de incógnito. (BAUDELAIRE, 2010, p. 30.)

Walter Benjamin explora esse conceito em *O Flâneur*. Conforme Benjamin (2000, p. 39), a rua se torna moradia para esse espectador, que, “entre as fachadas dos prédios, sente-se em casa tanto quanto o burguês entre suas quatro paredes”, onde muros se tornam a escrivania onde apoia o bloco de apontamentos. É surpreendente como um conceito elaborado em 1863 se aplica aos grafiteiros do século XX e XXI.

Para Ellsworth-Jones (2013), Banksy foi um fora da lei arrastado, relutante, mas constantemente, cada vez mais em direção ao sistema da arte. Seu trabalho

¹⁵ Essas obras serão mencionadas no próximo capítulo.

¹⁶ Notícia disponível em: <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/5335400.stm>> (*Artist Banksy Targets Disneyland: A life-size replica of a Guantanamo Bay detainee has been placed in Disneyland by "guerrilla artist" Banksy.* Acesso em: 18 nov. 2014)

¹⁷ Originalmente publicado em 1863, sob o título de *Le Peintre de la Vie Moderne*.

mudou o olhar sobre a arte de rua, o que fez o artista se tornar o porta bandeira de um novo movimento artístico que surgiu nas ruas e impregnou na consciência de um público muito mais amplo. Além disso, segundo o próprio Banksy, nunca foi tão fácil vender para essa nova audiência e alcançar visibilidade:

you don't have to go to university, carry a heavy load up and down the stairs, send transparencies by post to galleries, or go to bed with someone influential. All you need now is a few ideas and a wide band connection. This is the first time that the world of art is essentially bourgeois and within reach of the people. We have to make the most of the opportunity (ELLSWORTH-JONES, 2013, p. 4).

A internet tem um papel fundamental na carreira de Banksy, pois foi essa rede que fez possível ele se tornar o primeiro artista internacional por meio virtual. Devido a seu anonimato, Banksy não pode conceder grandes coletivas de imprensa ou dar entrevistas na TV, o que faz da internet o meio de comunicação mais adequado para divulgar seu trabalho. Ele não está criando arte eletrônica na internet, mas construindo para si um público seguidor imensamente leal na rede, “fãs que dificilmente visitaram uma galeria, mas que adoram visitar websites” (ELLSWORTH-JONES, 2013, p. 5). Atualmente ele exibe seus trabalhos em seu próprio site, www.banksy.co.uk, assim ele pode pintar suas obras nas paredes de Israel, Hollywood, Barcelona e Londres, e todo mundo pode vê-las – o que dá a sua arte duração e existência, condição que outros artistas grafiteiros não conseguem desfrutar. A parede pode ser coberta de tinta, mas a obra ainda continua lá. Ele pode anunciar seu filme, promover alguma exposição e, por meio de um site associado, www.picturesonwalls.com, pode também vender suas próprias cópias assinadas, e também as obras de outros artistas.

Nesse sentido, a internet também torna possível sua obra sair do locus original e entrar em contato com o observador dentro de sua casa, situação que seria impossível se não existisse a reprodutibilidade técnica por meio da fotografia. Para Walter Benjamin (1955), esse é um ponto positivo da reprodução, pois a cópia do original é capaz de aproximar indivíduos da obra como antes não era possível. Em suma, a internet dá a todos uma chance de se sentirem compartilhando alguma parte de Banksy, mesmo quando não são milionários com uma obra do artista pendurada na parede da sala de estar.

Além disso, a internet possibilita uma escapatória ao frenesi das exposições que acontecem em locais habituais, como galerias e museus. Professor da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás e artista, Rubens

Pileggi optou por divulgar seu trabalho em sua página pessoal do Facebook. Em entrevista para a revista virtual Vice¹⁸, ele explica que:

Nesse mundo virtual, onde o impacto visual vale mais do que mil palavras, satisfazemos com as fotos, como se essa segunda realidade das obras substituísse a experiência de vê-las em sua dimensão original.

Há uma proximidade entre a lógica de produção da Pop Art e a escolha de Pileggi. O artista admite que começou a postar as fotos das suas obras no Facebook porque percebeu que eram “imagens rápidas, consumíveis, descartáveis em certo sentido”, ou seja, “cumprem sua função de despertar nossa imaginação e, logo após visualizadas, partimos para outro post”. O site oficial de Banksy também trabalha nesse sentido, pois assim que o artista realiza um novo grafite, dentro de um a dois dias uma foto dele (ainda inalterado) estará postada¹⁹.

2.2 Controle de Pestes: infortúnios da obra de arte reproduzível

Em prol da proteção de sua identidade e, principalmente, da preservação de sua própria narrativa, Banksy se esconde atrás de sacos de papel, capuzes e tapumes, mas a principal salvaguarda do artista é sua organização, adequadamente nomeada de *Pest Control* (Controle de Pestes), fundada em 2008. Essa organização usa todo tipo de expediente, desde contratos legalmente bem elaborados até chamadas telefônicas cuidadosamente calculadas, feitas pelo próprio artista, sempre que o controle é necessário (ELLSWORTH-JONES, 2013). Além de proteger o artista, a Pest Control foi uma solução encontrada por Banksy e sua equipe para autenticar suas obras e certificá-las, distinguindo-as das falsificações. Como a técnica utilizada por Banksy é de fácil reprodução, isso possibilita a outras pessoas copiar seu trabalho e lucrar com ele, problema apontado anteriormente por Walter Benjamin. Para contornar essa situação, a Pest Control envia com toda impressão que é da autoria de Banksy um certificado de autenticação e uma nota falsa de £10

¹⁸ LOPES, Débora. **Os Trocadilhos Visuais de Rubens Pileggi**. 2014. Disponível em: <http://www.vice.com/pt_br/read/os-trocadilhos-visuais-de-rubens-pileggi>. Acesso em: 22 out. 2014.

¹⁹ Em 20/10/2014, um novo grafite de autoria de Banksy foi encontrado em um muro em Bristol. No dia seguinte, uma foto de sua mais recente obra, intitulada *Girl with a Pierced Eardrum* (algo como garota com o tímpano perfurado, uma paródia da tela *Moça com Brinco de Pérola*, de 1667, do holandês Johannes Vermeer) foi postada em seu site oficial. A obra foi alterada por outro grafiteiro também nesse dia. (RIBEIRO, Filipe. **Banksy reinventa “A Rapariga com o Brinco de Pérola”**. 2014. Disponível em: <<http://propagandistasocial.com/2014/10/21/banksy-reinvent-a-rapariga-com-o-brinco-de-perola/>>. Acesso em: 23 out. 2014.)

com o rosto da Princesa Diana impresso - situação que Banksy não iria deixar de satirizar.

Todavia, a Pest Control não autentica a arte que Banksy faz nas ruas, mesmo que sejam peças que sem dúvida são do artista. Para ele, autenticar uma peça de rua é uma confissão assinada em papel timbrado (BANKSY, 2005). Quando faz exposições, Banksy dispõe suas obras para venda, mas quando faz um grafite na rua, não - o que, no entanto, não impede as obras de serem vendidas. Se no início da carreira as suas obras normalmente duravam no local apenas até serem apagadas por esquadrões de limpeza, ou até serem alteradas e cobertas por outros grafiteiros, atualmente ocorre uma terceira opção: Banksy se tornou tão valioso que surgiu a prática de retirar inteiramente as paredes com as obras e assim vendê-las “para as pessoas poderem ter uma genuína e completa obra de arte de rua, em suas próprias casas ou escritórios” (ELLSWORTH-JONES, 2013, p. 225). A partir de 2006, tornou-se cada vez mais comum seus trabalhos saírem diretamente das ruas para casas de leilão. Como forma de protesto, Banksy postou em seu website a obra *Morons* (2006, anexo IV), que se trata de uma cena que simula um leilão, onde pessoas davam lances em um quadro cuja frase é “eu não acredito que vocês, idiotas, realmente queiram comprar essa merda” (tradução livre). Contudo, a retirada de suas obras dos locais originais é uma forma de as “salvar” de um possível, e quase certo, desaparecimento.

A questão é: será que o ato de salvar uma obra de arte de rua não a destrói de fato? O sentido da arte de rua é que ela exista em seu ambiente natural, ela é efêmera por natureza. Pode ser decepcionante quando uma boa peça é alterada, mas é na sua brevidade que mora seu significado. O poder de cada obra está no ambiente em que foi criada. Fora dele, o que ela diz? A arte de rua é a prova de que pode existir arte fora das estufas das galerias, o que coincide com o pensamento de Gitahy sobre a necessidade de uma arte voltada para as grandes massas:

no contexto da pós-modernidade, o graffiti dialoga com a cidade, na busca não da permanência, enquanto significado de arte consagrada e uma época, mas de expansão, da arte que exercita a comunicação e faz propostas ao meio, de forma interativa (GITAHY, 1999, p.75).

Bansky deseja que suas obras permaneçam nos muros e sofram os efeitos do tempo e de intervenções de outros grafiteiros. Ele admite que, com a experiência, aprendeu que uma pintura não está terminada quando você se guarda o pincel, esse é o momento que ela começa: “a reação do público é que lhe dá significado e valor.

A arte ganha vida nas conversas sobre ela” (ELLSWORTH-JONES, 2013, p. 241). Está sujeito à crítica, no entanto, se a obra de Banksy permanece como “comentário social” aonde quer que esteja. A obra no muro, fora de seu contexto, perde sua razão de ser inicial: quanto mais se reduz a significação social de uma arte, nas palavras de Benjamin (1955), maior fica a distância entre a atitude de fruição e a atitude crítica, sendo possível desfrutar do que é “convencional” sem criticá-lo, ou seja, admirar a obra como um adorno e não como uma manifestação social. Além disso, o grafite tem sua aura, nos termos de Benjamin, precisamente por estar em um lugar onde não é permitido, e consegue manter sua presença autêntica apenas enquanto não é removido.

Além da importância do local original da obra para um melhor entendimento do seu significado, Bourriaud (2004) argumenta que além de ler a obra espacialmente (situa-se em um local determinado), ela deve ser analisada temporalmente, já que também são vestígios de um momento, de um evento que ocorreu. “A obra de arte pode assim, ser olhada como um objeto, mas também como um evento” (BOURRIAUD, 2004, p. 137). Essa é uma herança do Modernismo que, como já aferido, defendia uma visão eventualista da arte, pois pôs em relevo a dimensão temporal da prática artística e multiplicou os dispositivos capazes de capturar, moldar, distorcer ou desregular o tempo vivido. Portanto, a obra permanecer em seu local original é fundamental para captar sua mensagem.

Uma última análise sobre a questão da reprodutibilidade técnica seria a de que a prática de Banksy de reproduzir grafites de muros em telas – ou seja, transferir o grafite de “fora” para “dentro” – o destituiria de sua autoridade. O método do estêncil é utilizado por Banksy justamente devido à facilidade de reprodução que possibilita e, além disso, replicar o mesmo trabalho em mais de uma parede reforça seu efeito. No entanto, no momento em que o estêncil é transferido do muro (onde não é permitido) para uma tela ou página (onde ganha legitimidade “oficial”), ele deixa de ser grafite e se torna arte “convencional” (RAICHAUDHURI, 2010). Ou seja, quando Banksy imprime seus estênceis em um livro ou organiza exposições de seu trabalho, ele deixa de se tornar um grafiteiro e se torna um artista convencional.

2.3 Anonimato: uma arma poderosa

A adoção de um nome artístico é dotada de fascínio: dá a alguém comum a possibilidade de se transformar em uma coisa mais especial. São inúmeros os exemplos de artistas - que vão do cinema à música - que escolhem um nome fictício para chamar de seu. Quem se lembraria de Allan Stewart Königsberg se não fosse o Woody Allen, Stefani Germanotta se não fosse a Lady Gaga, Maria das Graças Meneghel se não fosse a Xuxa? A partir da metade do século XX, a figura do artista se pulveriza em diversas metáforas provindas de outras áreas profissionais. Em outras palavras, depois de inventar modos de vida dentro da arte, os artistas passaram a imitar comportamentos estrangeiros à sua tradição (BOURRIAUD, 2004), importando-os para dentro do campo da arte. Além de artista, Banksy é um “fora da lei”, uma espécie de Robin Hood - que não exatamente rouba os ricos para dar os pobres (ELLSWORTH-JONES, 2013). Também pode ser comparado ao Pimpinela Escarlata, pois, assim como o personagem do romance da Baronesa Emma Orczy²⁰, Banksy é mestre dos disfarces e das fugas, um herói com uma identidade secreta.

Uma primeira interpretação a respeito da escolha de Banksy pelo anonimato leva em consideração a natureza ilegal do grafite, pois assim como na maioria dos países do mundo²¹, na Inglaterra há leis que condenam quem pratica atos de vandalismo e deteriora espaço público e privado. Banksy já declarou que considera isso um crime sem vítimas, mas que o “lado ilegal” da prática do grafite é essencial:

toda peça de grafite é uma afirmação de que não vão dizer pra você o que fazer, você vai decidir o que fazer por conta própria, você vai deixar a cidade do jeito que você quer que ela fique (ELLSWORTH-JONES, 2012, p. 97).

O grafite é mais do que um jogo, pois o risco de grafitar ilegalmente fornece a adrenalina essencial para a maioria dos artistas grafiteiros. Todavia, nos dias de hoje, não há motivos para Banksy ainda acreditar que, se fosse revelar sua identidade, ele seria condenado. Ele está numa classe diferente da dos outros grafiteiros – não seria preso se “desmascarado”.

²⁰ Escrito em 1903, *Pimpinela Escarlata* é um romance histórico e de aventura. A história se passa durante a Revolução Francesa, no período do Terror. Sir Percy Blakeney, o Pimpinela Escarlata, é precursor para personagens literários posteriores, como Don Diego de La Venga (Zorro) e Bruce Wayne (Batman). <http://en.wikipedia.org/wiki/The_Scarlet_Pimpernel>. Acesso em: 22 out. 2014.

²¹ No Código Penal brasileiro, o artigo 163 prevê detenção de um a seis meses ou multa a quem “destruir, inutilizar ou deteriorar coisa alheia”. <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm>. Acesso em: 22 out. 2014.

Em Bristol, o “efeito Banksy” transformou o grafite numa espécie de indústria em crescimento e, atualmente o grafite já é considerado uma atração turística da cidade. Conforme Ellsworth-Jones (2013), a prefeitura produziu um documento para orientar sua política com o grafite, assegurando que em alguns casos haverá consulta pública antes da remoção, além de patrocinar diversos eventos de grafite legalizado. A proteção pela prefeitura de muros grafitados por Banksy aconteceu também em Hastings, Inglaterra, em agosto de 2010. Assim, uma vez que Banksy é tolerado e suas obras protegidas²², Ellsworth-Jones (2013, p. 102) considera que “seria mais um embaraço do que qualquer outra coisa que ele fosse preso”. A carreira de Banksy chegou a um ponto que ele ainda pode querer se considerar um tipo de vândalo, mas de fato ele está se tornando numa atração turística.

Então, quais seriam as causas para Banksy ainda manter seu anonimato? É provável que nos tempos de anonimato forçado, o artista descobriu suas benesses. Uma delas pode ser a diferenciação de outros grafiteiros:

Quando seu filme *Exit Through The Gift Shop* estreou nos Estados Unidos, ele disse a um jornalista em Los Angeles – anonimamente: “Charlie Chaplin costumava dizer: ‘se eu falar, serei visto como qualquer outro comediante” (ELLSWORTH-JONES, 2013, p. 102)

A invisibilidade também é um superpoder, pois alimenta a fantasia das pessoas é uma ferramenta de marketing muito melhor do que a realidade. O anonimato, que já foi uma necessidade, tornou-se algo como um instrumento de propaganda, pois ao esbarrar na fama ele aprendeu a usá-lo com extrema habilidade.

O anonimato apresenta ainda outras particularidades. Confere, segundo Oliveira (1987), um caráter despersonalizado ao discurso, o que torna possível uma “dissociação entre as ideias e quem as formulou” (OLIVEIRA, 1987, p. 60). Dessa forma, fica suprimida a subjetividade, ainda que supostamente, conferindo uma ilusória transparência ao que está sendo dito. Além disso, o anonimato possibilita um discurso totalitário, à medida que é unidirecional, não reservando espaço para debates, dúvidas e questionamentos, pois Banksy realiza a maioria de suas entrevistas por e-mail, respondendo somente as perguntas que lhe interessam. Banksy está numa condição em que pode se pronunciar sobre qualquer assunto, sendo considerado como uma espécie de autoridade anônima (ELLSWORTH-

²²Uma cobertura plástica chamada Perspex é utilizada para proteção, além de sprays impermeabilizantes.

JONES, 2013, p. 105), o que, para Oliveira, condição que pode ser chamada de autoritarismo “iluminado” e que será mais bem explorada no próximo capítulo.

Dito isso, o anonimato de Banksy pode ser visto como um segredo que aumenta o apelo mercadológico de suas obras ao estimular a imaginação de uma legião de fãs – além de enriquecer o bolso de um grande e influente grupo de empresários do mundo artístico. Afinal, nós todos apreciamos o mistério do artista considerado “o mais improvável tesouro nacional” pela revista *Sunday Times* em fevereiro de 2010²³.

A construção de sua identidade é em si uma obra de arte, calculada para causar o máximo impacto com suas performances. Sim, são performances, pois cada vez que ele vai sair para grafitar nas ruas ou lançar uma impressão na sua galeria e loja virtual *Pictures on Walls*, primeiro anuncia em seu site oficial.

2.4 Fama

O ano de 2003 é um divisor de águas na carreira de Banksy. A partir dele, o artista inaugura uma nova fase na sua carreira, marcada pela realização de inúmeras performances - todas com um quê de espetáculo.

A primeira aconteceu no mês de outubro, em Londres. Banksy entrou na galeria Tate Modern, disfarçado com barba falsa, chapéu e um sobretudo, levando uma arte sua dentro de um saco de papel. Colou em uma das paredes da Sala 7 do segundo andar, entre outros quadros da Tate, a obra *Crimewatch UK²⁴ Has Ruined the Countryside for All of Us* (“Crimewatch UK Arruinou o Campo Para Todos Nós”, tradução livre, anexo V). A cena retratada no quadro é uma paisagem campestre feita a óleo – uma obra não assinada que Banksy havia encontrado em um camelô londrino. Ao longo de todo o primeiro plano da tela ele gravou, em estêncil, o tipo de fita utilizado pela polícia para demarcar um acidente ou uma cena de crime. Todavia, mais importante que colocar sua obra na galeria é Banksy *ser filmado fazendo isso*.

A ideia de converter o antigo em novo não é inédita, apesar de Banksy dizer que da primeira vez em que pensou isso,

estava completamente convencido de que era uma ideia genial que ninguém tinha tido antes e pensei: como faço para impedir as pessoas de

²³ MILLS, Eleanor. **Banksy stars in the world's first “street-art disaster movie”**. 2010. Disponível em: <<http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/Magazine/Interviews/article25441.ece>>. Acesso em: 22 out. 2014.

²⁴ Crimewatch UK é um programa da televisão britânica, produzido pela BBC, que reconstitui crimes não resolvidos. O telespectador pode auxiliar a resolver o caso.

roubarem essa ideia? E pensei que a melhor coisa a fazer era colocá-la na Tate com o meu nome ao lado (ELLSWORTH-JONES, 2013, p.11).

Marcel Duchamp, em 1917, criou o conceito de *ready-made*, e essa foi sua principal estratégia de fazer artístico. O *ready-made* é uma nova forma de escultura, em que o artista pode selecionar qualquer objeto e, ao acrescentar elementos da vida cotidiana – a princípio não reconhecidos como artísticos - torná-lo uma obra de arte (GOMPERTZ, 2013). *Crimewatch UK* se tornou obra de arte a partir do momento em que Banksy alterou a versão original quando adicionou a fita amarela, item que não faz parte do mundo das artes, e sim da vida do dia-a-dia. Também pode ser feita uma aproximação entre *Crimewatch UK* e *L.H.O.O.Q.*, a *Mona Lisa* com bigodes e cavanhaque de Duchamp. Ambas as telas foram adulteradas por esses dois artistas que contestam, de forma muito irônica, a noção do que é considerado arte. Além de Duchamp, Asger Jorn, artista membro dos Situacionistas, alterou com seus desenhos pinturas compradas em mercados de uma praça. Seu conselho aos colecionadores e museus era:

Sejam modernos. Se vocês têm pinturas antigas, não se desesperem. Preservem suas memórias, mas deturpem-nas para que correspondam à sua época. Por que rejeitar o velho se é possível modernizá-lo com algumas pinceladas? Isto lança um pouco de contemporaneidade na sua cultura antiga. Estar em dia e distinguido ao mesmo tempo. A pintura acabou. Você pode muito bem aniquilá-la. Deturpe. Vida longa à pintura (JORN, 1959, tradução livre).

Apesar de permanecer incógnito, Ellsworth-Jones relata que Banksy declarou com satisfação aos jornais que noticiaram sua história: “muitas vezes as pessoas perguntam se grafite é arte. Bom, deve ser, agora que já foi colocado na fodida galeria Tate” (ELLSWORTH-JONES, 2013, p. 12). Golpe publicitário ou não, ele funcionou maravilhosamente bem.

Tais performances se repetiram em sete outros museus. Em 2004, Banksy fez duas incursões. Colocou no Museu de História Natural de Londres rato empalhado, com uma lata de spray, microfone, lanterna e mochila. Ao fundo, a inscrição “nossa hora chegará” (anexo VI). A segunda foi ao Louvre, onde o artista pendurou sua própria versão da *Monalisa* (anexo VII), cujo rosto era coberto por uma carinha amarela sorridente – mais uma vez, nota-se semelhança com o que fez Duchamp. Em 2005, o artista parte para Nova York, onde visita o Museu do Brooklyn, Metropolitan Museum, Museu de História Natural de NY e MOMA, onde coloca sua tela da lata de sopa *Tesco Value*, intitulada *Discount Soup Can* (Lata de Sopa em Promoção, tradução livre, anexo VIII) – mesmo lugar onde estão as 32 telas *Latas de Sopa Campbell's* de Andy Warhol. Em *Wall and Piece* (2005), Banksy relata que

após colocar o quadro na parede, ficou cinco minutos para assistir o que aconteceria a seguir, quando viu muitas pessoas se aproximarem, olharem e se afastarem, se sentindo confusas e levemente enganadas. “Eu me senti um verdadeiro artista moderno” (BANSKY, 2005, p. 179, tradução livre).

A última visita aconteceu no mesmo ano, no Museu Britânico, onde o artista colocou uma pedra com arte rupestre (anexo IX). O desenho consiste em um homem empurrando um carrinho de supermercado e um boi cheio de flechas ao fundo. Na legenda, estava escrito que a maior parte de seu trabalho havia sido destruída por “zelosos oficiais municipais, que falham ao reconhecer o mérito artístico e valor histórico de rabiscar em paredes” (BANKSY, 2005, p. 185, tradução livre).

Bourriaud afirma que a arte moderna começou com a possibilidade de o artista dar sentido à forma mais banal, ao signo mais insignificante, a mais reles imagem - no momento em que o mínimo gesto, “conformado por uma ética cotidiana e inserido num dispositivo formal global, adquire o poder de significar” (BOURRIAUD, 2004, p. 63). Segundo o autor, depois que o artista “circunscreveu sua esfera” ele se prende mais a ela do que aos objetos que dela irão resultar. Ou seja: quando Banksy estabeleceu as bases de sua carreira na prática de performances, passou a ter mais importância a repercussão de suas incursões do que suas obras em si.

Conforme Ellsworth-Jones (2013, p. 19), “tais incursões não valeram apenas como publicidade, mas foram – em última instância – financeiramente lucrativas”. Em 2008, *Discount Soup Can* valia £117.600 na casa de leilão londrina Bonhams, e isso no auge da crise internacional de crédito financeiro (ELLSWORTH-JONES, 2013). Apesar de preservar seu anonimato, as performances de Banksy tiveram como objetivo a fama e o reconhecimento de pessoas que nunca haviam frequentado galerias e museus, mas, a partir das notícias transmitidas pela mídia tanto televisiva quanto impressa e virtual, poderiam apreciar suas obras pela primeira vez e, quem sabe, um dia adquirir uma. Nesse sentido, há uma passagem em *Wall and Piece* que Banksy analisa a influência das pessoas “comuns” na Arte. Para ele, a Arte não é como outras culturas porque seu sucesso não é medido pela sua audiência.

O público enche shows e cinemas todos os dias, nós lemos milhões de novelas e compramos bilhões de discos. Nós, as pessoas, afetamos a feitura e a qualidade de grande parte da nossa cultura, mas não de nossa

arte. A Arte que apreciamos é feita por uma seleta minoria. Um pequeno grupo cria, promove, compra e decide o sucesso da Arte. (...) Quando você vai a uma galeria de Arte, você é um simples turista na cabine de troféus de alguns milionários (BANKSY, 2005, p. 170, tradução livre).

É correto afirmar que Banksy defende a arte do povo para o povo – mas seria apenas isso? Além das temáticas escolhidas, a ascensão à fama de Banksy é muito semelhante à trajetória artística de Andy Warhol, pois quanto mais ambos se expuseram, mais puderam explorar as vantagens econômicas ligadas ao reconhecimento público, consequência da larga exposição pela mídia - que tem o poder de transformar todos os eventos em espetáculos e espetacularizar todos os tipos produtos (FREITAS, 2012). Daí o perigo dos meios de comunicação, se deles forem feitos uso exclusivo: eles calibram todos os produtos culturais de acordo com suas próprias necessidades, “anulam-se áreas inteiras da subjetividade” (BOURRIAUD, 2004, p. 158), ou seja, o artista que investe na realidade cotidiana se inscreve, também, dentro de uma economia do cotidiano vivido e, para a mídia capitalista, sua obra passa a ser um potencial produto de consumo. Dessa forma, “o artista de vida urbana do século XX”, como afirma Freitas (2012, p. 82), “é inevitavelmente um consumidor de cultura de massa e potencialmente um contribuinte para ela”.

Durante um curto período, a obra de Banksy foi uma mercadoria que escapava a todas as definições (arte do povo, grafite, vandalismo?), quando os investidores de arte entraram em ação, o dinheiro começou a fluir para o próprio autor. Apesar de clamar ser um *outsider* – utilizando o termo de Norbert Elias - a arte de Banksy foi completamente incorporada pelo comércio da arte em suas mais variadas instâncias. Desde paredes em que grafitou sendo retiradas para leilão até a comercialização de xícaras e imãs de geladeira com grafite de sua autoria estampados²⁵. Ele acusa os outros de serem capitalistas, mas apesar de doar peças para caridade, financiar eventos de outros artistas grafiteiros e tentar vender impressões a um preço razoável, ele também é um capitalista. Com todas as concessões e manipulações que isso implica, esse é o aspecto da vida que traz mais desconforto ao artista em suas atividades (ELLSWORTH-JONES, 2013).

Tal situação acarreta uma série de questionamentos.

²⁵ É importante ressaltar que o que Banksy comercializa são apenas suas impressões, que podem ser compradas, quando disponíveis, pela internet. O lucro das vendas em galerias (quando a exposição não é organizada por ele), leilões e do comércio de bens de consumo não vai para o artista, pois ele não tem os direitos autorais de suas obras.

Como um artista de postura subversiva passa, ao ser assimilado pelo mercado, a ser uma aclamada celebridade? Sua obra perde ou não o caráter de contestação?

3. Do “lixo” ao luxo: o grafite incorporado pelo mercado capitalista

Tratando-se de uma pesquisa histórica, é necessário compor o cenário da transformação do ofício do artista e a produção de obras de arte na passagem do modo de produção feudal para o capitalista. Nesse sentido, o trabalho de Luciana Girelli, *A Lógica Cultural do Capitalismo Contemporâneo a Partir da Obra de Fredric Jameson* (2011), é muito adequado para essa abordagem.

Artistas sempre produziram para vender. De acordo com Girelli, a partir da modificação das condições sociais no período feudal, os artistas passaram a se tornar ocasionalmente dependentes das famílias das cortes, “inaugurando a relação do patronato, que consistia na sustentação financeira dos artistas pelas famílias nobres” (GIRELLI, 2011, p. 81). Assim, alguns artistas eram contratados e pagos pelas famílias nobres como qualquer outro trabalhador profissional que exercia um ofício. Esse processo culminou com o compra direta de obras de arte pelo patronato, o que conduziu a produção artística para uma forma mercado.

Na transição do modo de produção feudal para o capitalista, obras de arte passaram a ser consideradas mercadorias, mesmo que o artista ainda se definisse de outra forma, “como um tipo especial de produtor de mercadorias” (GIRELLI, 2011, p. 82). A relação entre o artista e o mercado iniciou-se de forma mais simples, artesanal, em que o produtor independente colocava a própria obra à venda. Segundo a autora, o artesão era totalmente dependente do mercado imediato, mas, dentro das condições desse tipo de comércio, a obra permanecia sob seu controle em todas as etapas, o que o permitia se considerar independente.

Numa fase pós-artesanal, o artesão não mais vendia sua obra diretamente, mas a um intermediário distribuidor que se torna, na maioria dos casos, seu empregador de fato. O produtor também podia vender sua obra a um intermediário produtor, que, para Girelli (2011, p. 83), é uma característica de relações tipicamente capitalistas, “pois o intermediário investe na compra de obras visando ao lucro, tendo relações diretas com o mercado”.

Todavia, a relação entre artista e mercado se tornou mais crítica a partir dos grandes avanços nos meios de produção cultural e do uso dos novos meios de comunicação de massa – que, para Wilson Dizard (2000), nos dias de hoje, estão na terceira grande transformação:

a primeira aconteceu no século XIX, com a introdução das impressoras a vapor e do papel de jornal barato. O resultado foi a primeira mídia de massa

verdadeira - os jornais "baratos" e as editoras de livros e revistas em grandes escalas. A segunda transformação ocorreu com a introdução da transmissão por ondas eletromagnéticas - o rádio em 1920 e a televisão em 1939. A terceira transformação na mídia de massa - que estamos presenciando agora - envolve uma transição para a produção, armazenagem e distribuição da informação e entretenimento estruturadas em computadores. Ela nos leva para o mundo dos computadores multimídia, *compact discs*, banco de dados portáteis, redes nacionais de fibras óticas, mensagens enviadas por fax de última geração, páginas de Web e outros serviços que não existiam há 20 anos (DIZARD, 2000, p. 23).

Como já referido, a ascensão de Banksy no cenário artístico está intimamente ligada às possibilidades proporcionadas pelos meios de comunicação de massa, como os jornais, que sempre noticiam uma nova obra sua nas ruas, mas em especial a internet, meio pelo qual o artista publica em seu site oficial tanto seus novos grafites quanto seus antigos.

3.1 Banksy e os espetáculos: “ter” para “parecer”

É importante frisar que a carreira de Banksy é analisada nesta pesquisa a partir da ótica da Pós-Modernidade não no sentido *póstumo* da Modernidade, mas como um período sem ruptura com os tempos modernos em que a realidade é ambígua e multiforme. Com relação ao cenário artístico pós-moderno, Bauman (1997) alerta ser necessário ter em vista que a multiplicidade de estilos torna impossível falar em “vanguarda pós-moderna”, pois esses estilos não mais são divididos entre progressista/retrógrado e avançado/antiquado, como defendia a vanguarda modernista no início do século XX. Ainda, segundo Bauman (1997, p. 127), “as novas invenções artísticas não se destinam a afugentar as existentes e tomar-lhes o lugar, mas a se juntar às outras, procurando algum espaço para se mover por elas próprias no palco artístico notoriamente superlotado” - palco que Banksy apresenta seu espetáculo com grande notoriedade.

A *Sociedade do Espetáculo*, de Guy Debord (1997), é fundamental para se pensar sobre espetáculos da vida moderna. Para o autor, o conceito de espetáculo unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos e, considerado de acordo com seus próprios termos,

o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana – isto é, social – como simples aparência. Mas a crítica que atinge a verdade do espetáculo o descobre como a negação visível da vida; como negação da vida que se tornou visível (DEBORD, 1997 p. 16).

Segundo Debord (1997), toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos, onde tudo que é vivido torna-se uma representação – as incursões de

Banksy aos museus, entre os anos de 2003 a 2005, podem ser tomadas como exemplo de tal afirmação. Se tratando de espetáculo, o elementar é ter espectadores, e, por isso, Banksy fez questão de ter registros de suas interferências nos museus em vídeos e fotografias – que posteriormente seriam publicadas em seu livro *Wall and Piece*. Ademais, para Debord o espetáculo é uma relação social entre as pessoas mediada por imagens. Dessa forma, as obras de Banksy funcionariam como um veículo de diálogo entre ele e os admiradores de sua arte.

Usando a perspectiva da representação teatral de Goffman (2002), as incursões de Banksy aos museus podem ser consideradas performances de caráter dramático. No entanto, segundo o autor, é preciso lembrar que o palco apresenta ações reais e, às vezes, outras bem ensaiadas.

Mais importante, talvez, é o fato de que no palco um ator de apresenta sob a máscara de um personagem para personagens projetados por outros atores. [...] o papel que um indivíduo desempenha, é talhado de acordo com os papéis desempenhados pelos outros presentes e, ainda esses outros também constituem a plateia (GOFFMAN, 2002, p. 6)

Tendo em vista que todas as pessoas estão encarnando determinados personagens e escolhendo certas aparências, a premissa de Debord a respeito de uma sociedade espetacularizada é confirmada por Goffman. Dito isso, Banksy pode ser considerado um artista-ator, pois a proposição do autor também justifica o anonimato de Banksy, característica que faz parte de seu personagem, que para Goffman representaria uma forma do artista regular a conduta dos outros, mas principalmente a maneira como o tratam.

De acordo com Anita Rink (2013), foi em 2004 que marcas famosas nacionais e internacionais passaram a usar o grafite e o grafiteiro como temática para a produção de roupas de grife. Assim, consumidores passaram a se identificar com este estilo e também a utilizar a Moda do grafite, vestindo um tipo de identidade como característica de “rebeldia”. Para a autora, essa incorporação do grafite pela moda se revela um paradoxo, “pois até hoje os grafiteiros são considerados, em muitos aspectos, contraventores pelo Estado” (RINK, 2013, p. 101). Contudo, quando o discurso, a obra e o estilo de grafiteiros são absorvidos pelo sistema capitalista e transformados em Moda, a participação do grafite na cultura dominante é exaltada e naturalizada. A autora ainda acrescenta que

os fenômenos sociais atuais estão inseridos em uma lógica capitalista, que, além de produzir produtos para as massas, valoriza a criação constante de novos produtos, ou seja, a novidade exige uma renovação das tendências do vestuário anualmente (RINK, 2013, p. 102).

A consequência da inclusão dos grafiteiros urbanos no universo da Moda é a transformação desses artistas em produtos estereotipados. Esse fenômeno é esclarecido por Debord quando o autor afirma que, após a primeira fase da dominação da economia ter esgotado o *ser para ter*, a fase atual, “em que a vida está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento generalizado do *ter para parecer*” (DEBORD, 1997, p. 18). Em outras palavras, dentro de uma estrutura capitalista espetacularizada, *ser* já não é mais sinônimo de *ter*: agora o que importa é *parecer*.

O capitalismo não é simplesmente um modo de produção econômico, mas é também um modo de produção de subjetividade, o que torna a meta principal do capitalismo atual a produção de imagens e sistemas de signo, não somente mercadorias (RINK, 2013). A Moda está imersa nesse sistema e é o campo ideal para a criação de sociabilidade e grupos, tendo em vista seu caráter efêmero e passageiro que está no cerne da experiência da Modernidade.

No desenvolvimento da sociedade moderna, ocorreu uma sujeição das relações de trabalho ao produto - a mercadoria. O produto do trabalho passou a adquirir características sociais, o que, para Silva (2008), faz com que as relações entre as pessoas se tornem relações entre coisas, e vice-versa. A mercadoria assumiu características sociais, acarretando um processo de alienação dos sujeitos dado o fetichismo que ela provoca, possibilitando a uma multidão ávida por símbolos encontrar em imagens-objeto um alento. Numa sociedade onde reina o “*ter*” para “*parecer*”, desde *ter um Banksy* pendurado na parede de sua casa até *ter um imã com um Banksy* na geladeira é fator de prestígio. Nas palavras de Debord (1997, p. 25) “o espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem”. É por essa razão que Marx (1996, p. 198) defende que as relações sociais estabelecidas entre as pessoas assumem “a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas”. Todavia, para que o capital prospere, é preciso haver uma rapidez no consumo. Por isso, conforme Rink (2013, p. 45) “a experiência atual gira em torno do transitório”, das modas que logo serão substituídas por outras modas, e assim por diante. Assim, como referido anteriormente no primeiro capítulo, Luís Borges (2006) designa o momento atual como uma “sociedade de produção do desejo” em que as noções de tempo/espaço acabam sendo aceleradas/diminuídas, pois a circulação acelerada da produção desregulou o movimento circular uniforme dos ponteiros do relógio.

Outro aspecto que Borges aborda é o do “conceito de jovem”. Segundo o autor, dentre as modificações acarretadas pela cultura do consumo,

a fase da vida mais propensa a instabilidades de toda ordem, justamente por se encontrar em meio a indefinições e definições e em um elo perdido entre a infância e a vida adulta, a juventude passou a ser vista como (público)-alvo potencialmente mais vulnerável à ação da cultura de consumo – que assim tratou de promover a produção de uma identidade juvenil (BORGES, 2006, p. 6).

Assim, graças a grandes esforços da produção de desejo de consumir junto a esse público-alvo, a juventude passou a existir enquanto conceito. E nada mais é mais jovem que consumir (e, por sua vez, *ter*) a imagem *underground* que o mundo do grafite transmite e *parecer* estar incluído nesse universo (levando em consideração, ainda, que entre a grande legião de fãs de Banksy, a esmagadora maioria é jovem). A produção de identidades, ou, segundo Rink, de “eus”, é produto para um mercado de “consumo performático”. Dessa forma, as atitudes dos grafiteiros, que antes eram consideradas subversivas, passam a ser vestidas “pelas novas formas de fomentar-se o consumo performático” (RINK, 2013, p. 103). Logo, grafiteiros, “que outrora reinavam no submundo e à margem da sociedade dominante” (RINK, 2013, p 102), tem se tornado celebridades e referências pela produção capitalista.

3.2 Sucesso no mercado das artes

Contudo, qual o motivo de a arte contemporânea deixar de ser vista com maus olhos – pois usualmente tida como incompreensível e muitas vezes de mau gosto – para se tornar algo respeitável, rentável e ser reverenciada no mundo todo? De acordo com Gompertz (2013), muito dinheiro foi investido no mundo das artes no curso das últimas décadas, pois a arte passou a ser um investimento seguro aos que enriqueceram recentemente, tendo em vista que os preços de obras da arte moderna continuam subindo - ao contrário do risco que se pode correr ao investir em bolsa de valores e bancos. O valor de obras muito admiradas de artistas mortos (e, portanto, improdutivos) – como Picasso, Warhol, Pollock e Giacometti – continua subindo. E, se as obras de artistas “clássicos” se encontram indisponíveis, a melhor alternativa é a arte moderna contemporânea (a obra de artistas vivos), o que transformou artistas sem nenhum reconhecimento em milionários. Exemplo disso é o

artista pop estadunidense Jeff Koons²⁶, um dos vários artistas que se tornaram muito ricos em um curto espaço de tempo devido ao *boom* das belas artes.

Para Gompertz, foi o setor de revistas sofisticadas sobre arte – que teve seu início no final do século XX - que ajudou a conceber o arquétipo do novo público para uma nova geração de artistas que sabem lidar com a mídia. Nas revistas, eram publicadas imagens dos artistas – pessoas criativas, pitorescas, excêntricas – ao lado de sua arte colorida, “eram o tipo de banquete voyeurístico que os leitores sequiosos por mais dinheiro e status devoravam avidamente” (GOMPERTZ, 2013, p. 14).

O perfil de tal público era jovem, descolado e cosmopolita, para artistas novos, descolados e cosmopolitas.

Era uma turma jovem, sem interesse por todas aquelas velhas pinturas marrons que a geração anterior venerava. As fileiras cada vez maiores dos frequentadores de galerias queriam arte que falasse de seu tempo. Arte que fosse original, dinâmica e empolgante: arte que fosse sobre o aqui e agora. Arte que fosse como eles: desejável e moderna. Arte que fosse um pouco rock'n'roll: ruidosa, rebelde, divertida e avançada (GOMPERTZ, 2013, p.15)

Em vista disso, Rink, Borges e Gompertz concordam em afirmar que o público jovem é explorado como consumidor e passa a ter sua identidade convertida em produto no cenário artístico contemporâneo. O grafite, dotado de uma postura contraventora, se desloca das ruas para as galerias de arte, “legitimando esta forma de expresso como um novo tipo de arte” (RINK, 2013, p. 102). O mesmo acontece com os grafiteiros, que deixam de ser vândalos para fazer parte do grupo de artistas colaboradores de museus famosos. No caso de Banksy, suas inúmeras obras leiloadas – desde impressões, telas alteradas e muros inteiros - consolida a passagem do grafite do mundo subversivo para o “circuito de belas artes”.

O estilo de produzir essa nova arte “indisciplinada” visa o que Gompertz (2013, p. 385) denomina de “artetenimento”: obras de arte que borram a linha entre o que é Arte e atividades convencionais de lazer e entretenimento, como cinema, teatro e atrações para o visitante. Apreciar arte é ter lazer. Debord apoiaria essa afirmação, uma vez que, para ele, o espetáculo é o âmago da sociedade real

sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos – o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade (DEBORD, 1997, p. 14).

²⁶ Nascido em 21 de janeiro de 1955, Koons é conhecido por suas reproduções de objetos banais, e ficou muito famoso depois de produzir Puppy (1992), um gigantesco filhote de cachorro incrustado com flores (GOMPERTZ, 2013).

Nessa lógica, Debord afirma que o espetáculo é um adorno aos objetos produzidos, e, dado que o setor econômico molda diretamente uma “multidão crescente de imagens-objeto” (DEBORD, 1997, p. 17), o espetáculo é a principal produção da sociedade atual. Quando um novo Banksy aparece em algum muro, a primeira atitude das pessoas é posar ao lado e fotografar, mesmo que a obra esteja justamente reprovando esse padrão de comportamento, típico de uma sociedade do espetáculo, onde tudo que é vivido é fotografado e postado nas redes sociais. A obra *Mobile Lovers* (anexo X), produzida em 15 de abril de 2014 na Rua Clement, em Bristol, é uma amostra desse tipo de atitude. A obra, feita no estilo de estêncil, consiste em um casal friamente abraçado, pois ambos estão manuseando seus smartphones na nuca um do outro. Apesar de se tratar de uma crítica clara ao frenesi do uso dos smartphones nos dias de hoje, a obra foi fotografada por muitos “espectadores” e compartilhada mundialmente pelas redes sociais – e também pelos jornais, que noticiavam com entusiasmo tal acontecimento²⁷.

O ano de 2008, segundo Gompertz (2013), foi um divisor de águas tanto para o capitalismo (devido à crise mundial do capital financeiro), quanto para a arte contemporânea. Nesse ano, o artista inglês Damien Hirst²⁸ entregou mais de duzentas obras suas para a famosa casa de leilão Sotheby's, em Londres, direto de seu ateliê. O leilão foi nos dias 15 e 16 de novembro, e enquanto o bater dos martelos anunciava venda após venda se configurava a quebra do banco Lehman Brothers nos EUA, o que precipitava um colapso financeiro global. O mundo das artes parecia não estar se importando com a situação, pois o leilão foi um triunfo. O Sotheby's anunciou que quase todos os lotes haviam sido vendidos, pelo total de

²⁷ BBC News, The Independent, Daily Mirror e The Guardian noticiaram o aparecimento de *Mobile Lovers*. A obra foi removida no dia de seu aparecimento com um pé-de-cabra por Dennis Stinchcombe, diretor do Broad Plain Boys' Club & Riverside Project, um clube centenário para jovens, e que tem a sua sede perto da parede que Banksy grafitou. Stinchcombe estava recebendo ameaças de morte por ter retirado a obra, que tentaria vender para salvar o clube de ir à falência. Posteriormente, Banksy enviaria uma carta à Stinchcombe, autorizando o Clube a fazer o que desejasse com a obra, que foi vendida por £403,000 no dia 27 do mesmo mês. (GANDER, Kashmira. **Banksy's Mobile Lovers: Youth club owner who sold artwork in Bristol receives death threats.** 2014. Disponível em: <<http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/news/banksy-mobile-lovers-sold-owner-of-youth-club-where-artwork-appeared-in-bristol-received-death-threats-9695327.html>>. Acesso em: 28 out. 2014.)

²⁸ Natural de Bristol, assim como Banksy, Damien Hirst (7 de junho de 1965) foi durante a década de 1990 o líder do grupo *Young British Artists* (ou YBAs, Jovens Artistas Britânicos), dominando a arte britânica durante essa década e sendo amplamente conhecido internacionalmente (GOMPERTZ, 2013).

mais de 100 milhões de libras²⁹. Esse leilão assinala um marco, pois é a partir dele que a tônica dos próximos anos do mundo artístico é ditada pelo empreendedorismo.

Damien Hirst fazia parte de uma geração de artistas emergentes das escolas de arte europeias e estadunidenses no final dos anos 80 e início dos 90 que compreendia que, para vencer em seus próprios termos, “precisava construir uma marca baseada tanto em suas personas individuais quanto em seu trabalho” (GOMPERTZ, 2013, p. 394). Isso significava, por sua vez, ter de se relacionar com os homens de negócio, uma vez considerados odiados pelos artistas. Gompertz (2013) faz uma analogia interessante sobre a relação de vender arte sofisticada e imóveis sofisticados, que, para ele, na realidade não são coisas tão diferentes:

O marchand é o corretor da peça, o artista é o cliente com uma propriedade intelectual para vender. Ambos os negócios requerem um escritório/galeria num endereço chique. (...) Imóveis e obras de arte também compartilham a singularidade como um ponto forte do produto a ser ressaltado e o comprador se fiando na expertise do agente para estabelecer o preço correto. E, enquanto o valor de uma casa é ditado pela “localização, localização, localização”, o valor de uma obra de arte é inteiramente dependente da “proveniência, proveniência, proveniência” (GOMPERTZ, 2013, p. 401-402).

A arte e os artistas se tornaram um grande negócio, e, assim, o artista contemporâneo passou também a ser um empresário, tornando-se um negócio suscetível como qualquer outro no mundo dos negócios a se alinhar na lógica da conveniência. À vista disso, a maioria dos artistas pode encontrar dificuldades em elaborar uma obra que conteste alguma injustiça na sociedade quando são beneficiários do *establishment*, do sistema capitalista de mercado – a não ser que o artista não esteja inserido nesse mercado, o que acontece com os artistas de rua.

Banksy é um artista *sui generis*. Ele está numa situação intermediária, onde consegue usufruir o melhor dos dois mundos: vende suas impressões pelo seu site oficial ou em suas exposições oficiais, mas também se mantém fora do circuito frenético de produção e venda do mercado artístico das galerias. Essa situação privilegiada é fruto em grande parte do seu anonimato, que permite ao artista transitar entre esses “mundos” livremente. Inclusive, porque desde 2008, seu agente Steve Lazarides – que o representava desde os tempos de Bristol - foi dispensado, e

²⁹ Hirst registou um novo recorde para um leilão dedicado a um único artista, cujo anterior detentor era Pablo Picasso, com um leilão de 88 das suas obras que geraram um lucro de 20 milhões de dólares em 1993 (GOMPERTZ, 2013).

passou a ser substituído pela publicitária Jo Brooks, que é responsável pela intermediação entre Banksy e a mídia³⁰, e não em vender as obras do artista.

A dispensável necessidade de um agente se deu devido à fama que Banksy conquistou. Suas obras não precisavam mais de agenciamento, elas já se vendiam por conta própria. Banksy se tornou uma marca, assim como aconteceu com o artista pop Andy Warhol, tendo “sua arte tão instantaneamente reconhecível pelos bem-informados quanto a logomarca da Nike” (GOMPertz, 2013, p.14), o que, para Debord (1997, p. 25), significa dizer “a identidade Banksy” - que é comercializada - está cada vez mais dissociada da vida pessoal do artista

O homem separado de seu produto produz, cada vez mais e com mais força, todos os detalhes de seu mundo. Assim, vê-se cada vez mais separado de seu mundo. Quando mais sua vida se torna seu produto, tanto mais ele se separa da vida.

3.3 Três possíveis polaridades de análise

A arte de Banksy nem sempre teve reconhecimento. Como todo grafiteiro, Banksy era visto como um vândalo – para alguns, nunca deixou de ser um - e inúmeros de seus grafites são cobertos de tinta até hoje ou alterados por outros grafiteiros. Se usado como paradigma a figuração *estabelecidos-outsiders* de Norbert Elias (2000), Banksy poderia ser taxado de *outsider*, pois põe em risco o poder dos *estabelecidos* a partir de práticas consideradas anárquicas e que não fazem parte de suas normas. Como os *outsiders* são tidos como aquém as leis, analisa Elias, o contato íntimo com eles faz pairar sobre os membros do grupo de *estabelecidos* a ameaça de uma “infecção anômica” (ELIAS, 2000, p. 26). Cobrir um grafite pode ser interpretado, então, como uma forma de proteger o equilíbrio de forças (que é favorável aos *estabelecidos*) da comunidade.

Banksy demonstra em suas obras um senso crítico sobre a sociedade muito apurado. Grande parte de sua produção artística tem como temática a avaliação sarcástica e irônica da política, como os grafites que pintou nos muros de segregação da Cisjordânia³¹ (anexo XI) em 2005, todas fotografadas e publicadas

³⁰ Como, por exemplo, informar à mídia que a notícia sobre a prisão do artista pela polícia de Londres no dia 20 de outubro de 2014 se tratava de um *hoax* (trote), situação que é recorrente. (ALEXANDRER, Ella. **Banksy not arrested: Internet duped by fake report claiming artist's identity revealed. 2014.** Disponível em: <<http://www.independent.co.uk/news/people/banksy-arrest-hoax-internet-duped-by-fake-report-claiming-that-the-street-artists-identity-has-been-revealed-9806157.html>>. Acessado em: 28 out. 2014.)

³¹ O artista não atribuiu títulos para nenhuma dessas obras.

em seu livro *Wall and Piece*. No capítulo em que se iniciam as fotografias desses grafites, Banksy introduz dizendo que a Palestina é hoje a maior prisão ao ar livre e destino derradeiro para grafiteiros (tradução livre). Uma de suas obras simula uma praia tropical, e outra uma sala de estar, onde há uma janela com vista para uma bela paisagem de rio e montanhas. No livro, ao lado da fotografia deste grafite, está um diálogo entre Banksy e um senhor que vive no local:

Senhor: Você pinta o muro, faz ele ficar bonito.

Banksy: Obrigada.

Senhor: Nós não queremos que ele fique bonito, nós odiamos esse muro, vá pra casa (BANKSY, 2005, p. 142, tradução livre).

Outro tema recorrente é o da cultura do consumo. Exemplos são a impressão *Consumer Jesus* (anexo XII), obra de 2004 que retrata Jesus com sacolas de compras, e o outdoor que diz *Sorry! The lifestyle you ordered is currently out of stock* (anexo XIII) de 2011. Nesse sentido, são importantes os conceitos de *apocalípticos* e *integrados*, formulados originalmente em 1964 por Umberto Eco.

Para Eco, *apocalíptico* é aquele que, dotado de grande inteligência, teoriza a respeito do que é cultura de massas e consola seu leitor, dizendo “nós dois, você e eu, os únicos que compreendem e estão salvos: os únicos que não são da massa” (ECO, 2008, p. 9). O apocalíptico condena os meios de comunicação de massa, pois considera que padronizam o público e desestimulam a sensibilidade, além de veicular estímulos publicitários (que criam novas necessidades de consumo) e ser uma forma de lazer e entretenimento que desencoraja o público a pensar, tornando as pessoas passivas e conformistas.

Banksy, ao grafitar sobre assuntos como política e consumo, não está o fazendo para qualquer um – para um *integrado* - está fazendo para alguém com um senso crítico tão afinado quanto o seu: um *apocalíptico*. O integrado, portanto, é aquele que absorve, não dissente e não se importa em fazer parte de uma cultura “popular” – inclusive aproveita que as informações já chegam processadas até ele. Enquanto as massas integradas procuram na obra de arte distração, o conhecedor apocalíptico a aborda com recolhimento. “Para as massas, a obra de arte seria objeto de diversão, para o conhecedor, objeto de devoção” (BENJAMIN, 1955, p. 12).

O anonimato de Banksy também pode ser analisado pela ótica dos conceitos de apocalíptico/integrado. Como referido no capítulo anterior, o anonimato possibilita um discurso de caráter totalitário, pois é unidirecional e não deixa margem para o

diálogo. O discurso do anônimo, então, reproduz o mecanismo do autoritarismo “iluminado”. (OLIVEIRA, 1987). Assim, o que discursa assume uma postura de “sábio” (*apocalíptico*), que, por suas capacidades,

tem o poder de divulgar as "luzes" para um público que "não sabe" [pois é *integrado*] e que deve ser preparado e instruído para participar do momento vivido, já que se supõe que esse público ou está com sua consciência adormecida e, neste caso, carente de uma "revelação" ou é considerado incapaz de formular, por si, uma interpretação consistente dos fatos (OLIVEIRA, 1987, p. 60)³²

Todavia, ao ser incorporado pelo mercado capitalista, a arte de Banksy passa a fazer parte dos integrados e a ser reproduzida, de forma que beira ao fordismo, pela indústria cultural. Mesmo que relutante, Banksy está tão “compenetrado em seu número” (GOFFMAN, 2002, p. 25) que nega a nova condição de sua arte, ao mesmo tempo em que dela usufrui, pois é consumida cada vez mais pelos integrados, gerando sucesso financeiro garantido quando o artista vende suas obras pela internet ou em exposições.

Ainda, é interessante abordar a análise de Bourriaud (2004) a respeito do espaço ocupado pela obra de arte contemporânea que, para o autor, é um espaço intermediário em que o artista pode analisar o real e, ao mesmo tempo, agir sobre ele. O que o artista contemporâneo leva em conta, então, “já não é o espaço da exposição, e sim a complexidade das redes de comunicação e produção de que o mundo da arte não passa de um subconjunto” (BOURRIAUD, 2004, p. 171). O primeiro “sítio” da arte, antes da galeria, é hoje a sociedade inteira. O artista passa a exercer uma função semelhante à de impressores, pois sua tarefa não é mais heroizada como outrora, quando ainda eram tidos como um tipo especial de produtor de mercadorias, retomando a colocação de Girelli (2011). O declínio do heroísmo significa dizer que a arte deixa de ser “aquela Mona Lisa” – agora ela faz parte da vida, é inserida num contexto, num mundo, que nós também tentamos nos inserir.

A arte contemporânea rompe a esfera da atividade, ela não é útil, o que configura um contrassenso no mundo capitalista de produção, onde todos os objetos servem a uma finalidade. O argumento do autor se apoia no princípio de que, quando o homem se apropria do mundo através do trabalho, ele gera “detritos”. O artista contemporâneo, por sua vez, se utiliza desses detritos para produzir arte – tida como “soberana”, ela não precisa servir a um propósito. A arte reorganiza o que

³² O texto entre as chaves é meu.

é rejeitado e reinsere no corpo social - mesmo que seja para ficar acima de um sofá. Aí se delinea o paradigma dos *dejetos* em contrapartida da *produção capitalista habitual*.

Banksy e demais artistas de rua, quando alteram a aparência das cidades, se inserem nelas, pois também podem ser considerados *dejetos*, levando em consideração que grafiteiros costumam fazer parte dos que estão à margem da sociedade, refugados por ela. Os espaços grafitados por esses artistas também são refugos: lugares, em sua grande maioria, abandonados, não vistos, não frequentados, que geram certo tipo de vergonha ou asco - como viadutos, por exemplo, ou o próprio muro de segregação da Cisjordânia. Artistas-detrito que grafitam em lugares-detrito. À vista disso, a mercantilização do grafite e das impressões de Banksy configuram o triunfo do sistema capitalista sobre uma forma de expressão artística - à primeira vista anárquica – mas, ao mesmo tempo, reinsere pessoas e espaços urbanos na sociedade.

Dito isso, pode-se concluir Banksy usa sua arte como uma ferramenta para lutar contra a usurpação de espaços públicos pela iniciativa privada e painéis publicitários de empresas, minando a dualidade do público/privado. A “missão” dos grafiteiros, portanto, seria devolver espaços públicos para o domínio público:

Qualquer publicidade no espaço público, quer você a veja ou não, é sua. Ela pertence a você. Ela é sua para tomar, reorganizar e reutilizar. Pedir permissão é como pedir para manter a pedra que alguém jogou em sua cabeça (BANKSY, 2005, p. 196, tradução livre).

No entanto, os grafiteiros não desafiam limites só para abalar a dicotomia do público e privado. Quando Banksy grafitou no muro da Cisjordânia, ele estava fazendo também uma manifestação política deliberada sobre a legitimidade da *própria* parede (RAICHAUDHURI, 2010) e reivindicando a posse sobre ela não só no sentido econômico como também no artístico – não apenas como um espaço de uma propriedade (pública ou não), mas também como uma tela onde sua arte pode ser legitimada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa buscou explorar os fatores que concorreram para a incorporação das obras de Banksy e de sua identidade pelo mercado artístico, a partir da obra autobiográfica *Wall and Piece* (2005). Também apontou as características da formação da “identidade Banksy”, levando em consideração a influência da vanguarda modernista e da *pop art*, e também a importância de seu anonimato e o papel da internet na carreira do artista. Acompanhou o progresso de um “fora da lei” que, no início da carreira em 1990, marcava com spray paredes de Bristol, até o artista cujo trabalho ultrapassa valores de cem mil libras em respeitáveis casas de leilão da Grã-Bretanha e da América. O “de fora” que se tornou um “de dentro”.

Neste estudo, foi possível observar que tanto a vanguarda modernista - que tinha como princípios o que Charles Baudelaire denomina de “heroicização da vida cotidiana” o culto ao novo, o efêmero, momentâneo e transitório - e a *pop art* – cujo tema era a sociedade de consumo e produzia obras de arte em larga escala em razão da reprodutibilidade técnica – foram movimentos que influenciaram o surgimento do grafite contemporâneo enquanto expressão artística.

Também foi constatado que Banksy uniu essas duas formas de manifestação artística em seus trabalhos que, como todo grafite em muros, é transitório e, como os artistas *pop*, reproduz suas obras tecnicamente com a reutilização de estênceis em paredes diferentes e também no papel, dando origem a suas impressões. Seu anonimato é manejado minuciosamente, pois Banksy teme ser preso por vandalismo, mas, principalmente, porque funciona como uma habilidosa ferramenta de marketing, que influencia o imaginário social e intensifica o apelo mercadológico de suas obras. Portanto, Banksy faz do seu anonimato uma máscara para poder encenar seu espetáculo, podendo ser considerado um artista-ator, pois o anonimato também operaria como uma forma do artista regular as reações de seus expectadores.

Verificou-se que a questão da reprodutibilidade técnica pelo método do estêncil, que possibilita copiar grafites de muros em telas, o destituiria de sua autoridade. O estêncil é utilizado por Banksy exatamente devido à facilidade de reprodução e, além disso, o ato de replicar o mesmo trabalho em mais de uma parede reforça seu efeito. Todavia, a partir do momento que o estêncil é transferido do muro (onde não é permitido) para uma tela ou página (onde ganha legitimidade

“oficial”), ele deixa de ser grafite e se torna arte “convencional”. Desta maneira, quando Banksy imprime seus estênceis em um livro ou organiza exposições de seu trabalho, ele conseqüentemente deixa de se tornar um grafiteiro para ser um artista convencional. Dito isso, na reprodução de suas obras, Banksy “castra” seu trabalho, o deixa impotente, pois assim que o grafite abandona as ruas ele está se submetendo ao mundo das artes convencional – e, como tal, pode ser analisado, criticado e *empacotado como um produto*, pois não é mais uma ameaça. É nesse ponto que as polaridades de análise estabelecido/outsider e apocalíptico/integrado se encaixam, pois Banksy estaria abandonando sua posição de “de fora” para se tornar um “de dentro”.

No entanto, ao abandonar sua postura de outsider/apocalíptico reproduzindo e comercializando suas obras, Banksy reinsere espaços, pessoas e diálogos refugados pelo capitalismo – os *dejetos* – na sociedade. Além disso, quando altera painéis publicitários, e convoca outros grafiteiros a fazerem o mesmo, ele “devolve” espaços públicos ao público de fato, colocando em cheque a dualidade do público e privado e reivindicando os muros como espaço de legitimação da arte do grafite.

Há, inegavelmente, um paradoxo no deslocamento de Banksy do grafite para a arte convencional e sobre sua nova condição de artista-empresário. Contudo, acusar Banksy de se tornar “comercial” seria cair numa acusação simplista. Como qualquer outro tipo de artista, os grafiteiros desejam que seus trabalhos sejam vistos e discutidos pelo grande público, e isso só pode ser alcançado se o grafite fizer a “viagem do muro à página”, caso contrário estará sujeito à transitoriedade que, em primeiro lugar, conferiu ao grafite seu principal poder. O grafite surgiu, nas palavras de Gitahy, para “democratizar a arte” e pode ser interpretado como a expressão máxima da arte contemporânea nos dias de hoje.

No tocante às fontes, o estudo encontrou algumas limitações devido à parca produção a respeito de Banksy. Como já referido, Banksy é um artista que teve uma recente ascensão, o que pode ser o motivo para não existirem muitos trabalhos que analisem sua carreira e suas obras numa perspectiva histórica.

Estudos sobre artistas contemporâneos, tal como a Banksy, ainda não tem recebido atenção de historiadores. O campo das artes dialoga com seu contexto, diz sobre seu tempo e, assim como muitos pesquisadores se dedicam a pesquisar sobre a política, a economia e a sociedade de um período, é necessário estudar o

âmbito das artes em seus mais variados aspectos, como artes plásticas, música, literatura, para entender sobre determinado período.

Tendo em vista que questões relacionadas à construção da identidade do artista não foram o foco desta pesquisa, sugere-se futuras investigações de ênfase ao aspecto da “auto-imagem” de Banksy.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Perry. **As Origens da Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

ARCHER, Michael. **Arte Contemporânea: Uma História Concisa**. Martins Fontes: São Paulo, 2008.

BANKSY. **Wall and Peace**. Century: Londres, 2005.

BARTH-TEIXEIRA, Enise ... [et al.]. **Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas**. Ijuí: Unijuí, 2014.

BAUDELAIRE, Charles. **O Pintor da Vida Moderna**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

BAUMAN, Zygmund. **O Mal-estar da Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 1998

BENJAMIN, Walter. **O Flâneur**. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/52826681/O-Flaneur>.

_____ **Obras escolhidas III: Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo**. 3a. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____ **A Obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica**. Disponível em: <http://www.mariosantiago.net/Textos%20em%20PDF/A%20obra%20de%20arte%20na%20era%20da%20sua%20reprodutibilidade%20t%C3%A9cnica.pdf>

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 16ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BOURRIAUD, Nicolas. **Formas de vida: a arte moderna e a invenção de si**. Martins Fontes – selo Martis: São Paulo, 2011.

BORGES, Luiz Fernando Rabello. **Cultura de consumo às avessas: uma (re)leitura da revista Pop**. XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade de Brasília (UnB), Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, p.1-14, 6 a 9 set. 2006. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/r1266-1.pdf>

BURKE, Peter. **O que é história cultural?**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

CHARTIER, Roger. **A história e a leitura do tempo**. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Contraponto: Rio de Janeiro, 1997.

DIZARD, Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. 6ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.

ELIAS, Norbert. **Os estabelecidos e os outsiders**: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

ELLSWORTH-JONES, Will. **Bansky**: por trás das paredes. Curitiba: Nossa Cultura, 2013.

FERREIRA, Marieta de Moraes. História do tempo presente: desafios. **Cultura Vozes**, Petrópolis, v.94, nº 3, p.111-124, maio/jun., 2000. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/producao_intelectual/arq/517.pdf>. Acesso em 20 nov. 2014.

FREITAS, Talitta Tatiane Martins. **O lugar da obra de arte na era da reprodutibilidade técnica**: Andy Warhol e a utilização da cultura massificada. Revista Espaço Acadêmico. Nº 128, Janeiro de 2012. Disponível em: <<http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/14411/8513>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

FONSECA, Rui Pedro. A Arte como Discurso: A Identidade como Mercadoria. In: **Sociologia, Problemas e Práticas**, nº 53, 2007, pp. 117-133. Disponível em: <<http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/spp/n53/n53a06.pdf>>. Acesso em 20 nov. 2014.

FOUCAULT, Michel. **O que são as luzes?**. 1984. Disponível em: <<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.unigalera.xpg.com.br%2FFOUCAULT.pdf&ei=tKOhU6HVCoeUqAa234LAAQ&usq=AFQjCNGoBivdO-LcBp3UhB2npQZlrWWrZg&sig2=-1TTN8UGEN-MyVKEJk3oxg>>. Acesso em 20 nov. 2014.

FURTADO, Janaína Rocha. **Tribos urbanas**: os processos coletivos de criação no graffiti. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822012000100024>. Acesso em: 20 nov. 2014.

GIRELLI, Luciana Silvestre. **A Lógica Cultural do Capitalismo Contemporâneo a Partir da Obra de Fredric Jameson**. 2011. 124 f. Dissertação (Mestrado em Política Social) - Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória. Disponível em: <<http://web3.ufes.br/ppgps/sites/web3.ufes.br/ppgps/files/Luciana%20Silvestre%20Girelli.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

GITAHY, CELSO. **O que é grafite?** São Paulo: Brasiliense, 1999.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

GOMPERTZ, Will. **Isso é arte?** 150 anos de arte moderna do impressionismo até hoje. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2013

HABERMAS, Jürgen. **Modernity:** An Unfinished Project, 1981. Disponível em: <<http://www.postcolonial.net/@Backfile/entries/4/file-pdf.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

JAMESON, Fredric. **Pós-Modernismo:** A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio, 1996. 27-79 pp. Disponível em: <<http://sociofespsp.files.wordpress.com/2013/01/jameson-fredric-pc3b3s-modernismo-cap-1-a-lc3b3gica-cultural-do-capitalismo-tardio.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

JORN, Asger. **Detourned Painting.** Exhibition Catalogue, Galerie Rive Gauche (May, 1959). Traduzido por Thomas Y. Levin. Disponível em: <<http://www.notbored.org/detourned-painting.html>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

LARA, Arthur Hunold. **Grafite:** Arte Urbana em Movimento. (Dissertação de mestrado). Disponível em: <<http://www.grupodec.net.br/teses/grafite-arte-urbana.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

LOPES, Débora. **Os Trocadilhos Visuais de Rubens Pileggi.** 2014. Disponível em: <http://www.vice.com/pt_br/read/os-trocadilhos-visuais-de-rubens-pileggi>. Acesso em: 22 out. 2014.

MARX, Karl. **O Capital:** crítica da economia política. São Paulo: Nova Cultural, 1996, v. I, t. 1. Disponível em: <<http://www.histedbr.fe.unicamp.br/acer fontes/acer marx/ocapital-1.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

MAW, Victoria. Off the Wall: Graffiti has made the transition from vandalism to fashionable art, but how did the street become domesticated?. **Financial Times:** 15 de julho de 2011. Disponível em: <www.ft.com/cms/s/2/145dcf16-a319-11e0-a9a4-00144feabdc0.html#axzz34AtoFsxH>. Acesso em: 20 nov. 2014.

MILLER, Daniel. **Shopping, place and identity.** Nova York: Routledge, 1998.

OLIVEIRA, Cecília Helena Lorenzini de Salles. Na querela dos folhetos: o anonimato dos autores e a supressão de questões sociais. **Revista de História (USP)**, n. 116, 1987. p. 55-65. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/61360/pdf_4>. Acesso em: 20 nov. 2014.

PEDROSA, Mário; ARANTES, Otilia Beatriz Fiori (org.) Arte ambiental, arte pós-moderna, Hélio Oiticica. In: **Acadêmicos e Modernos - Textos Escolhidos**, vol. 3, 1998.

PINOT-GALLIZIO, Giuseppe. **Manifesto of Industrial Painting: For a unitary applied art**, 1959. Disponível em: <<http://www.notbored.org/gallizio.html>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

RAYCHAUDHURI, Anindya. "Just as good a place to publish": Banksy, Graffiti and the Textualisation of the Wall. **Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities**. Volume 2, número 1, 2010. Disponível em: <<http://rupkatha.com/rupkathav2n1.php>>. Acesso em: 18 nov. 2014.

RIDENTI, Marcelo. 1968: rebeliões e utopias. In Reis Filho, D. A., FERREIRA, J., ZENHA, C. **O Século XX: O Tempo Das Dúvidas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000. p. 135-159.

RINK, Anita. **Graffiti: Intervenção Urbana e Arte**. Apropriação dos espaços urbanos com arte e sensibilidade. Curitiba: Appris Lrda, 2013.

SILVA, Bárbara Duarte da. **Walter Benjamin, Marx e a Modernidade: o Flâneur e o Ópio da Mercadoria**, ANPUH, PB: Guarabira. 2008. Disponível em: <http://www.anpuhpb.org/anais_xiii_eeph/textos/ST%2014%20-%20B%C3%A1rbara%20Duarte%20da%20Silva%20TC.PDF>. Acesso em: 20 nov. 2014.

WITTKOWER, Rudolf. **Born Under Saturn: the character and conduct of artists**. Nova York: NYRB, 2007.

Site oficial do artista: <<http://banksy.co.uk/>>

ANEXOS

Anexo I



L.H.O.O.Q. (1919). Marcel Duchamp. Cartão postal com desenhos em caneta. Coleção privada, em exibição no Musée National d'Art Moderne, Paris.

Fonte: Google Images

Anexo II



Campbell's Soup Cans (1962). Andy Warhol. Tinta sintética sobre 32 telas, cada uma com 20x16cm. Museu of Modern Art, Nova Iorque
Fonte: MoMA <<http://www.moma.org/>>

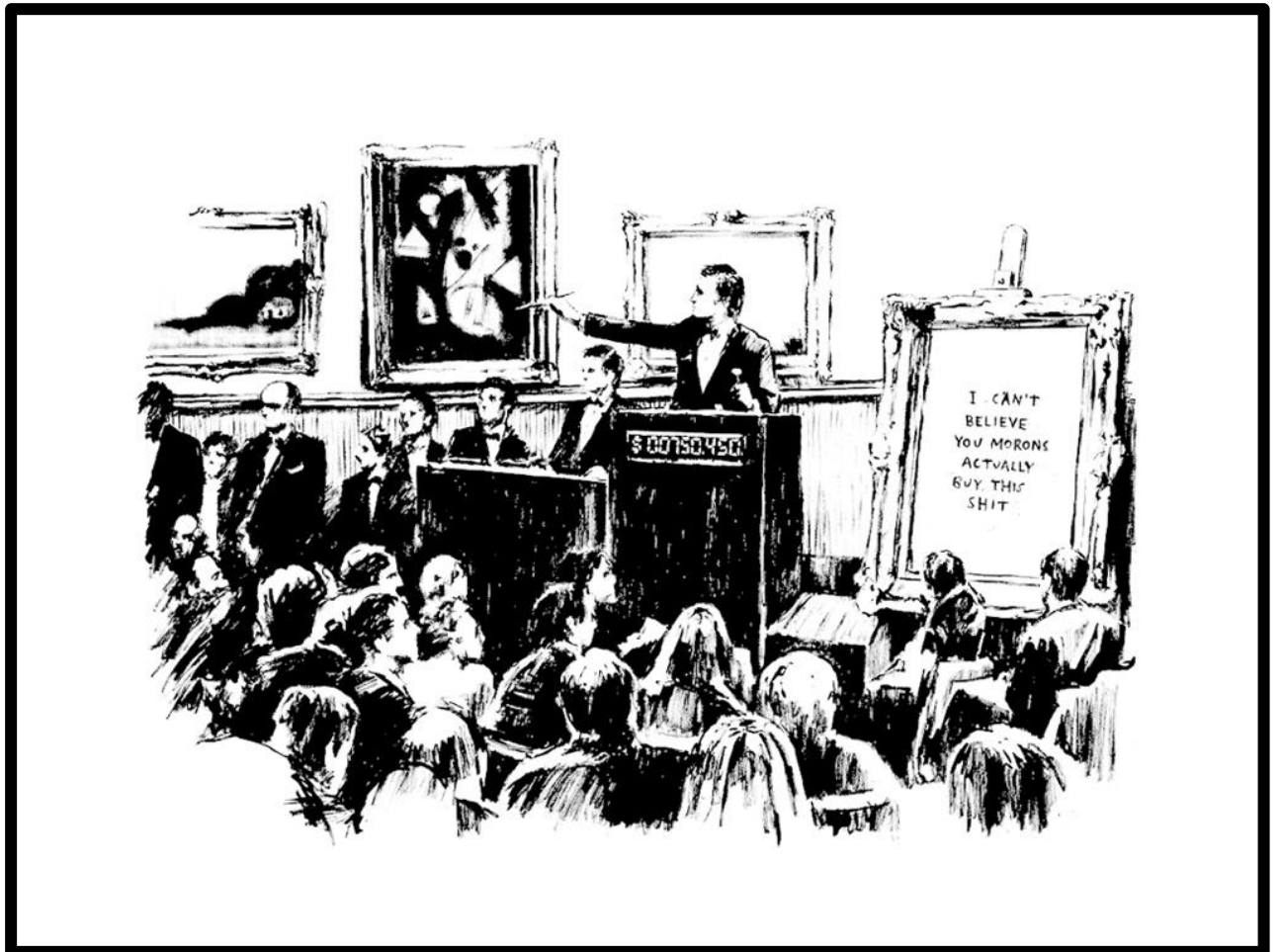
Anexo III



The Mild Mild West (1997). Banksy. Spray sobre muro da Rua Stokes Croft em Bristol, Inglaterra.

Fonte: Site oficial Banksy <<http://banksy.co.uk>>

Anexo IV



Morons (2006). Banksy. Spray sobre papel (impressão).

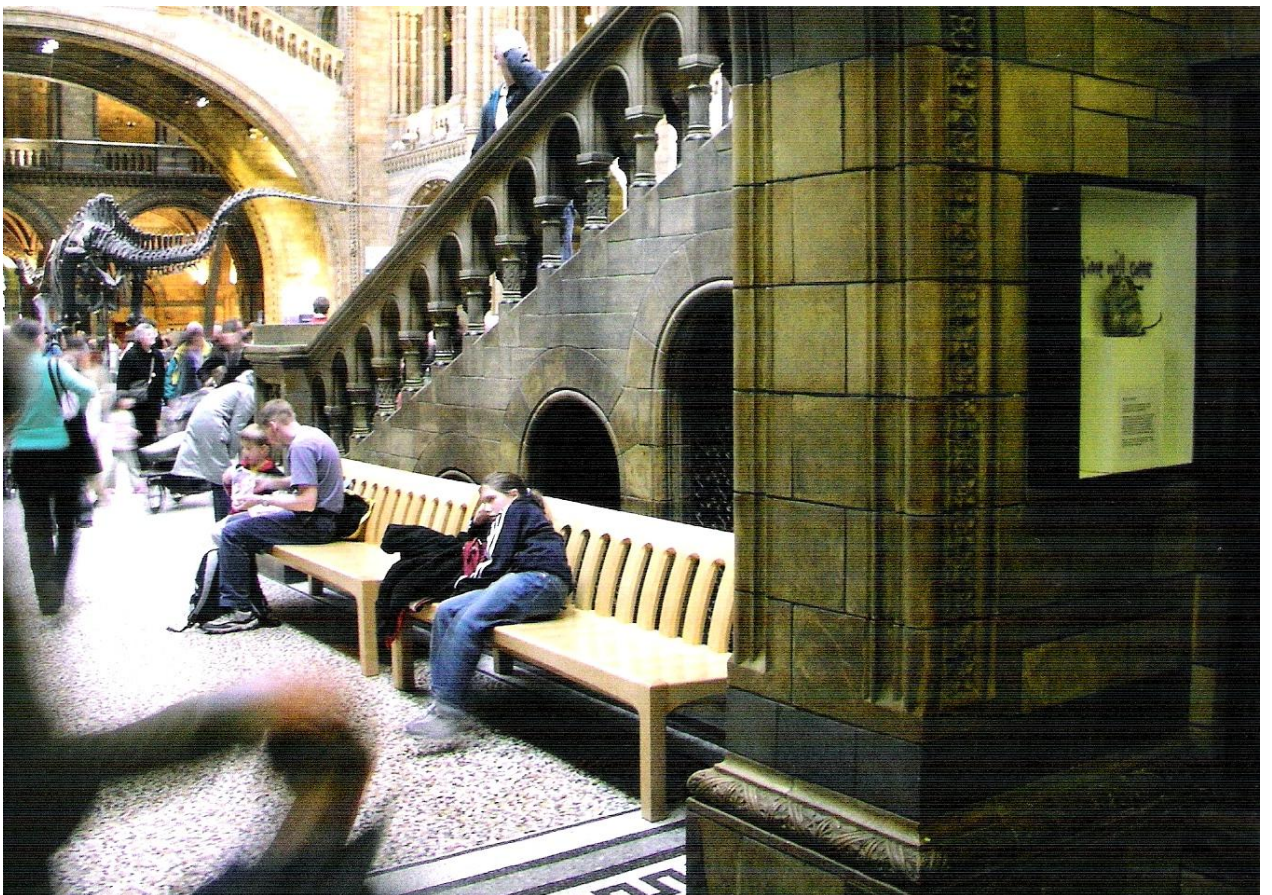
Fonte: Site oficial Banksy <<http://banksy.co.uk>>

Anexo V

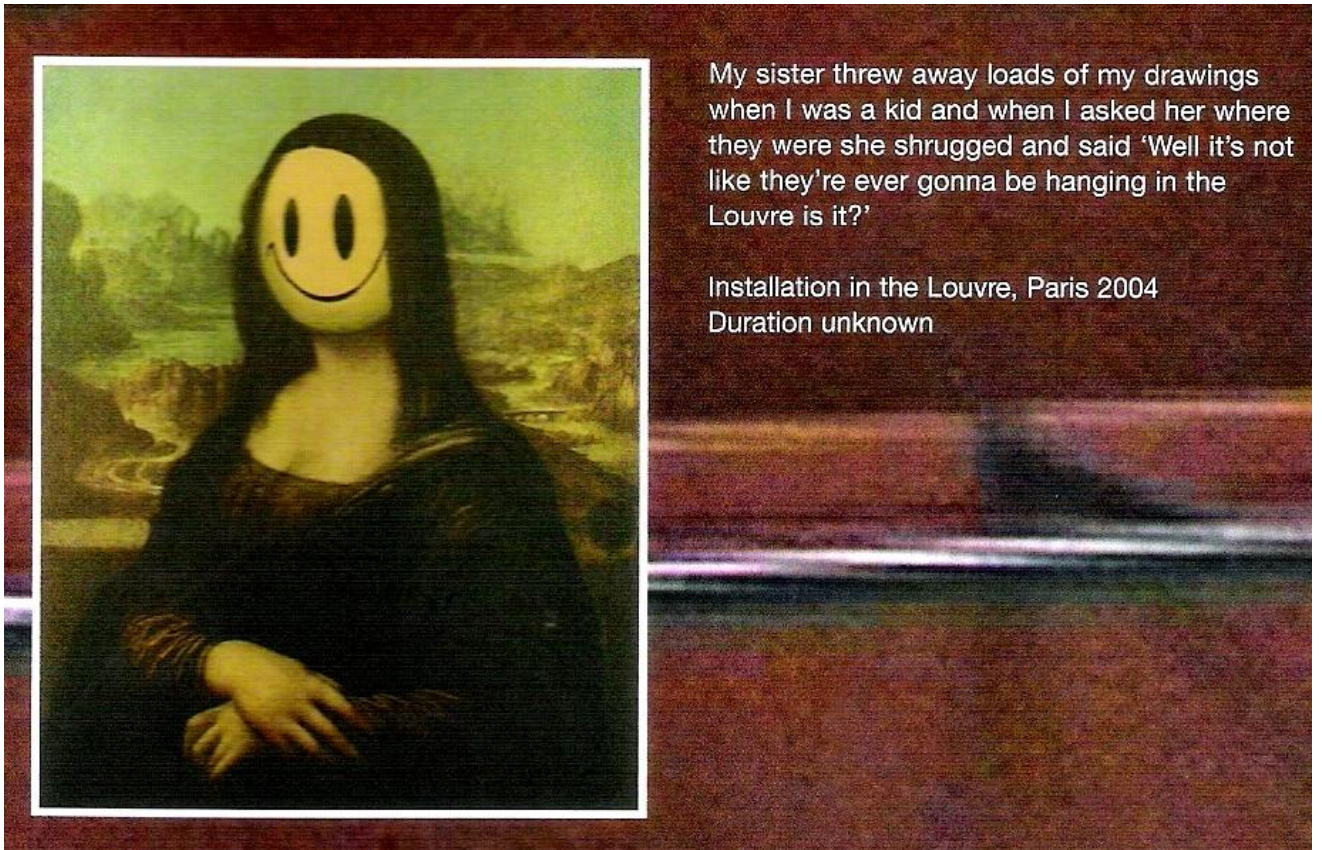
Crimewatch UK Has Ruined The Countryside For All of Us (2003). Banksy.
Spray sobre tela.

Fonte: Site oficial Banksy <<http://banksy.co.uk>>

Anexo VI



Dead Rat With Can (2004). Banksy.
Fonte: Wall and Piece (2005), p. 182-183.

Anexo VII

Mona Lisa (2004). Banksy.
Fonte: Wall and Piece (2005), p. 176.

Anexo VIII

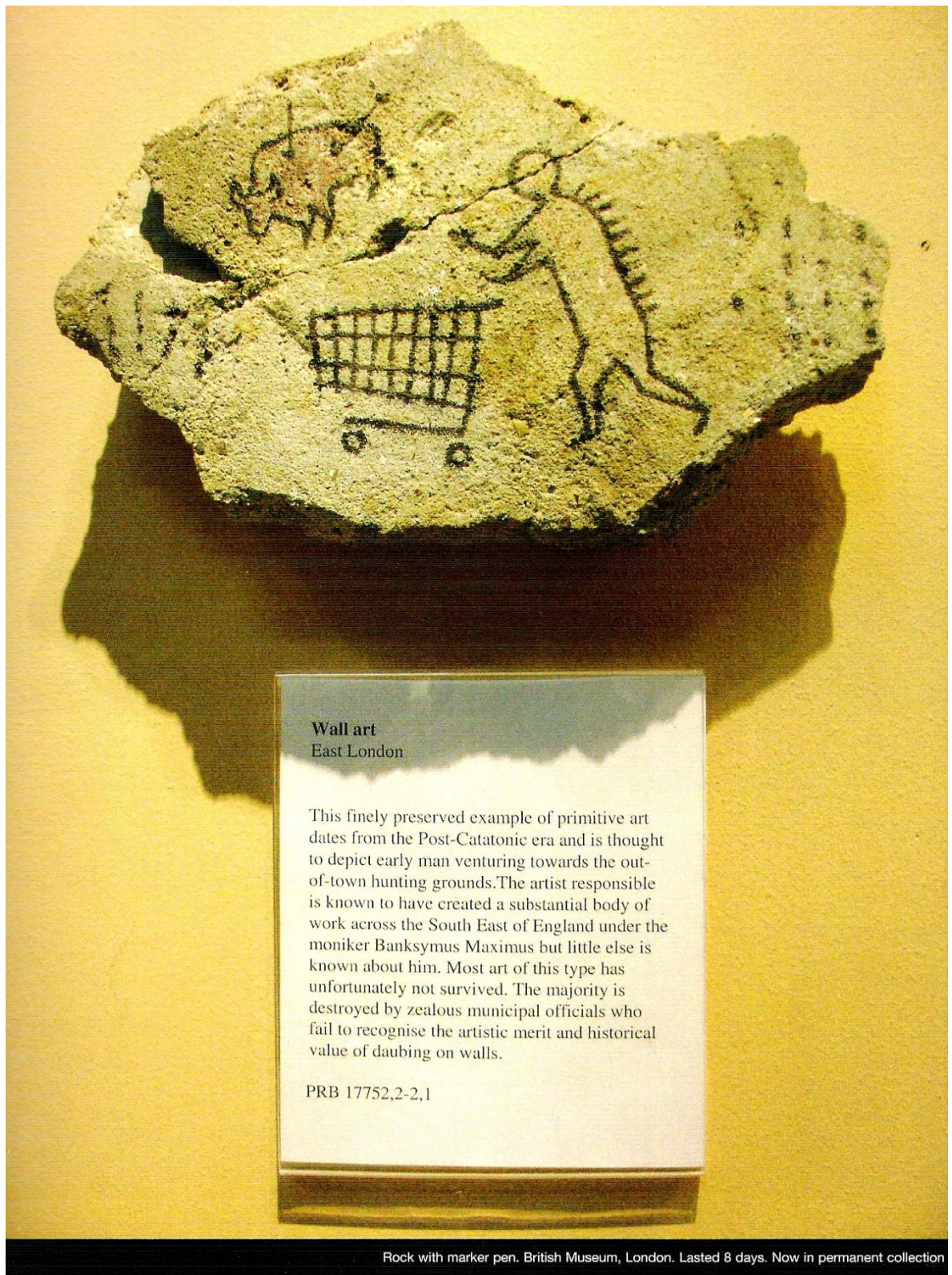


After sticking up the picture I took five minutes to watch what happened next. A sea of people walked up, stared and moved on looking confused and slightly cheated. I felt like a true modern artist.

Discount Soup Can (2004). Banksy.
Fonte: Wall and Piece (2005),
p. 178-179.



Anexo IX



Wall Art (2004). Banksy. Pedra gravada com martelo e prego.
Fonte: *Wall and Piece* (2005), p. 185.

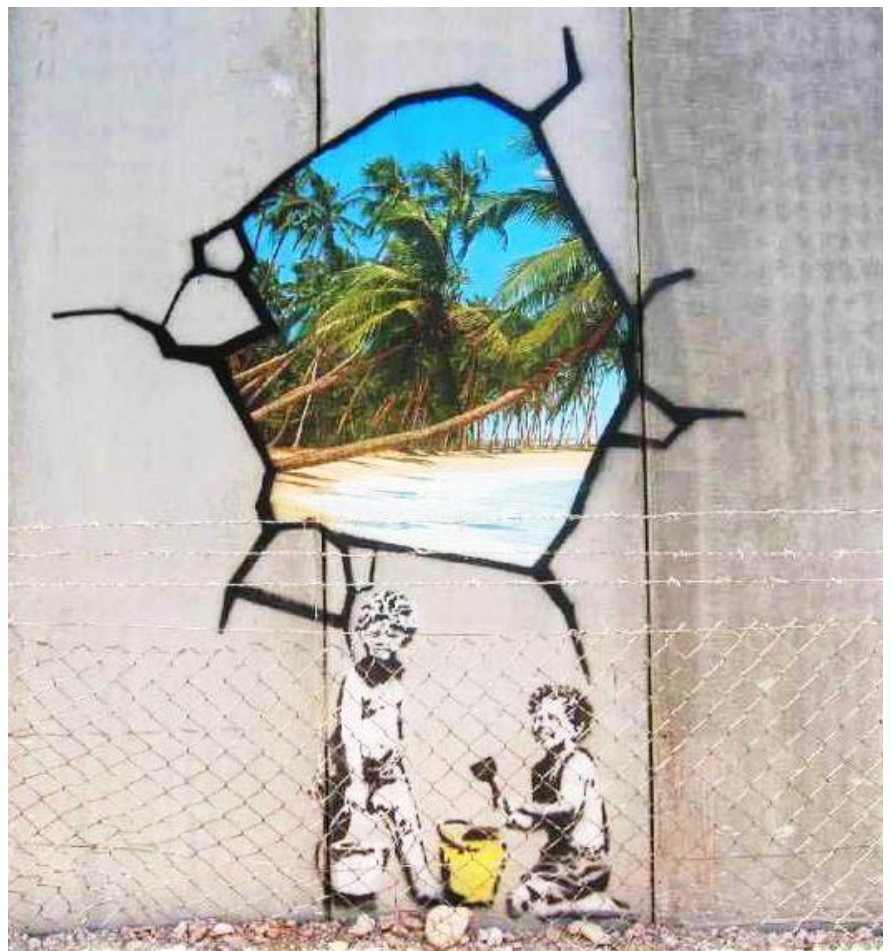
Anexo X

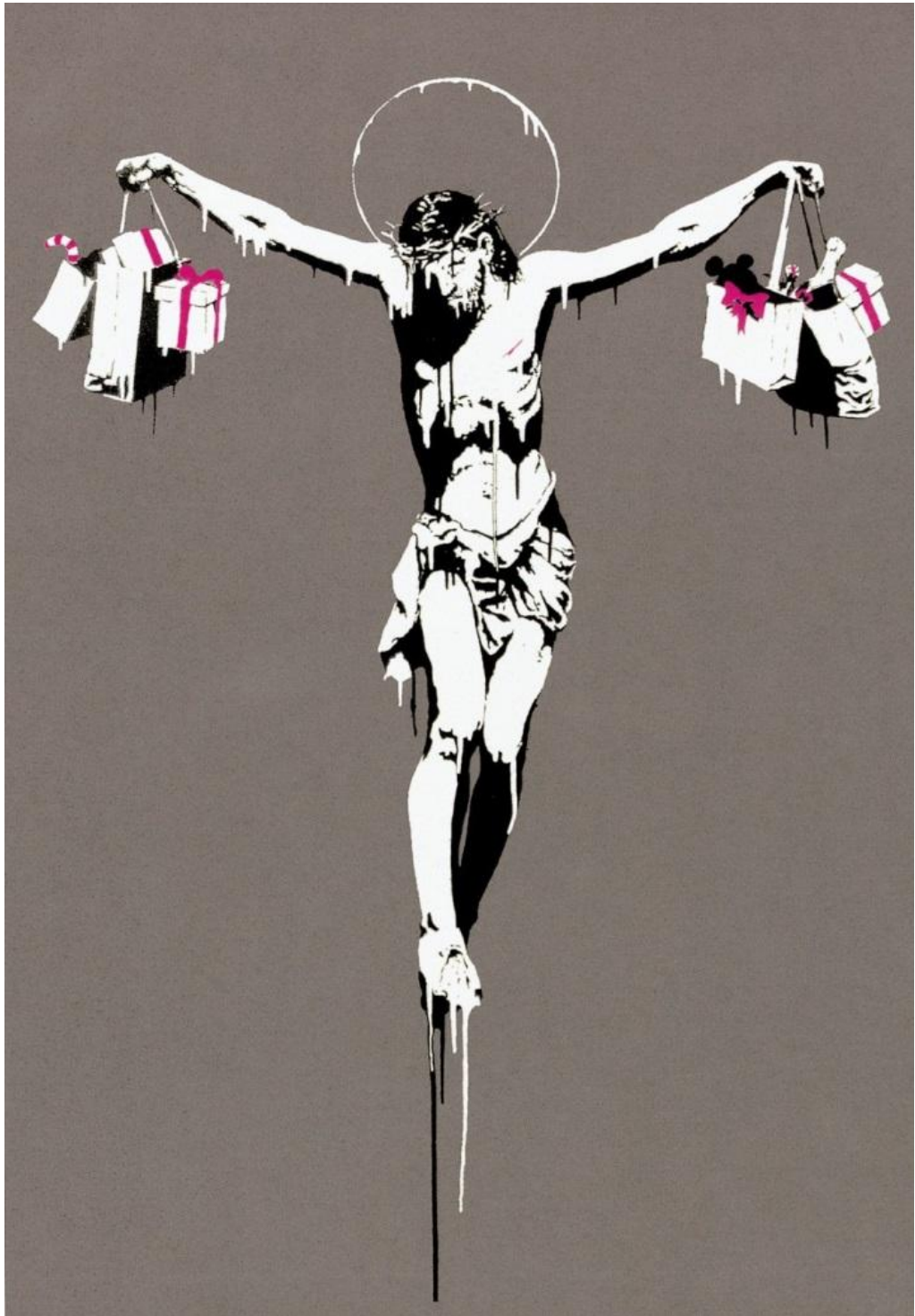
Mobile Lovers (2014). Banksy. Coleção privada.
Fonte: Site oficial Banksy <<http://banksy.co.uk>>

Anexo XI



Obras sem título (2005).
Banksy. Spray. Muros da
Cisjordânia, Belém, Israel.
Fonte: Wall and Piece
(2005), p.138 e 143.



Anexo XII

Consumer Jesus (2004). Banksy. Spray sobre papel (impressão).
Fonte: Site oficial Banksy <<http://banksy.co.uk>>

Anexo XIII

Sorry! The lifestyle you ordered is currently out of stock (2011). Banksy. East India Dock Road, Londres.

Fonte: Site oficial Banksy <<http://banksy.co.uk>>