

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HAB. PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

***GRAFFITI* : DA MARGEM À CENA PROFISSIONAL.
ESTUDO DO ARTISTA URBANO TRAMPO.**

ANA CAROLINA FONSECA DE BARROS

Porto Alegre

2012

ANA CAROLINA FONSECA DE BARROS

***GRAFFITI* : DA MARGEM À CENA PROFISSIONAL.
ESTUDO DO ARTISTA URBANO TRAMPO.**

**Trabalho de Conclusão do Curso
apresentado como requisito parcial à
obtenção do Diploma de Graduação em
Publicidade e Propaganda da Universidade
Federal do Rio Grande do Sul.**

Orientação: Prof^a Dr^a Maria Berenice da Costa Machado

**Porto Alegre
2012**



FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Cursos) intitulado *Graffiti*: da margem à cena profissional. Estudo do artista urbano Trampo, de autoria de Ana Carolina Fonseca de Barros, estudante do curso de Comunicação Social, habilitação Publicidade e Propaganda, desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, 13 de Junho de 2012.

Assinatura:

Nome completo do orientador: Maria Berenice da Costa Machado

**GRAFFITI : DA MARGEM À CENA PROFISSIONAL.
ESTUDO DO ARTISTA URBANO TRAMPO.**

**Trabalho de Conclusão do Curso
apresentado como requisito parcial à
obtenção do Diploma de Graduação em
Publicidade e Propaganda da Universidade
Federal do Rio Grande do Sul.**

Aprovada em 27 de Junho de 2012.

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª Maria Berenice da Costa Machado - UFRGS
Orientador

Profª Drª Nísia Martins do Rosário - UFRGS

Profª Drª Lizete Dias de Oliveira – UFRGS

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, a toda minha família, parentes e amigas, minhas irmãs de coração, por compreenderem minhas faltas, apostarem e acreditarem em mim; dando a força, o apoio e incentivo necessários.

Gostaria de agradecer especialmente à minha irmã Ana Paula e à minha avó Celi Décimo Fonseca por todo carinho, paciência e dedicação que sempre tiveram comigo, principalmente, nesses últimos meses de grandes dificuldades.

Agradeço aos meus professores e professoras, em especial à professora Nísia Martins do Rosário e à professora e, minha orientadora, Maria Berenice da Costa Machado por toda ajuda e incentivo para eu persistir e realizar minha pesquisa sobre *graffiti*.

Por fim, gostaria de agradecer ao artista Luis Flávio Vitola – Trampo por toda colaboração e atenção que me foi dada, as quais foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

RESUMO

O tema desta monografia é o processo do *graffiti* que sai da marginalidade para a cena profissional. Como foco de estudo, o artista urbano Luis Flávio Vitola, mais conhecido por Trampo, um dos nomes do *graffiti* em Porto Alegre. Primeiramente fazemos uma revisão teórica buscando conhecer o *graffiti*, as etapas pelas quais passou até a profissionalização e suas diferentes aplicações na atualidade. Como técnicas para coleta de materiais, pesquisas documentais na internet e entrevista semi-estruturada com Trampo. Definimos como principais referências autores como Celso Gitahy para estudar o *graffiti*; Luiz Beltrão para folkcomunicação; Massimo Canevacci e Fabrício Silveira, sobre comunicação urbana e visual. Por fim, discutimos a partir da teoria questões ligadas a esta expressão artística e à trajetória profissional de Trampo.

Palavras-chave: *graffiti*, comunicação, profissionalização, Trampo.

ABSTRACT

The theme of this final paper is the process of graffiti that leaves the marginality to the professional scene. As a study focus, the urban artist, Luis Flávio Vitola, known as Trampo, one of the most known graffiti artists in Porto Alegre. First of all we have done a theoretic revision to understand the graffiti, the steps that this art has passed until its professionalization and its various applications now a days. With techniques to collect the material, research of documents on internet and a semi structured interview with Trampo. We define as main authors, Celso Gitahy, to study Graffiti, Luiz Beltrão to folkcommunication, Massimo Canevacci and Fabrício Silveira, to urban and visual communication. To conclude, we discussed from the theory, questions connected to this artistic expression and to the professional story of Trampo.

Key words: graffiti, communication, professionalization, Trampo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mural de Di Cavalcanti	16
Figura 2: Botinha de Alex Vallauri	20
Figura 3: <i>Graffiti</i> de Rui Amaral	21
Figura 4: <i>Graffiti</i> da dupla osgemeos	30
Figura 5: <i>Graffiti</i> como meio de comunicação (osgemeos)	32
Figura 6: <i>Graffiti</i> como protesto, denúncia (osgemeos).....	32
Figura 7: <i>Graffiti</i> como denúncia social (Tinho)	33
Figura 8: <i>Graffiti</i> de Alexandre Orion	34
Figura 9: Artistas em “Refresque suas Ideias”	36
Figura 10: Latas grafitadas para Sprite	36
Figura 11: Havaianas <i>Graffiti</i>	37
Figura 12: Havaianas <i>Graffiti</i> nas ruas	37
Figura 13: Primeira campanha <i>Spoletto</i>	38
Figura 14: Segunda campanha <i>Spoletto</i>	38
Figura 15: Projeto Quixote.....	40
Figura 16: Castelo da Escócia.....	41
Figura 17: 1ª Bienal Internacional <i>Graffiti Fine Art</i>	42
Figura 18: <i>Street art at Tate Modern</i>	43
Figura 19: Sede Núcleo Urbanoide	45
Figura 20: <i>Shape</i> grafitado por Trampo	47
Figura 21: Tele entulho como suporte para <i>graffiti</i> (por Trampo)	48
Figura 22: Projeto Arte Urbana 2010.....	52
Figura 23: Trampo no Projeto Mais Educação 2010	53
Figura 24: Trampo no Projeto Estante Pública.....	54
Figura 25: Trem pintado por Trampo em 2011	54
Figura 26: Projeto Pintando um Novo Mundo.....	55
Figura 27: Trampo no Projeto Arte no Muro	56
Figura 28: Mural Rossi Fiategi.....	56
Figura 29: Mural Global <i>Duseldorf</i> - Alemanha 2004	57
Figura 30: “UNISINOS Arte nas Ruas” por Trampo	59
Figura 31: Schizzi Rupestre ilustrado por Trampo	59

Figura 32: Converse Rupestre de Trampo	60
Figura 33: Vitrine Converse <i>All Star</i> por Trampo.....	61
Figura 34: Converse M/E/C/A/Festival por Trampo.....	61
Figura 35: Trampo na 1ª Bienal Internacional <i>Graffiti Fine Art</i>	63
Figura 36: Exposição individual de Trampo.....	64
Figura 37: Cenografia longa metragem “Menos que Nada”	64

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 GRAFFITI.....	14
2.1 CONCEITUANDO <i>GRAFFITI</i>	14
2.2 ORIGEM DO <i>GRAFFITI</i>	17
2.3 PRECURSORES DO <i>GRAFFITI</i> NO BRASIL.....	19
2.4 LEGALIDADE: <i>GRAFFITI</i> E PICHAGENS.....	22
3 DA MARGEM À CENA PROFISSIONAL	27
3.1 PROFISSIONALIZAÇÃO	28
3.2 APLICAÇÕES	31
3.2.1 <i>Graffiti</i> como ferramenta de comunicação.....	31
3.2.2 <i>Graffiti</i> na comunicação publicitária.....	34
3.2.3 <i>Graffiti</i> na arte-educação	39
3.2.4 <i>Graffiti</i> na restauração	41
3.2.5 <i>Graffiti</i> como arte	42
4 TRAMPO: ARTISTA URBANO PORTO-ALEGRENSE	44
4.1 PANORAMA DO <i>GRAFFITI</i> EM PORTO ALEGRE.....	44
4.2 TRAMPO: TRAJETÓRIA, INSERÇÃO SOCIAL E OBRA.....	46
4.2.1 Trampo em projetos sociais e culturais	51
4.2.2 Trampo na publicidade	57
4.2.3 Trampo nas galerias, museus e exposições.....	62
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
REFERÊNCIAS.....	68
APÊNDICE A	74
APÊNDICE B.....	83

1 INTRODUÇÃO

“A história humana não se desenrola apenas nos campos de batalhas e nos gabinetes presidenciais. Ela se desenrola também nos quintais, entre plantas e galinhas, nas ruas de subúrbios, nas casas de jogos, nos prostíbulos, nos colégios, nas usinas, nos namoros de esquina.”

(Ferreira Gullar)

O *graffiti*¹ que antes era visto como arte marginal, hoje é considerado arte contemporânea e linguagem visual internacional dos jovens. Das ruas, foi parar em galerias, exposições, vernissages. Seu poder de comunicação passou a ser reconhecido, fazendo com que o *graffiti* seja visto não apenas como expressão artística, mas principalmente, como um meio de comunicação alternativo à grande mídia.

O *graffiti* ganhou destaque dentro da publicidade, em estudos de comunicação social, psicologia, no campo das artes, sociologia, semiótica, entre outros. Atualmente, vem sendo aplicado em projetos sociais com menores menos favorecidos, adolescentes marginalizados, crianças em situações de risco como um meio de expressão. O *graffiti* é arte que comunica, arte alternativa, com a qual muitos se identificam e pela qual muitos extravasam, expressam suas revoltas, seus sentimentos, angústias sem fazer uso da violência.

Luis Flávio Vitola, mais conhecido como Trampo é um renomado artista no âmbito de Porto Alegre. Há quase 30 anos ativo, tem sua raiz nas ruas, seu trabalho é reconhecido nacional e internacionalmente. Ele é presença constante em exposições, galerias e museus. Em função do *graffiti*, viajou por diversas partes do mundo.

Conhecido o seu envolvimento social e junto a projetos culturais, Trampo tem trabalhado para quebrar o estigma que liga a arte de rua à marginalidade. Sua

¹ Optou-se pela grafia em inglês, devido à sua origem e forma como é mundialmente conhecido.

circulação em diferentes meios se reflete também na produção e na multiplicidade da aplicação de suas obras. Com enfoque na trajetória profissional do artista, pretendo estudar como se deu essa passagem da marginalidade à cena profissional e as diferentes aplicações do *graffiti* na atualidade.

A questão que norteou este trabalho foi formulada a partir da seguinte indagação: como foi a passagem do *graffiti* da marginalidade à cena profissional? O *graffiti* há poucos anos atrás, era visto como uma manifestação artística marginal, subversiva e transgressora. Artistas antes perseguidos por praticarem *graffiti*, hoje estão constantemente na mídia, em livros, revistas. Tanto o *graffiti* como seus autores são objetos de estudos científicos. Seus trabalhos além de reconhecidos como expressão artística, são aplicados das mais diversas formas e em diferentes meios.

Em vista disso, esta monografia busca refletir sobre a passagem do *graffiti* da marginalidade à cena profissional. O foco escolhido é o estudo do artista urbano Luis Flávio Vitola, mais conhecido como Trampo. Para tanto, foi definido como objetivo geral desta pesquisa: compreender a transformação do *graffiti* no atual contexto social através da trajetória profissional do artista gaúcho Trampo. Definimos como objetivos específicos: a) estudar a teoria do *graffiti*, seu contexto e legislação; b) relacionar *graffiti* e comunicação; c) verificar como o *graffiti* interfere na construção da cultura popular; d) identificar as aplicações do *graffiti* no contexto atual e e) destacar a relevância do *graffiti* na contemporaneidade.

Pessoalmente, o *graffiti* sempre foi algo que chamou muito minha atenção. Aqueles desenhos, frases rabiscadas sempre me intrigaram. Cores e traços extremamente expressivos despertavam a minha curiosidade. Ora simplesmente pela beleza, ora pela sua subjetividade, por transmitir alguma mensagem, ou despertar algum sentimento. Como pesquisadora, o tema sempre me pareceu um universo convidativo e extremamente interessante.

O *graffiti* tem uma força cultural extraordinária e conquista cada vez mais o olhar do morador das grandes cidades. Além de expressão artística, tem se destacado como meio de comunicação, sendo objeto de estudos científicos de diversos campos. Faz-se muito uso desta forma como arte terapia e como ferramenta de transformação social em projetos sociais e pedagógicos para menores e adolescentes menos favorecidos, que buscam identidade, valor e reconhecimento.

A comunicação publicitária também aderiu ao *graffiti* e tem feito uso desta linguagem ultimamente. Reforçando o poder comunicacional do *graffiti*, e, conseqüentemente, a importância de estudá-lo.

Foram realizadas pesquisas na internet para buscar exemplos e revisão bibliográfica de autores como Celso Gitahy para estudar sobre *graffiti*, Luiz Beltrão, para tratar a respeito de folkcomunicação e profissionalização, Massimo Canevacci e Fabrício Silveira, sobre comunicação urbana e visual, Alessandra Marquette, Mirian Engel Gehrke e Eloá Muniz, sobre comunicação publicitária e Graziela Bedoian e Kátia Menezes para tratar sobre arte-educação.

Foi realizada entrevista em profundidade semi-estruturada com o artista, com o objetivo de saber a sua história de vida, suas opiniões, suas influências artísticas e, principalmente, compreender e se aproximar do universo do *graffiti*. Outra técnica utilizada foi coleta de dados para levantar informações sobre suas obras, fotografias, projetos sociais e culturais nos quais o artista se envolve, exposições, vernissages e galerias das quais participou.

O texto está estruturado em cinco capítulos. Após este, da introdução, passamos para o segundo capítulo o qual apresenta um panorama sobre a história do *graffiti*, sobre como esta forma de expressão foi se consolidando. É feito um estudo a respeito dos demais movimentos sócio-político-culturais que influenciaram o surgimento e desenvolvimento do *graffiti*, com destaque para os precursores desta manifestação artística no Brasil e a legalidade dessa expressão artística.

Graffiti já foi muito confundido com pichação, e ambos considerados atos de vandalismo. Frente a este fato, fez-se jus, ainda neste segundo capítulo, trazer à tona a questão da legalidade: como a lei interpreta cada um desses movimentos e suas conseqüências.

No terceiro capítulo, fazemos uma análise da profissionalização e reconhecimento do *graffiti* como expressão artística. E trazemos exemplos para ilustrar as diferentes aplicações a que esta arte tem servido.

O quarto capítulo apresenta um panorama geral do *graffiti* na cidade de Porto Alegre e a trajetória do artista urbano porto-alegrense Luis Flávio Vitola, mais conhecido como Trampo. Através da história de vida e profissional de Trampo, discutimos o que se apresentou na teoria e o que se encontrou na pesquisa empírica.

Por último, são apresentadas as considerações finais, objetivos atingidos ou não.

2 GRAFFITI

“Se graffiti for pecado, Deus que me perdoe.”

(Ramon²)

Estudar a saída dos artistas de *graffiti* do círculo marginalizado para a profissionalização requer buscar as raízes deste meio de expressão. Para tanto, neste capítulo faremos uma revisão teórica do tema.

2.1 CONCEITUANDO GRAFFITI

De acordo com Maurício Villaça (in. GITAHY, 1999, p. 11), um dos precursores da arte do *graffiti* no Brasil: “desde a pré-história, o homem come, fala, dança e grafita”.

O vestígio mais fascinante deixado pelo homem através dos tempos em sua passagem pelo planeta foi, sem dúvida, a produção artística. Desta, a manifestação mais antiga, com certeza, foram os desenhos feitos nas paredes das cavernas. Aquelas pinturas rupestres são os primeiros exemplos de graffiti que encontramos na história da arte. Não sabemos exatamente o que levou o homem das cavernas a fazer essas pinturas, mas o importante é que ele já possuía uma linguagem simbólica própria. (GITAHY, 1999, p.11)

Graffiti são mensagens das culturas marginalizadas: inscrições, pinturas e desenhos, traçados por pessoas geralmente não identificadas, em paredes, árvores, muros, monumentos, banheiros públicos e outras superfícies, utilizando lápis, caneta, carvão, tinta, spray, estiletes ou objetos pontiagudos, com a finalidade de transmitir mensagens de caráter satírico, caricatural, pornográfico, poético, político ou publicitário, aos que transitam nos locais em que se encontram gravados (BELTRÃO, 1980).

“Desde *Lascaux*³ nos comunicamos pintando paredes. E a cidade é nossa caverna em mega proporções”, comenta o designer gráfico Vitor Mesquita. A *street art*, como também é conhecida a arte urbana, vai além do “pintar paredes” e da

² Ramon é personagem do filme *Beat Street* (1980), contextualizado na cultura hip hop de Nova York.

³ *Lascaux* é um complexo de cavernas ao sudoeste da França, famoso pelas suas pinturas rupestres.

utilização da cidade como suporte para a expressão artística. Ela provoca o olhar de maneira inusitada, instiga. Não pedimos para nos deparar com a arte no nosso habitat urbano, não como quando vamos às galerias e museus. Porém, a arte vem ao nosso encontro pelas ruas. Segundo Vitor, “é aí que reside o caráter instigante e inusitado da *street art*”. Quando decodificamos a arte no contexto da visualidade do espaço público, somos levados à reflexão. “Essa decodificação tira o cidadão de sua zona de conforto e o provoca”, afirma o designer, que é também formado em Artes Visuais (<http://www.nonada.com.br/2011/02/cidades-pintadas/> acesso em 16 de maio de 2012).

De manifestação popular contra o governo, nas décadas de 60 e 70, o *graffiti*, evoluiu como linguagem artística e se sobressaiu no final da década de 70 e início dos 80 (GITAHY, 1999). Nos últimos anos, o *graffiti* vem ganhando cada vez mais espaço na mídia e como meio de comunicação (SILVEIRA, 2008).

O jovem, tanto na história do *graffiti* quanto na contemporaneidade, é o desencadeador de manifestações urbanas (BORELLI; OLIVEIRA, 2008). Assim, além de ter o jovem como criador, são características do *graffiti*, na atualidade: ter a cidade como suporte, e não somente as paredes; apropriar-se das imagens do inconsciente coletivo; discutir e denunciar valores sociais, atribuir humor, ironia e criatividade a suas obras (GITAHY, 1999).

Nos grandes centros urbanos, nas ruas das cidades mais desenvolvidas, é possível verificar a grande concentração de intervenções artísticas que, junto à imensa quantidade de ícones da cultura contemporânea e da publicidade, entre outras construções visuais, formam um composto incalculável e variante de textos e imagens (CANEVACCI, 1990).

Neste contexto, o *graffiti* é, antes de tudo, um convite ao encontro e ao diálogo. É arte que exercita a comunicação e faz propostas ao meio, de forma interativa. Contrapõe-se aos outdoors, não procurando levar o espectador à posição passiva de mero consumidor (GITAHY, 1999).

Ivan Sudbreck (in GITAHY, 1999, p. 23), um dos principais artistas de rua da geração 80 do *graffiti*, dizia: “A arte sempre será o reflexo social de um povo”.

No nosso caso, Brasil, reflexo social de um povo oprimido. Que sofre desrespeito em seus direitos humanos, falta de trabalho e habitação, saúde, educação, segurança, lazer etc. E o qual responde, consciente ou não, por meio de atos que se traduzem desde a cruenta violência (assaltos, roubos,

assassinatos) até tentativas menos drásticas de interferir no sistema e modificá-lo. (GITAHY, 1999, p. 23)

A necessidade de uma arte voltada para as grandes massas vem desde o Muralismo⁴ e a *Pop Art*⁵. No Brasil, já nos anos 50, vários murais arrematavam as fachadas dos edifícios narrando temas da história e da arte brasileira. Como o realizado por Di Cavalcanti, com cerca de 15 metros de comprimento, na fachada do Teatro de Cultura Artística, na região central de São Paulo (GITAHY, 1999).

Figura 1: Mural de Di Cavalcanti



Fonte:

<http://www.ceramicanorio.com/paineis/dicavalcantiteatcultartistica/dicavalcantiteatcultartistica.html>
(acesso 16/05/2012)

Essas manifestações, que começam a surgir nos anos 50, seguem pelos 60 e 70, se consagram como linguagem artística nos anos 80, conquistando seu espaço na mídia, chegando à Bienal, a manchetes de jornais e às novelas de TV, seguindo pelos anos 90 rumo à virada do milênio (GITAHY, 1999).

⁴ O Muralismo foi um movimento artístico nascido no México, no século XX, com o propósito principal de democratizar o conhecimento histórico através da arte em espaços públicos, onde o povo podia apreciá-la. Estas formas de arte representavam, em muros e através de diversas formas de expressão (escultura, painéis e gravuras), opiniões e críticas dos artistas que buscavam dialogar com a cidade e todo o povo sobre fatos históricos, políticos e sociais (WEBSTER, 1992).

⁵ A *Pop Art* foi um movimento artístico cultural iniciado na década de 60 por artistas que buscavam representar uma arte popular, extraída do cotidiano da época. Através da observação de sua realidade social, em que o predomínio de elementos industriais e tecnológicos era evidente, utilizavam a ascensão de ícones urbanos, como a história em quadrinhos, a publicidade, as imagens televisivas, o cinema e o crescimento das metrópoles para criar suas obras e, assim, questionar e dialogar sobre as transformações vividas (STERWOLD, 1999).

2.2 ORIGEM DO GRAFFITI

Quase a totalidade das artes do século XX, no Brasil, é fruto das experiências vividas por artistas nas metrópoles. Foram os elementos que constituem a cidade que deram inspiração e impulso para a produção de diferentes correntes artísticas nascidas no século passado (WEBSTER, 1992).

Desde o crescimento das cidades, a arte buscava sair do seu centro elitizado, os museus, para invadir as ruas, os centros urbanos. Como vimos, o Muralismo e a *Pop Art* foram dois movimentos artísticos que evidenciaram essa necessidade (WEBSTER, 1992).

Souza e Mello (2008) relatam o processo que desencadeou o surgimento do *graffiti* como intervenção urbana, marcado por dois episódios históricos: o primeiro foi a organização estudantil que ocorreu em maio de 1968, na França, através da qual estudantes reivindicaram mudanças no sistema de ensino de inúmeras formas, dentre elas, utilizando escritas em muros. A frase mais conhecida e aplicada nos muros era “É proibido proibir”. O segundo fato nasceu em Nova York, quando imigrantes negros e porto-riquenhos que moravam em periferias realizaram manifestações em ruas e metrô, buscando também uma maneira gráfica que reforçasse suas identidades e culturas.

O evento de 68 não apenas “prometeu perpetuar”, como o fez concretamente. Nos muros da Sorbonne⁶, o espírito transformador dos manifestantes registrou uma reinterpretação da história francesa com a frase “Majestade, não se trata de uma revolução, mas de uma mutação”, em alusão à queda da Bastilha, ocorrida em 1789, quando “[...] em resposta a um rei perplexo, seu ministro lhe indicara: Majestade, não se trata de uma revolta, mas de uma revolução”. (SOUZA; MELLO, 2008, p. 196)

A mutação almejada tomava força com outras palavras de ordem que tornavam os espaços brancos dos muros universitários um exato reflexo da vontade de reescrever o contexto da época. Não somente pela voz, estas frases procuraram eternizar o ideal revolucionário. As letras assumiram formas e uniram-se às paredes. “Anunciar junto com ‘A vontade Geral contra a vontade do General!’ que ‘Todo conhecer é um fazer’ ou reivindicar tanto quanto ‘A imaginação no Poder’ que é

⁶ Estabelecimento de ensino superior, hoje dividido em duas universidades: Paris III e Paris IV.

necessário ‘Transformar para conhecer’ são ilustrações contundentes” (PAULON, 2005).

A perpetuação do maio de 1968 deu-se, sobretudo, nos muros que se caracterizaram como painéis fundamentais de comunicação e disseminação de ideias, processo identificado pelo filósofo Jean-Paul Sartre: “a poesia francesa está nos muros da Sorbonne” (FONSECA, apud SOUZA; MELLO, 2008, p. 196).

A conjuntura social que motivava os estudantes parisienses ecoou em outra grande cidade. Dessa vez, Nova Iorque foi centro das manifestações dos imigrantes negros e porto-riquenhos habitantes de bairros da periferia, como o Bronx, que sofriam com os preconceitos no país. Buscando a produção de uma identidade, preencheram as ruas e metrô da cidade inicialmente com seus nicks (do inglês, apelidos), também chamados de signatures (do inglês, assinaturas) seguidos do número de suas casas. Magnani (2005) coloca exemplos como STITCH 1, Freddie 173, CAT 187, T-REX 131, SNAKE 1 e RAY-B 954. Uma maneira gráfica de reforçar seu pertencimento àquele espaço urbano e àquela cultura. Esse processo culminou no fortalecimento da estética própria do graffiti. Nas laterais dos trens do metrô, a mensagem era móvel, transitava por toda a malha urbana da cidade e levava aos bairros mais distintos a mensagem daquele grupo. No contexto novaiorquino, o graffiti inseriu-se como um dos elementos que formou a tríade do hip-hop, movimento essencialmente metropolitano composto também pela dança (break) e música (rap). (SOUZA; MELLO, 2008, p. 196)

O perfil estético do *graffiti* nova-iorquino acrescentava elementos ilustrativos que transcendiam a tipologia natural. Em Paris, as mensagens eram deixadas nos muros sem qualquer figura ou distorções de letras em busca da construção de uma identidade a partir da distorção de formas. Na metrópole norte-americana, as letras assumiram o papel de ilustrações, uma vez que foram incrementadas quanto às cores e à ousadia do traço (SOUZA; MELLO, 2008).

Os textos visuais foram nos muros acompanhando a história dos tempos e, como tal, não poderiam deixar de inscrever a história em outro muro: o de Berlim, erguido em 1961. O Muro de Berlim tinha duas faces completamente diferentes: do lado oriental, o muro estava sempre limpo e com a pintura intacta; do lado ocidental, desenhos e frases se sucediam, os grupos protestavam fazendo desse suporte um meio de conclames sociopolítico e cultural. Após a demolição do muro, pedaços deste passaram a estampar as páginas dos principais órgãos da imprensa mundial, como a significar liberdade de expressão (ZUIN, 2004).

A partir desses acontecimentos, o *graffiti* cresceu mundialmente. Passando a ser associado à juventude, à rebeldia, ao protesto e o caráter revolucionário

(MARQUETTO; GEHRKE, 2009). Hoje é considerado a linguagem visual internacional da cultura juvenil (MORIYAMA; LOPEZ, 2009).

2.3 PRECURSORES DO *GRAFFITI* NO BRASIL

Como foi mencionado anteriormente, a raiz concreta desta forma de expressão reverberou-se por outras áreas predominantemente urbanas. No Brasil, a cidade de São Paulo era o terreno mais fértil para a propagação do *graffiti*, justamente em decorrência desta característica (SOUZA; MELLO, 2008).

Vinte e duas horas e vinte e sete minutos do dia 9 de março de 1979. Um homem magro, cabeludo, trajando sobretudo escuro, atravessa a Avenida Ipiranga empunhando nas mãos trêmulas uma lata de spray vermelho-fogo. Seu olhar atento avista um muro bem pintado de branco. Observa a sua volta e, supondo-se sozinho, tão rápido quanto o pensamento, surge naquele muro 'Ah Ah BEIJE-ME' ao lado de uma enorme boca aberta, carnuda, exposta, lembrando uma puta. Ao tampar a lata para deixar o local, olhando para os lados, leva um grande susto, pois, quase do nada, um homem pequeno e extremamente rápido já havia grafitado ao lado da bocarra uma intrigante botinha preta, de cano alto e salto agulha. Quando o segundo dobrava sua máscara (molde vazado sobre o qual se aplica tinta spray) é que percebeu a presença do primeiro. Entroolharam-se e falaram quase ao mesmo tempo: "Ah, então é você?" (GITAHY, 1999, p. 50)

O primeiro era Hudinilson Júnior, artista que junto com outros dois, formou o grupo 3nód3, que tinha como proposta intervir na paisagem urbana. Como o próprio artista declarava, oferecer à cidade uma nova versão do espaço urbano (GITAHY, 1999).

O outro artista (da botinha) era Alex Vallauri, precursor do *graffiti* no Brasil. Seus primeiros *graffiti* eram muito simples, mas foram sendo aprimorados. No final dos anos 70, começou a intervir no concreto paulistano com uma imagem que ficou marcada no imaginário da cidade: a Bota Preta. Feita a partir da *stencil art*, que usa máscaras (ou moldes) com spray para dar forma a desenhos de rápida assimilação. A bota representava uma moça, que estava sempre a passear pela cidade. Todos queriam saber quem era o autor das imagens negras nas paredes da cidade. Quando a imprensa descobriu, ele ficou famoso, foi convidado a participar de três Bienais em São Paulo, além de muitas exposições em galerias (GITAHY, 1999).

Figura 2: Botinha de Alex Vallauri



Fonte: <http://redkenbrasil.com/b/tag/alex-vallauri>
(acesso 16/05/2012)

À já citada bota, foi acrescentada uma luva preta apontando; depois óculos escuros estilo anos 50; na sequência, um biquíni de bolinhas; e, finalmente, surgiu uma bela mulher latina. A cidade foi acompanhando essas aparições, cercadas de mistério, com curiosidade, passo a passo, durante os anos 70. Logo, havia o *graffiti* dessa mulher apontando um frango assado. Assim, ela foi apelidada de “Rainha do Frango Assado”, feita em tamanho natural com maiô de pele de onça (GITAHY, 1999).

Junto com Alex Vallauri, vários outros artistas aderiram e passaram a usar a cidade como suporte para suas obras. Entre eles estão Waldemar Zaidler, Carlos Matuck e Maurício Villaça (WEBSTER, 1992).

Vallauri faleceu em 26 de março de 1987. No dia 27, seus amigos decidiram homenageá-lo grafitando o túnel da Avenida Paulista. Essa data tornou-se o Dia Nacional do *Grffiti*. Neste dia, todos os anos, acontece o mesmo ritual pela cidade: pela ação de bandos e em vários pontos da cidade, o *graffiti* surge (GITAHY, 1999).

Outro artista é Rui Amaral que começou na segunda metade da década de 70. É responsável pelos maiores *graffiti* da cidade, entre eles o da Avenida Doutor Arnaldo com a Paulista. Seu personagem mais conhecido é o Bicudo, um serzinho extraterrestre com enorme nariz tocando guitarra que acabou virando desenho animado (GITAHY, 1999).

Figura 3: *Graffiti* de Rui Amaral

Fonte: <http://www.arteforadomuseu.com.br>
(acesso 16/05/2012)

O estilo americano desponta em 1980, junto com o movimento hip-hop. Passou a ser conhecido e difundido por meio de camisetas, calças, jaquetas (moda em geral). Mas foi só em 89, com os gêmeos Gustavo e Otávio Pandolfo, Speto, Binho, Tinho, o grupo Aerosol, que começou realmente a ser realizado em grande escala. Hoje em dia, além das letras coloridas, característica do *graffiti* norte-americano, estão aparecendo desenhos mais elaborados, partindo de técnica apurada (GITAHY, 1999).

Desde o início, à medida que o *graffiti* vinha sendo realizado e ganhando força para, definitivamente, acontecer nos anos 80 enquanto linguagem reconhecida, odiada ou amada por muitos, já havia oficinas em que a técnica e os aspectos conceituais eram oferecidos a possíveis futuros grafiteiros (GITAHY, 1999).

E assim o *graffiti* foi se espalhando, conquistando novos adeptos e despertando a simpatia de milhares de pessoas. Ganhou lugar nas galerias, museus e exposições. Passou a ser aceito e admirado pela sociedade, exigindo, desta forma, a revisão legal desta prática artística.

2.4 LEGALIDADE: GRAFFITI E PICHAGÕES

“Algumas pessoas tornam-se policias porque querem tornar o mundo um lugar melhor, e algumas pessoas tornam-se vândalos porque querem tornar o mundo um lugar com melhor aspecto.”

(Banksy)

A discussão sobre a marginalidade das pichações⁷ e dos *graffiti* e, conseqüentemente, dos seus autores, foi objeto de estudo de Luiz Beltrão: “públicos marginalizados urbanos e rurais” são os grupos que não têm acesso aos meios de comunicação de massa (BELTRÃO, 1980).

Outra autora, que identifica as práticas e personagens ligados ao *graffiti*, observa que:

Os autores que consultamos acreditam que a classe social não é determinante para esse tipo de conduta, ou seja, tanto as classes médias como os desprivilegiados sociais participam desses atos e manifestam os seus desejos de desafiar as regras, opinar e desprezar as autoridades, proclamam idéias, lavram propostas, exprimem anseios e sugerem soluções, zombam do sistema e de seus mentores e administradores, desafiam, estimulam excitam e incitam as pessoas à ação. Provavelmente, os “marginalizados” que picham as ruas sejam pessoas e grupos sob pressão social cujos conceitos, ideologias e propósitos não encontram abrigo nos veículos de comunicação de massa privados, como a mídia impressa, ou os de concessão pública, televisões e rádios. (MACHADO et all, 2004, p. 156)

Para Marques de Melo, esses grupos “esboçam seu inconformismo e a sua revolta através de canais próprios e utilizando códigos restritos, que funcionam como mecanismo de preservação da sua autonomia dentro da avalanche descarregadora gerada pelo capitalismo monopolista” (MELO, 1971).

Um dos aspectos conceituais mais interessantes encontrado nessa linguagem é a questão da proibição, sempre presente, qual sombra, sobre aqueles que ousam

⁷ Pichação é escrever em muros, paredes e postes, através de palavras cifradas, que juntas formam um alfabeto excêntrico e pouco legível, em geral evidenciam habilidade em escrever esses símbolos, mas sem preocupação plástica e está associada a vandalismo e marginalidade (disponível em <http://www.almanaquedoadolescente.com.br/2009/04/01/pichacao-ou-grafite-tire-suas-duvidas-e-conheca-um-pouquinho-dessa-historia/>, acesso em 16 de maio de 2012).

fazer *graffiti*. Ao observarmos essa proibição, percebemos que ela está intimamente ligada ao conceito de propriedade privada e pública (GITAHY, 1999), discussão também desenvolvida por Machado et al (2004):

Tanto as pichações quanto os graffiti são classificados, seguidamente, como atos de vandalismo... Até podem ser considerados como atos de agressão aos direitos do indivíduo (no caso da propriedade privada), ou agressão aos direitos da comunidade (quando os atingidos são os bens públicos), mas deixam margem para outra reflexão: “seriam os espaços públicos que estariam sendo agredidos ou haveria vidas que, sofrendo privações afetivas-políticas-econômicas-culturais-sociais-midiáticas, estariam tentando reagir?” (MACHADO et al, 2004, p. 157)

Segundo Raquel Rolnik, urbanista, professora universitária e consultora em política urbana e habitacional, foi diretora de planejamento da cidade de São Paulo e secretária nacional de programas urbanos do Ministério das Cidades (2003 – 2007):

Nós, no Brasil, não construímos uma noção de espaço público. Isso tem muito a ver com a nossa cultura política, a história da nossa relação com nosso território. A noção de espaço público como propriedade coletiva, de cidadãos, e não propriedade privada do Estado. Temos essa dificuldade de nos expressarmos claramente no espaço urbano, no mundo da política, porque é a mesma coisa, o mesmo conceito. Nesse contexto, o graffiti emerge como uma forma de expressão no espaço público, um marco da diversidade cultural e social na cidade. (BEDOIAN; MENEZES, 2008, p. 52)

Os conceitos de “público” e “privado” podem ser interpretados como a tradução em termos espaciais de “coletivo” e “individual”. Pública é a área acessível a todos; a responsabilidade por sua manutenção é coletiva. Privada é a área de acesso restrito a um pequeno grupo ou a uma pessoa, que tem a responsabilidade de mantê-la (HERTZBERGER, apud MACHADO et al, 2004).

Sempre que falamos em *graffiti*, evocamos a lembrança da pichação. Por vezes, parece que a pichação é o duplo do *graffiti*, sua sombra, “o lado negro da força”. Enquanto estamos mais aptos a admitir que o *graffiti* possa ser uma “espécie” de arte ou de expressão cultural, nosso impulso higienista e legalista está sempre nos inclinando a tratar a pichação como vandalismo (SILVA, 2004).

Enquanto a pichação busca o declínio da lei, tenta surpreendê-la onde ela talvez não alcance, lá em cima, bem lá em cima (“como alguém conseguiu chegar até lá para pichar?”), o *graffiti* tenta argumentar com a lei, criar jurisprudência no direito à autoria na paisagem urbana enquanto arte de rua. O *graffiti* provoca o questionamento sobre os limites de nossa apropriação da cidade, (“se a propaganda

pode tomar todos os muros, todos os lugares, porque os cidadãos não podem pintá-los?”). As pichações costumam buscar denegrir o local onde são feitas. Zombam da indiferença das estátuas, da ineficácia dos prédios públicos. O *graffiti* busca criar profundidades nas superfícies planas da cidade. Busca transformar nossa maneira de enxergar (SILVA, 2004).

Tanto o *graffiti* como a pichação usam o mesmo suporte, a cidade, e o mesmo material (tintas, spray). Assim como o *graffiti*, a pichação interfere no espaço, subverte valores, é espontânea, gratuita e efêmera. Pichação e *graffiti* têm sempre algo em comum, carregam em si a transgressão e, por isso, só existem em sociedades razoavelmente abertas, não combinam com ditadura (GITAHY, 1999).

Não é por acaso que a pichação surge e se intensifica nos grandes centros urbanos. A pichação aparece como uma das formas mais suaves de dar vazão ao descontentamento e à falta de expectativas. “Se a cidade inteira está pichada, é só observar para receber a mensagem. O que esses jovens estão querendo indizer?” (GITAHY, 1999, p. 73).

Gitahy (1999) acrescenta em relação à pichação: “É uma guerra feita com tinta, todos se conhecem e se identificam pelo tipo de código pichado. Um grande abaixo-assinado para a posteridade, no qual cada um que participa, deixa sua marca”.

Uma das diferenças entre *graffiti* e a pichação é que o primeiro privilegia a imagem; o segundo, a palavra e/ou a letra. Diferentemente da pichação, o *graffiti* caracteriza-se pela qualidade técnica, que envolve planejamento detalhado, frases poéticas e desenhos mais elaborados feitos com *stencil* ou à mão livre (LARA, 1996).

Inspiradas nos *graffiti*, as pichações assumem formas de assinaturas, rabiscos, frases de efeito e declarações de amor ou ódio, feitas em muros de vias públicas, monumentos, veículos, paredes externas ou internas de edifícios. Seus objetivos principais são desafiar os limites e a ordem estabelecida, às vezes sujar as cidades, chamar a atenção e, até, chocar os cidadãos (MACHADO et al., 2004).

Apesar de ilegal e subversiva, a pichação foi se popularizando e perdendo seu exclusivo caráter político. As pichações já não pedem somente a cabeça desse ou daquele governante, mas, declaram amor, fazem piadas ou simplesmente exibem o nome de seus autores (GITAHY, 1999).

Villaça também se mostrava receptivo à pichação, sempre lembrando os garotos assassinados por terem sido flagrados em pichação: “Devemos procurar entender essa manifestação humana. Se somos da mesma espécie, por que reprimir, tão drasticamente, uma atividade muito menos perigosa do que as barbaridades sociais, ecológicas e políticas, corrupções e violência que se sucedem a nossa vista e são enaltecidas pela mídia?” (apud GITAHY, 1999, p. 25)

Villaça (in GITAHY, 1999) acreditava num processo didático-pedagógico aplicado ao pichador. Ele analisava os pichadores como “despreparados” artisticamente – eles são a obra. Suas assinaturas precedem essa obra como se, auto assinando, o pichador queira dizer “Eu existo”. Consequentemente, o pichador não se prende ao artístico; para ele existe só o próprio valor da existência.

Todos os artistas que se destacaram pela qualidade de seus trabalhos tiveram a oportunidade de coordenar oficinas de *graffiti*, para todas as idades. Seja por convite de órgãos públicos e/ou privados, seja por iniciativa própria. O fato dessas oficinas serem simultâneas à produção individual de cada artista, somado à forte influência dos *graffiti* americanos, fez com que muitos dos pichadores, observando esses *graffiti*, passassem a incrementar suas pichações: pichações mais coloridas, não tão elaboradas como as estrangeiras, porém já não eram simples “pichos” (GITAHY, 1999).

Por treze anos, o legislador brasileiro tratou de maneira igualitária as atividades de pichação, *graffiti* e conspurcação, conforme art. 65 da Lei n. 9.605/98. A Lei n. 12.408, de 25 de maio de 2011, alterou a redação do artigo 65, acrescentando um novo parágrafo: “não constitui crime a prática de *graffiti* realizada com o objetivo de valorizar o patrimônio público ou privado mediante manifestação artística, desde que consentida pelo proprietário e, quando couber, pelo locatário ou arrendatário do bem privado e, no caso de bem público, com a autorização do órgão competente e a observância das posturas municipais e das normas editadas pelos órgãos governamentais responsáveis pela preservação e conservação do patrimônio histórico e artístico nacional” (SIENA, 2011).

Com a entrada em vigor da nova lei, o *graffiti* foi legalizado, diferenciando-o da pichação ou conspurcação e, impondo a maior idade para a compra de tinta spray. Tendo em vista a grande demanda de artistas, grafiteiros, e em mesma proporção, a aceitação social, o Estado tem apoiado com grande satisfação projetos sociais envolvendo *graffiti* (RIBEIRO; RIGHETTO, 2011).

Também, a liberdade de expressão prevista no art. 5º, inciso IX da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 vai de encontro com a censura ou a licença para exercer atividades nos campos da ciência, da educação, da arte, da comunicação, da política, moralidade, religião, etc (RIBEIRO; RIGHETTO, 2011). Como lembra Gitahy (1999), essa censura, esse impedimento do exercício coletivo de liberdade de criação contribui para que o artista continue na busca da perfeição, superando-se, firmando-se acima das possíveis críticas e da aceitação maior do público.

A liberação da prática vem junto com a aceitação da sociedade, que presencia uma evolução rápida de conceitos de arte, moda e beleza. Grafiteiros nacionais estão ganhando destaque no mundo todo, e nesse momento de expansão mundial do *graffiti*, o Brasil não poderia proibir a prática desta manifestação artística (RIBEIRO; RIGHETTO, 2011).

Atualmente o *graffiti* tem recebido muitos elogios. A arte de rua também passou para dentro dos apartamentos. Lojistas escolhem trabalhos de *graffiti* para a pintura das suas fachadas. A intenção dessas escolhas tem outras justificativas, além da própria beleza da arte, e uma delas é se proteger da pichação (RIBEIRO; RIGHETTO, 2011).

E é assim que vem ocorrendo. O país tem apoiado a realização de projetos sociais que envolvem pessoas de comunidades, até mesmo crianças, ou interessados em aprender as técnicas usadas pelos artistas e mobiliza grafiteiros conhecidos no Brasil inteiro e internacionalmente em diversas ações (RIBEIRO; RIGHETTO, 2011).

3 DA MARGEM À CENA PROFISSIONAL

“...o graffiti não era a tal ‘porta de entrada para a criminalidade’, mas uma ‘porta de entrada para a arte’ e uma lente para ver o mundo.”

(Marc Ecko)

O *graffiti*, em sua origem, só ganha sentido na rua. Mas, aos poucos, foi deixando de ser marginal e ganhando espaço nos museus, nas galerias e espaços culturais (LAZZARIN, 2007). Binho Ribeiro, artista de *graffiti* no cenário paulistano, em entrevista à revista Zupi, em outubro de 2010, ressalta:

É inegável – e, pra quem viveu os primeiros anos da cena, quase incrível – a abertura que teve a sociedade em relação ao graffiti, e à arte de rua como um todo, na última década. As pessoas começaram a se sentir confortáveis ao caminhar por ruas cheias desses grafismos e desenhos “marginais”, vendo naquelas cores algo que poderiam aceitar sem preconceitos. A partir dessa curiosidade e interesse, galerias e espaços culturais de todo o país passaram a receber, em suas paredes impecavelmente limpas, toda a sujeira e agressividade das ruas. Alguns artistas arriscaram inclusive se aventurar por telas e suportes tradicionais. Apesar dessa transformação, o ambiente urbano continua tendo um charme único, uma força viva que nenhuma galeria consegue simular ou substituir. (ZUPI, ed. 19, out. 2010, p.37)

Outro artista de destaque, Speto, atribui boa parte das mudanças na cena de arte de rua dos últimos 20 anos a uma entrega mútua ocorrida entre artistas e sociedade. Foi graças a essa boa receptividade que os artistas puderam sair da marginalidade e, conseqüentemente, expandir suas possibilidades (ZUPI, 2010).

“Atualmente, a arte de rua revelou-se a linguagem visual internacional da cultura juvenil” (MORIYAMA; LOPEZ, 2009, p. 9). Assim, assistimos hoje a um processo de legitimação e reconhecimento do *graffiti* na sociedade brasileira, que ganha maior notoriedade nas grandes metrópoles como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Recife e Salvador (TARTAGLIA, 2010).

3.1 PROFISSIONALIZAÇÃO

O *graffiti* funde-se ao movimento de permanente construção e reconstrução da cidade que, a partir de seus agentes-habitantes, transforma-se de maneira constante, como resultado claro dos conflitos ocorridos em seu espaço. Justamente por essa razão, carrega em sua estrutura os signos oriundos deste fluxo (SOUZA; MELLO, 2008).

O grafiteiro, agente deste processo, interioriza traços urbanos em seu trabalho ao passo que o resultado de sua obra compõe o cenário da cidade. A agilidade do traço com spray, a sobreposição e interferência de elementos visuais e os temas evocados pelas palavras e figuras refletem a influência de características urbanas nesta atividade. A cidade, então, recebe inúmeras intervenções rápidas sem qualquer certeza de continuidade. Enquanto seu ambiente físico é transformado, o imaginário do agente deste processo também é habitado por temas provenientes do mesmo ambiente que transformou. Forma-se, assim, uma relação dialética e de interdependência entre cidade e grafiteiro, na qual ambos se influenciam e transformam-se juntos. (SOUZA; MELLO, 2008, p.198)

O processo desencadeado por essa relação habita o campo comunicacional, porém, diferentemente de outros processos, este tipo de expressão não possui um receptor definido, uma vez que seriam os cidadãos das regiões urbanizadas. As opiniões são divulgadas por letras desenhadas, do próprio desenho e das cores. Ainda há um componente importante para a interpretação da mensagem: sua moldura são todos os elementos que compõem a paisagem urbana onde a obra foi realizada (BELTRÃO, 1980).

Segundo Souza e Mello (2008), podemos considerar o *graffiti* como um processo folkcomunicacional⁸ urbano, no qual o grafiteiro seria o emissor, a mensagem seria o desenho, o código seria a categoria escolhida (letras desenhadas, *stencil*, etc.), a parede o canal e os vários indivíduos que compõem a sociedade, os receptores.

Essas manifestações foram classificadas como oriundas de grupos marginais, folclóricos. Entretanto, hoje encontramos obras de *graffiti* expostas em galerias, em museus ou mesmo como adereço nas paredes de um edifício público ou comercial.

⁸ Recuperamos o conceito básico da folkcomunicação, tal como formulado por Luis Beltrão: conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e de meios direta ou indiretamente ligados ao folclore (disponível em <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista14/artigos%2014-1.htm>, acesso em 09 de junho de 2012).

Importante ressaltar: “o *graffiti* ainda é uma intervenção; o que houve foi uma aceitação pela sociedade como um movimento de arte contemporânea” (SOUZA; MELLO, 2008, p.198).

De acordo com o dicionário, o verbete marginal pode significar “à margem”, ou “à margem da sociedade ou da lei” quando se trata do indivíduo (LUFT, 1999, p. 144). Consideramos que essa expressão denota um sentido pejorativo, em desacordo com a sociedade moderna (SOUZA; MELLO, 2008).

Atualmente, o *graffiti* alcançou um nível de reconhecimento notabilizado pelo número de intervenções que passaram a ilustrar cada vez mais as galerias de arte, centros culturais, sendo utilizados também na cenografia, decoração, publicidade, imprimindo uma lógica de mercantilização dessa forma artística. O mercado publicitário e os críticos de arte começaram a valorizar o *graffiti*, e esse foi um fator decisivo que permitiu que um número cada vez maior de grafiteiros brasileiros passasse a ver essa atividade como sua fonte de renda e profissionalização (TARTAGLIA, 2010).

A primeira grande exposição de *graffiti* foi realizada em 1975, no Artist'Space, de Nova York. Mas a consagração do *graffiti* veio com a mostra New York/New Wave, em 1981, no PS1, um dos principais espaços de vanguarda de Nova York... Posteriormente, Keith Haring, grafiteiro do metrô nova-iorquino, tornou-se um dos artistas mais conhecidos dos anos 80 por levar o *graffiti*, que antes era exclusivamente das ruas, becos e guetos, para o convívio de galerias, museus e bienais. (GITAHY, 1999, p. 36)

A primeira galeria dedicada inteiramente ao *graffiti* foi a *Fun Gallery*, no *East Village*, dirigida pela atriz de cinema *Patty Astor*. Pouco a pouco, outras galerias começaram a requisitar artistas do *graffiti*, transformando alguns em verdadeiros astros da arte contemporânea (GITAHY, 1999).

No Brasil, Carlos Matuck, Waldemar Zaidler e Alex Vallauri foram os primeiros a ser reconhecidos como artistas do *graffiti* (GITAHY, 1999). Atualmente, temos muitos artistas do *graffiti* em evidência, como: osgemeos⁹, Speto, Nunca, Titi Freak, Zezão, Binho Ribeiro, Nina Pandolfo, Tinho, entre outros. Artistas que contribuíram muito para o reconhecimento do *graffiti* como arte no Brasil e para o

⁹ Nascidos em 1974, em São Paulo, os gêmeos idênticos Gustavo e Otávio Pandolfo começaram sua trajetória na *street art* em meados dos anos 1980, retratando as culturas regionais do Brasil nos muros de São Paulo (disponível em <http://www.fAAP.br/hotsites/osgemeos/> acesso em 16 de maio de 2012).

reconhecimento do Brasil pelo mundo como um dos principais países na produção de *graffiti* e arte urbana (disponível em <http://www.lost.art.br>, acesso em 22 de maio de 2012).

Gustavo e Otávio são os grafiteiros mais famosos do Brasil. Na função desde 1987, tem sua marca espalhada por diversos países do mundo, como Alemanha, França, Espanha, Portugal, Itália, Estados Unidos, China, Japão, Austrália, Grécia, Cuba, Chile, Argentina, entre outros (<http://www.lost.art.br>, acesso em 22 de maio de 2012).

Hoje, Gustavo e Otávio não são mais chamados de grafiteiros. Formam a consagrada dupla de artistas “osgêmeos”. Foi assim, com as duas palavras juntas em minúsculo, que eles se autotizaram desde pequenos, quando já pintavam as paredes e muros da casa onde moravam no bairro do Cambuci, em São Paulo (<http://blogdofavre.ig.com.br/tag/os-gemeos>, acesso em 16 de maio de 2012).

Eles já não são mais apenas simples devotos da militância: hoje suas críticas sociais carregam traços mais afinados e uma gama de materiais novos, além de incluir em suas galerias novos suportes, como esculturas e automóveis. Conhecidos por suas grandes intervenções urbanas, suas obras retratam o onírico surgindo em meio ao real: personagens que carregam consigo a dura realidade do cotidiano de uma cidade envoltos numa eterna influência folclórica, como se lendas, sonhos e histórias populares guiassem a vida dos cidadãos em pleno século XXI (http://obviousmag.org/archives/2010/05/gustavo_e_otavio__os_gemeos_grafiteiros.html, acesso em 23 de maio de 2012).

Figura 4: *Graffiti* da dupla osgêmeos



Fonte: http://obviousmag.org/archives/2010/05/gustavo_e_otavio_-_os_gemeos_grafiteiros.html

(acesso em 23/05/2012)

3.2 APLICAÇÕES

“A cidade é uma mensagem que nem todos entendem, mas que todos são obrigados a ler.”

(Décio Pignatari)

“Expressão artística, manifesto político, selo de território, espaço da amizade: são muitas as faces do *graffiti*” (BEDOIAN; MENEZES, 2008 p. 13). Algumas histórias desses fazeres do *graffiti* despertaram e despertam olhares de estudiosos. Neste capítulo, trataremos das diversas aplicações do *graffiti* com mais detalhe.

3.2.1 *Graffiti* como ferramenta de comunicação

“O graffiti é uma necessidade e uma vontade de comunicar.”

(Marie Rouffet)

Canevacci (1990) afirma que, ao verificar as construções visuais formadas por textos e imagens nas ruas das grandes cidades, qualquer observador consegue visualizar a grande tendência dos movimentos artísticos culturais urbanos e de um sistema que estimula a multiplicação de signos através da imagem. Essa construção visual na metrópole é chamada pelo autor de “comunicação urbana”, “cidade-cultura” ou “cultura da comunicação” e, na sua visão, surgiu da fusão de modos de vida popular, de massa e de elite.

Segundo estudo de Kessler (2008), o *graffiti* está contido na *street art* ou “arte de rua”. Um de seus significados é ser uma prática social. As obras na cidade envolvem “propósitos estéticos” com “significados sociais”, tratando de temas, na maioria das vezes, culturais e políticos (PALLAMIN, 2001, p.24). Desde sua origem até os dias atuais, a arte urbana, como é o caso do *graffiti*, é uma “mediadora dos processos de conflito nas relações sociais” (PALLAMIN, 2001, p.13).

Outro autor, Russi (2002), afirma que o conteúdo da arte urbana revela os comportamentos, as gírias, as reivindicações, a troca de opiniões e de experiências do indivíduo com a sociedade. O *graffiti* representa a ação de intervir artisticamente

no espaço urbano. Suas marcas estão repletas de significados capazes de exercer influência sobre o cotidiano de muitos transeuntes da cidade. Por trás desses desenhos, existe a sensibilidade dos grafiteiros que cobrem as cidades de arte ideológica, por vezes irônica.

Graziela Bedoian (in BEDOIAN; MENEZES, 2008, p. 52) destaca:

O graffiti tem esse caráter social. É como um instrumento de denúncia: ele expõe, tem a capacidade de fazer as coisas virarem vitrine. Com a tinta você sublinha o que precisa ser iluminado. Esse ato tem um papel comunitário de comunicação social. Graffiti, em essência, é estar no espaço público, e se a gente for pensar, a expressão na polis é política. O graffiti tem esse poder, não é só uma coisa estética, e nesse sentido, é algo que transmite uma ética.

Figura 5: *Graffiti* como meio de comunicação (osgemeos)



Fonte: <http://artdecoerola.wordpress.com/page/4/>

(acesso em 16/05/2012)

Figura 6: *Graffiti* como protesto, denúncia (osgemeos)



Fonte: <http://blogdoelemento.blogspot.com.br/2010/03/estetica-urbana-protestos-contr-o.html>

(acesso em 16/05/2012)

Walter “Tinho” Nomura contribuiu muito, também, para o reconhecimento do *graffiti* como arte no Brasil e para o reconhecimento do Brasil como um dos principais países na produção de arte urbana. Em seus trabalhos, ele procura entender e expressar a relação do homem com o ambiente artificial das grandes metrópoles ou cidades altamente urbanizadas, onde pessoas convivem, mas escondem suas individualidades, vivendo em mundos simultâneos. Aborda temas sociais, como crianças abandonadas cercadas de anjos da guarda e mães desesperadas (GITHAY, 1999). Abaixo, uma de suas obras.

Figura 7: *Graffiti* como denúncia social (Tinho)



Fonte: http://projetandohorizontes.blogspot.com.br/2010_09_01_archive.html
(acesso em 16/05/2012)

Alexandre Orion é um artista multimídia que tem chamado a atenção por suas conceituais intervenções urbanas. Recentemente, com a série *Metabiótica*, criou intervenções surpreendentes. O paulistano desenvolveu nesse conjunto de desenhos em *graffiti stencil* uma arte que só consegue se expressar plenamente através da interação entre transeuntes e as figuras representadas nos muros. Sozinhas, as imagens não passam de objetos isolados; acompanhadas, podem finalmente ter seu significado completo. “É muito importante perceber como questões realistas são potencializadas quando transportadas para um contexto ficcional. Minha busca é potencializar o que nos desconforta e que evitamos ver”, Alexandre Orion, em entrevista à revista Zupi (2010, p. 63).

Um homem, jogado na calçada, dorme profundamente. Acostumados a presenciar situações do tipo pelas ruas da cidade, a cena, apesar de degradante, teria tudo para passar despercebida aos olhares dos pedestres. Mas há nela alguma coisa de diferente, de inusitada, capaz de surpreender os transeuntes mais atentos. Logo atrás do sujeito adormecido, há a pintura de um indivíduo segurando um megafone, que grita de modo enérgico, como se quisesse acordar o mendigo e, quem sabe, abrir também os olhos das pessoas que passam em volta, despertando-as de sua sonolenta indiferença ao sofrimento alheio.

Figura 8: *Graffiti* de Alexandre Orion



Fonte: <http://alexandreorion.com/meta/meta12.htm>
(acesso em 16/05/2012)

3.2.2 *Graffiti* na comunicação publicitária

Ao longo dos anos, as intervenções de diferentes estilos e técnicas de *graffiti* passaram a explorar potencialidades não somente no contexto cultural de diálogo com a cidade, mas como meio de comunicação publicitária, estreitando vínculos com o “universo e as práticas das mídias” (SILVEIRA, 2008).

Muniz (2005) afirma que hoje os consumidores são mais exigentes, as sociedades mais complexas e as culturas, classes e perfis estão muito mais heterogêneos. Além disso, a velocidade e o fluxo de mudanças contemporâneas, a quebra de paradigmas na vida social, juntamente com a força dos movimentos de resistência cultural, exigem das organizações a inserção de um planejamento de

comunicação que contemple ações e estratégias focadas numa visão precisa do mercado.

Nesta perspectiva, Castro (2008) esclarece que, devido à saturação das mídias de massa, o mercado vê a necessidade de usar elementos não convencionais para se aproximar de seus públicos. O autor refere que a utilização de “elementos táticos alternativos” relacionados a estruturas da sociedade, como, por exemplo, o espaço urbano, é nomeado “marketing de guerrilha” (CASTRO, 2008, p. 3). E um dos elementos usados no marketing de guerrilha é a manifestação artística do *graffiti*.

O graffiti funciona como mídia exterior, pois suas manifestações estão em espaços abertos: nas vias públicas, edifícios, rodovias e veículos de transporte. Guardam a característica inovadora deste tipo de mídia e, igualmente, não têm formatos fixos. Segundo Armando Sant’Ana (1996), a mídia exterior ou publicidade ao ar-livre possui uma característica que a torna diferente de todas as outras formas de veiculação, é percebida de maneira involuntária e, sendo publicidade típica para as grandes massas, age indiscriminadamente sobre todo tipo de pessoa. (MACHADO et all, 2004)

Em 2010, o refrigerante Sprite lançou a campanha “Refresque suas Ideias”, convidando o consumidor a criar quatro novas identidades visuais para suas latas por meio de votação pela internet. Para inspirar os candidatos, a marca lançou, em agosto, uma coleção de quatro latas em edição limitada, com identidades visuais assinadas por nomes de referência na arte urbana do *graffiti*: Bruno Big, Fefê Talavera, Jotapê e Nina Moraes.

Sprite é uma marca com o qual o público jovem se identifica, por ter em sua personalidade a característica típica do jovem em buscar o inovador, o improvável, o diferente. Para materializar essa proposta, a marca ousa a ponto de utilizar a própria embalagem em suas ações. Recentemente, inovamos na publicidade de refrigerantes ao apresentar o jogo de realidade aumentada na lata de Sprite 2.Zero. Agora, voltamos a apresentar mais uma novidade, dentro do conceito “Refresque suas Ideias”, colocando nossas latas a serviço da criatividade de nossos consumidores, instigando-os a refrescar a mente criando novas identidades visuais para nossa embalagem, comenta Andréa Mota, diretora de marketing para os refrigerantes da linha Sabores da Coca-Cola Brasil. (disponível em http://www.cocacolabrasil.com.br/release_detalhe.asp?release=236&Categoria=24, acesso em 18/05/2012)

Escolhidos por terem despontado no universo do *graffiti* como inovadores no traço ou na forma de construção de seus painéis, os artistas receberam de Sprite o

desafio de expressar com sua arte o tema “Refresque suas Ideias”. Voltando à diretora de marketing, Andréa Mota destaca no release da promoção (disponível em http://www.cocacolabrazil.com.br/release_detalhe.asp?release=236&Categoria=24, acesso em 18 de maio de 2012):

A primeira característica que faz dos artistas inovadores é justamente o fato de serem novos talentos em busca de ideias frescas, que transcendam os muros. Apesar de serem extremamente diferentes entre si, no processo criativo, no traço, na origem e na trajetória profissional, todos têm uma qualidade em comum: a busca pelo novo.

Figura 9: Artistas em “Refresque suas Ideias”



Fonte: <http://misturaurbana.com/2010/08/sprite-latas-grafitadas/>
(acesso em 18/05/2012)

Figura 10: Latas grafitadas para Sprite



Fonte: <http://misturaurbana.com/2010/08/sprite-latas-grafitadas/>
(acesso em 18/05/2012)

Havaianas foi outra marca de produto a aderir ao *graffiti*. Para a sua coleção 2010/2011, intitulada de “Havaianas *Grffiti*”, o chinelo de borracha associou-se ao panorama da *street art*. Além dos *graffiti* gigantescos espalhados pela cidade, Havaianas convidou três célebres artistas, Finök, Chivitz e Minhau, para criar três novos modelos exclusivos.

Figura 11: Havaianas *Grffiti*



Fonte: <http://www.typograff.com/index.php/2010/08/havaianas-graffiti-chivitz-finok-e-minhau/>
(acesso em 18/05/2012)

Figura 12: Havaianas *Grffiti* nas ruas



Fonte: <http://www.dementia.pt/quando-o-graffiti-se-mistura-com-publicidade/>
(acesso em 18/05/2012)

Outro exemplo de aplicação do *graffiti* na publicidade foi a realizada pela rede de culinária italiana *Spoletto*. Por duas vezes, apostou na arte urbana para promoção e venda casada. Na primeira campanha foram produzidos seis copos colecionáveis. Para a segunda, oito modelos de pratos estampados, assinados pelos artistas: Binho, Chivitz, Mateu Velasco, Minhau e Toz.

Figura 13: Primeira campanha *Spoletto*



Fonte: <http://www.typograff.com/index.php/tag/minhau/>
(acesso em 18/05/2012)

Figura 14: Segunda campanha *Spoletto*



Fonte: <http://www.typograff.com/index.php/tag/minhau/>
(acesso em 18/05/2012)

3.2.3 *Graffiti* na arte-educação

No imaginário universal, Dom Quixote ficou conhecido como um ser ingênuo, sonhador, enfrentando moinhos de vento como se fossem dragões. Face à monstruosa injustiça social que abandona e entristece muitas crianças e adolescentes no Brasil, o Projeto Quixote também nasce de um sonho: a afirmação da vida, da subjetividade, das potencialidades desses meninos e meninas (BEDOIAN; MENEZES, 2008).

O grupo que fundou o Projeto Quixote trabalhava no Proad, ambulatório da Universidade Federal de São Paulo, a Unifesp. Lendo muito, fomos nos aproximando do Paulo Freire, do que é ser educador. Sentindo um desconforto ao ver a questão da criança e do jovem ser banalizada, naturalizada, e sabendo como esse fenômeno tem muito a ver com o universo da droga, nós, especialistas, botamos uma coisa na cabeça: iríamos fazer um trabalho específico para esse jovem que todo mundo sabe que usa droga. Como? Criando coisas que tivessem a ver com a alma dessas crianças e jovens: a arte, a brincadeira e, sobretudo, a qualidade humana dos profissionais. (BEDOIAN; MENEZES, 2008, p. 71)

O Projeto Quixote é uma OSCIP - Organização da Sociedade Civil de Interesse Público - sem fins lucrativos que atua desde 1996 na missão de transformar a história de crianças, jovens e famílias em situação de risco social. Dentro do “Programa de Educação para o Trabalho” do Projeto Quixote, a Agência Quixote Spray Arte é um projeto social que tem como objetivo gerar renda através da venda de produtos e prestação de serviços relacionados ao *graffiti* (BEDOIAN; MENEZES, 2008).

O *graffiti* abre novos horizontes, chega trazendo um novo caminho, uma nova fonte de interesse, um novo jeito de pertencer, de ser valorizado, principalmente com o adolescente que está com a identidade ambígua, confusa. O *graffiti* é poderoso com os adolescentes, é uma linguagem artística com uma força muito própria. Com ele surge a possibilidade de se construir algo criativo, ao mesmo tempo em que se começa a desconstruir a linguagem da pichação. O *graffiti* é contextualizado, ele tem um contexto de ação, tem toda uma linguagem muito singular. A criança e o adolescente passam a fazer escolhas. (BEDOIAN; MENEZES, 2008, p. 72)

A agência realiza serviços de *graffiti* em fachadas, paredes internas, telas, camisetas e móveis, além de performances ao vivo para pessoas e empresas. Ela também promove cursos e workshops, e serve para inserir no mercado de trabalho

os jovens que buscam no *graffiti* seu futuro profissional (BEDOIAN; MENEZES, 2008).

Os jovens participantes aprendem técnicas de desenho e pintura nas oficinas e são encaminhados para trabalhar como auxiliares e aprendizes nos serviços da agência, sob a orientação de grafiteiros profissionais. Tanto os grafiteiros como os jovens são remunerados pelo trabalho prestado (BEDOIAN; MENEZES, 2008).

O grafiteiro profissional é alguém que já tem anos de estudo e prática do *graffiti*. Já tem um estilo próprio, um traço próprio. Já busca viver disso mesmo. No Quixote, ele faz trabalho na agência, ele é professor, educador, como se fosse um mestre: passa conhecimento. (BEDOIAN; MENEZES, 2008, p. 113)

A ideia surgiu no ano 2000 com a intenção de unir expressão artística e proposta pedagógica de geração de renda, além de trabalhar para divulgar essa arte urbana, cada vez mais conceituada ao público em geral. Já foi premiada por seu plano de negócios e como ideia inovadora no “Prêmio Empreendedor Social Ashoka/McKinsey”. Hoje, a Agência Quixote Spray Arte é uma das principais referências em serviços de *graffiti* na cidade de São Paulo (disponível em <http://www.projetoquixote.org.br/agencia-quixote-spray-arte/galerias/>, acesso em 18 de maio de 2012).

Em 2008 o trabalho da agência deu origem ao livro “Por Trás dos Muros – Horizontes Sociais do *Grffiti*”. O livro, além de abordar o *graffiti* como expressão artística e manifesto político, apresenta-o como ferramenta de transformação social, que é a marca do Projeto Quixote.

Figura 15: Projeto Quixote



Fonte: <http://www.salvemascrianças.org/wp/?p=318>

(acesso em 18/05/2012)

3.2.4 *Graffiti* na restauração

A *street art* também está presente na recuperação de prédios, fachadas e lugares públicos antes deteriorados pelo tempo e pelo vandalismo. Organizações não-governamentais e empresas incentivam e patrocinam projetos, fazendo desta prática de pintar muros, fachadas, paredes, postes, um exercício social e de cidadania (ZUIN, 2003).

Em 2007, os artistas Nina Pandolfo, Nunca e os gêmeos foram convidados para pintar as paredes que contornam o castelo medieval de *Kelburn*, localizada na costa oeste da Escócia, 70 km a leste de *Glasgow*. A obra seria uma solução provisória, visto que era necessário substituir com urgência a camada de concreto que estava a danificar as paredes da construção. O castelo tornou-se uma das maiores atrações turísticas da região. O conde de *Glasgow*, proprietário do castelo, entrou formalmente com um pedido para preservar o *graffiti* dos quatro artistas brasileiros, que deram um colorido ousado à fachada da tradicional fortificação (<http://subsoloart.com/blog/tag/nina/>, acesso em 18 de maio de 2012).

Figura 16: Castelo da Escócia



Fonte: <http://www.zonasuburbana.com.br/verpost.php?id=37>
(acesso em 18/05/2012)

3.2.5 *Graffiti* como arte

“Talvez, um dia, todo centro urbano, apesar de caótico, possa vir a ser uma grande galeria de arte a céu aberto.”

(Celso Gitahy)

A arte oficial das galerias e dos museus não pode acompanhar a evolução que se deu na propaganda, no cinema e na televisão. Perdidas numa forma elitista e dominada por uma arte conceitual e decadente, que adquire tons enferrujados e pretos, a maioria dos artistas plásticos (incluindo os figurativos) passa ao largo da intenção e da proposta levantadas pela barbárie da rua. (LARA, 1996, p. 63)

Graffiti Fine Art, com três edições anuais, traz a arte urbana para dentro dos limites do MuBE – Museu Brasileiro da Escultura – em SP. A mostra foi criada pelo museu, para divulgar a diversidade e qualidade da arte de rua. Inspirada no sucesso da *Graffiti Fine Art*, foi criada pelo MuBE, a Primeira Bienal Internacional da arte do *graffiti*, em 2010. Ocupando toda área do museu, o evento reuniu os principais nomes da arte urbana do Brasil e do mundo.

Figura 17: 1ª Bienal Internacional *Graffiti Fine Art*



Fonte: http://projetandohorizontes.blogspot.com.br/2010_09_01_archive.html

(acesso em 18/05/2012)

Em 2008, o museu de arte moderna *Tate Modern Museum* de Londres, um dos mais consagrados museus de arte moderna do mundo vestiu-se de cultura urbana. Escolheu seis artistas de rua para pintar em painéis de 25 metros de altura

cada, na sua imponente e cinzenta fachada à beira do Rio Tâmisa. Entre eles estão os brasileiros os gêmeos e Nunca. A mostra ao ar livre chamava-se *Street art at Tate Modern*.

Figura 18: *Street art at Tate Modern*



Fonte: <http://collecta.blogspot.com.br/2008/05/os-gemeos-e-nunca-na-tate-modern.html>

(acesso em 18/05/2012)

No próximo capítulo, buscando uma maior aproximação com o universo do *graffiti* e, também, verificar a relação teoria e realidade, apresentamos o artista urbano porto-alegrense Luis Flávio Vitola. Como vimos, a questão norteadora desta pesquisa é a profissionalização do *graffiti*. Julgamos oportuno e conveniente estudar este artista que começou sua atividade assinando “Trabalho”, passando mais adiante a se identificar por “Trampo”, sinônimo de trabalho.

4 TRAMPO: ARTISTA URBANO PORTO-ALEGRENSE

Neste capítulo, trazemos a entrevista concedida pelo artista Lui Flavio Vitola, mais conhecido por Trampo, no dia 03 de abril de 2012, às 17h30min, na Casa de Cultura Mário Quintana em Porto Alegre. Em algumas partes da entrevista julgamos interessante reproduzir fielmente a fala do autor, buscando desta forma, uma melhor aproximação com o universo do *graffiti*. Traçamos, então, uma discussão entre a teoria e a vida real.

4.1 PANORAMA DO *GRAFFITI* EM PORTO ALEGRE

Vimos que quase a totalidade das artes do século XX, é fruto das experiências vividas por artistas nas metrópoles. O *graffiti* foi um fenômeno que reverberou por áreas predominantemente urbanas. E aqui no Brasil, a cidade de São Paulo foi o terreno mais fértil, justamente em decorrência desta característica.

São Paulo que já tem quase 30 anos de história... Tem uma outra visão. Eu fiz um trabalho em 2008 na USP, no Espaço das Artes, e foi curioso assim. Quando eu cheguei lá, uma das curadoras veio falar comigo e disse “Bah! Eu adoro muito essas tipografias urbanas.” E eu pensei comigo “bah! Era pichação antes, ne? Agora é tipografia urbana!” (TRAMPO, 2012)

Assistimos hoje a um processo de legitimação e reconhecimento do *graffiti* na sociedade brasileira, que ganha maior notoriedade nas grandes metrópoles, entre elas, Porto Alegre. “O Rio Grande do Sul ainda tá amadurecendo pra essa forma de dialogar com a comuni... Com o povo através do *graffiti*. Ainda é pouco aqui. Aqui ainda o pessoal tá soltando o traço. Recém perdendo o medo”, afirma Trampo (2012).

Em Porto Alegre, um dos locais que se destaca pela quantidade e qualidade dos *graffiti* nas ruas é o bairro Cidade Baixa. Além da receptividade por parte dos moradores da região, podemos considerar que a presença da sede do Núcleo Urbanoide¹⁰ no bairro, também contribuiu bastante para este destaque artístico.

¹⁰ O Núcleo Urbanoide é um coletivo artístico independente formado por artistas de Porto Alegre.

Eu relaciono a Cidade Baixa como a Vila Madalena lá em São Paulo. Também tem esse foco cultural e pintado... O pessoal adotou essa identidade, digamos assim, é mais fácil chegar ali e conversar com os vizinhos, eles já cedem o espaço. Criou já essa cultura. E é isso que, na maioria das vezes a gente tenta fazer aqui em Porto Alegre. Tornar essa adição mais consciente assim, não mais consciente assim... Mais natural. De sair pra pintar na rua, ter essa... Mas é aquilo que eu te falei, vai do perfil de cada artista, porque tem artista que é desobediente e pronto, e às vezes ele nem quer ser chamado de artista. Eles querem levar à risca o movimento como surgiu lá fora. Eu acho que a gente vive no Brasil, a gente vive em outra situação. Pra nós é super importante assim em propagar o que é do bem. (TRAMPO, 2012)

O Núcleo Urbanoide é uma organização de artistas e produtores que desenvolve e executa projetos culturais, contribuindo para a transformação social através da arte. Tem como objetivo, executar projetos criativos, inovadores e de autoria própria, juntando arte e design em um conceito multidisciplinar (disponível em http://tocae.blogspot.com.br/2007_05_01_archive.html, acesso em 09 de junho e 2012).

Figura 19: Sede Núcleo Urbanoide



Fonte: <http://de.abduzeedo.com/node/62754>

(acesso em 22/05/2012)

Surgiu, em 1997, da iniciativa dos artistas Trampo, Jotapê, Eduardo Guspe e Jamaikah Santarém, que pensaram em criar uma sede em que os artistas pudessem se reunir e trocar ideias e informações sobre a profissão. Hoje contam com sete artistas, produzem oficinas, palestras, desenvolvem projetos comerciais e outros, ligados às artes gráficas. O Núcleo é um grupo de artistas independentes, artistas que se reúnem cada um com suas especialidades, auxiliando um ao outro, mas seguindo suas carreiras individualmente (disponível em <http://de.abduzeedo.com/node/62754>, acesso em 22 de maio de 2012).

4.2 TRAMPO: TRAJETÓRIA, INSERÇÃO SOCIAL E OBRA

Luis Flávio Trampo é um dos maiores nomes do *graffiti* em Porto Alegre. Influenciado principalmente pela cultura brasileira, das metrópoles às tribos indígenas, Trampo demonstra em suas intervenções uma poética visual singular. Por vezes simbólica e experimental, em outros momentos, mais figurativa, mas sempre adequada ao ambiente que está inserida.

Ligado a diversos projetos culturais e de arte urbana, Trampo tem trabalhado para quebrar o estigma que liga a arte de rua à marginalidade. Sua circulação em diferentes meios se reflete também na sua produção e na multiplicidade da aplicação de suas obras. Independente da forma como faz, seu objetivo é sempre o mesmo, levar a arte para onde as pessoas estão.

O artista também costuma fotografar a cidade, o que, de acordo com ele, o ajuda a estudar e interpretar melhor as características do ambiente em que cresceu. Trampo é um porto-alegrense que vive de retratar e reinventar sua cidade através das lentes e sprays.

Foi em 1986, aos 14 anos, que Trampo começou a se envolver com a arte de rua. Começou com pichação, “aquela coisa que todo jovem tem de querer marcar um território, de querer marcar uma identidade”. Na época, skatista, o que o influenciou bastante: “skate sempre teve uma relação muito forte com a arte. De ter os adesivos, de ter a arte embaixo do skate, que por sinal ela é efêmera, porque a manobra de skate faz com que aquela arte vá embora” (TRAMPO, 2012).

Figura 20: *Shape*¹¹ grafitado por Trampo



Fonte:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1595457174618&set=a.1059309331257.10863.1481616253&type=3&theater>
(acesso em 22/05/2012)

O graffiti tem isso também, é um desapego. Eu gasto uma tinta, gasto um tempo pra fazer, mas é um prazer ver aquilo. Daí fica uma semana, fica um dia, pode ficar até uma hora. Mas o olhar das pessoas capturando aquilo ali é muito valioso. As pessoas passando, às vezes gostando ou não, pra mim isso tudo é muito legal. Tem muito desapego. É efêmero, é uma coisa que é pra sociedade. Como é um cartaz de show assim na rua. (TRAMPO, 2012)

Oportuno recordar que na época, década de 80, em que Trampo começou a grafitar, o *graffiti* norte-americano estava despontando no Brasil, principalmente com artistas como os gêmeos. Junto com o movimento hip-hop, que tinha como base a produção de uma identidade, uma maneira gráfica de reforçar o pertencimento a determinado espaço urbano e a determinada cultura. O *graffiti* inseriu-se como um dos elementos do hip-hop.

Comecei com pichação. Comecei com a cultura hip-hop. Assim bem... Gostando mesmo da cultura americana lá de Nova York. E daí com tempo eu fui percebendo que “pára ai um pouquinho! Eu preciso ter uma identidade dentro desse movimento todo.” Aí eu comecei a trabalhar com esse estilo que eu desenvolvo hoje... eu evolui, como todos, né... Procuram evoluir ai dentro desse movimento. (TRAMPO, 2012)

Recordando, o perfil estético do *graffiti* nova-iorquino acrescentava elementos ilustrativos que transcendiam a tipologia natural. As letras eram

¹¹ *Shape* é o nome da prancha de madeira do skate.

incrementadas quanto às cores e à ousadia do traço, assumindo o papel de ilustrações. Trampo foi se identificando com o movimento, despertando bastante o seu interesse em pesquisar sobre *graffiti*, sobre arte urbana. Como o artista afirma: “o *graffiti* me escolheu, na verdade” (TRAMPO, 2012).

Criatividade, ousadia, inovação, são características desse movimento. Desde que começou com arte urbana, Trampo está constantemente pesquisando, estudando, experimentando. “O trabalho coletivo é super importante. Quando a gente trabalha em grupo, se encontra com outros amigos. Então um amigo vai influenciando o outro, vai tendo essa troca de técnica, de informação” (TRAMPO, 2012).

Hoje intervir na rua, no mundo, vai além da tinta, do spray. Os artistas têm trabalho com diversas técnicas. Com cartaz, robótica, adesivo, luz (TRAMPO, 2012). Como vimos anteriormente, o *graffiti* é muito mais que “pintar paredes”. Os muros funcionam como painéis de comunicação e disseminação de ideias, tanto para discutir e denunciar valores sociais, como para atribuir humor, dar “vida” ao cinza da cidade. Não somente as paredes têm servido como suporte, mas a cidade como um todo.

Figura 21: Tele entulho como suporte para *graffiti* (por Trampo)



Fonte:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1581527786392&set=a.1059309331257.10863.1481616253&type=3&theater>

(acesso em 22/05/2012)

O Muralismo foi um dos movimentos artísticos que evidenciou a necessidade de uma arte voltada para as grandes massas. E é nessa vertente que Trampo prefere trabalhar. O artista gosta de ter um diálogo com a sociedade. “O *graffiti* é o

grito do muro. O muro tentando falar alguma coisa. Uma hora, uma coisa gráfica bem elaborada, ou às vezes, só uma coisa escrita” (TRAMPO, 2012).

Pra pintar com o spray na rua, eu escolhi um ícone. Eu faço sempre os pássaros. Se tornam super rápido pra fazer. Pra fazer as exposições dentro das galerias, eu tenho trabalhado em cima das minhas fotos. Trabalho com caneta... Procuo ter essa diferença assim, do que eu pinto na rua e do que eu levo pra dentro das galerias. O que eu levo pra dentro das galerias não é necessariamente o que eu faço com spray. Então, eu tenho essa diferença de pesquisa assim. Eu gosto de pintar com o pincel também, lembrando os muralistas mexicanos. E gosto de pintar com spray também, como é a tradição de fazer o graffiti. Mas, a minha pesquisa mesmo abrange tudo. Já coleí cartaz, já fiz adesivo, adesivo em serigrafia... De colar na rua. E tudo isso faz parte desse movimento. Não só pintar. Às vezes colar um adesivo, colar um cartaz com alguma ideia. Vai intervindo. Às vezes a viagem é mudar um pouco o cenário urbano. (TRAMPO, 2012)

Os pássaros foram escolhidos pelo artista, por sugerir liberdade. Liberdade foi a grande motivação que o levou a aderir ao *graffiti*. “É um momento de extrapolar sem agredir ninguém. É uma... O nome já diz, é uma intervenção. É um ato sem avisar pra ninguém” (TRAMPO, 2012). Como foi visto, a arte urbana provoca o olhar de maneira inusitada, instiga. Quando decodificamos a arte no contexto da visualidade do espaço público, somos levados à reflexão (disponível em <http://www.nonada.com.br/2011/02/cidades-pintadas/>, acesso em 16 de maio de 2012).

Ao falar em *graffiti*, evocamos a lembrança da pichação. Trampo (2012) esclarece: “entre a pichação e o *graffiti* não tem muita diferença, é a mesma coisa na verdade. O que muda é a essência de cada personalidade, de cada artista. Cada um tem um jeito de intervir na rua”.

Eu acho que é uma forma assim de... Até uma forma de educação nas escolas. O foco antes do graffiti era super... Era um atrativo. Hoje já não é tanto. Sinceramente, a pichação chama muito mais atenção, porque é mais fácil de fazer, mais rápido, e busca a popularidade com mais rapidez. E é incrível. Os grupos adoram pichação. E aí, na maioria das aulas que eu dou, pra ter um trabalho bacana, às vezes eles têm que treinar a caligrafia deles mesmo de pichação... Então isso acaba canalizando uma energia. Não só a arte vai dando exemplo, influenciando; mas o convívio, o trabalho em grupo. O pessoal vai vendo que tem uma união... O convívio é muito bacana, o pessoal brinca. (TRAMPO, 2012)

Segundo Trampo (2012), a pichação aparece como uma das formas mais fáceis, mais rápidas e mais atrativas aos jovens de dar vazão ao descontentamento

e à falta de expectativas. Seus principais objetivos são desafiar os limites e a ordem estabelecida, às vezes sujar as cidades, chamar a atenção, chocar os cidadãos.

Esse ato que a gurizada tem de subir e descer... Serve também como uma denúncia. Porque tá faltando segurança. Se os caras fazem o que querem na cidade, é porque a cidade também permite isso. (TRAMPO, 2012)

Como estudamos, a pichação foi se popularizando e perdendo seu exclusivo caráter político. Inspiradas nos *graffiti*, as pichações assumem formas de assinaturas, rabiscos, frases de efeito e declarações de amor ou ódio. Trampo acrescenta a respeito:

Quem já não viu uma pichação no chão assim de alguém pedindo pro pai voltar, ou dizendo eu te amo. Que é uma coisa legal. Que não é assim uma agressão. Ou tem pichação política, pichação contra o aumento da passagem... (TRAMPO, 2012)

Em enquete aleatória e informal, realizada nos dias 05 e 10 de abril deste ano, na Avenida Mauá, diante do muro recentemente pintado por Trampo para o Fórum Social Temático, com o objetivo de compreender a percepção do público a respeito da arte urbana; cerca de 60 transeuntes foram questionados sobre como percebem esta arte. Em unanimidade, o muro grafitado foi considerado como arte. A grande maioria dos indivíduos interrogados fez observações quanto à pichação, demonstrando desprezo com relação a esta prática. Consideram a pichação vandalismo: “só serve para sujar a cidade”. Em contrapartida, Trampo (2012) destaca uma questão importante:

Tem muita coisa que detona a cidade também. A publicidade é uma coisa que detona horrores. Esse monte de embalagem ai, a própria bituca de cigarro, que vendem aos montes. Panfleto em época eleitoral, mais ainda. (TRAMPO, 2012)

Trampo (2012) se auto define como “um eterno pesquisador”. Ilustrador, cenógrafo, artista plástico, arte educador, fotógrafo: um artista multimídia, como os artistas urbanos têm sido chamados ultimamente. Nos últimos anos, Trampo está “vivendo essa coisa mais de galeria, mais de museu. Não deixo de pintar na rua, pinto nos lugares mais degradados, abandonados”.

Depois que eu comecei a me envolver com exposições, começou a surgir muita coisa... Ai foi o efeito dominó. Um projeto foi encaixando no outro. Fui ganhando um currículo assim, então... Todas essas viagens de Bienais e de trabalho foram todas financiadas. E algumas com cachê, a maioria com cachê e com tudo certinho como um artista merece. (TRAMPO, 2012)

As obras nas cidades, como em Porto Alegre, envolvem “propósitos estéticos” com “significados sociais”, tratando de temas, na maioria das vezes, culturais e políticos (PALLAMIN, 2001, p. 24). Desde sua origem até os dias atuais, o *graffiti* é considerado um “mediador dos processos de conflito nas relações sociais” (ibidem, p. 13). O conteúdo da arte urbana revela os comportamentos, as gírias, as reivindicações, a troca de opiniões e de experiências do indivíduo com a sociedade.

O *graffiti* é uma prática social. Relevante lembrarmos: um processo folkcomunicação urbano, no qual o grafiteiro é o emissor; a mensagem, o desenho; o código é a categoria escolhida (letras desenhadas, *stencil*, etc.); a parede (ou outro suporte), o canal e os diversos indivíduos que compõem a sociedade, os receptores.

O grafiteiro é professor, educador, como se fosse um mestre, passa conhecimento. Nos projetos sociais em que se envolve, Trampo busca unir expressão artística e proposta pedagógica, desenvolvendo atividades que tenham a ver com a alma dessas crianças e jovens: como a arte, a brincadeira.

Vimos que os artistas que se destacaram pela qualidade de seus trabalhos tiveram a oportunidade de coordenar oficinas de *graffiti*. Conhecido por seu trabalho social, participando tanto como voluntário em oficinas para menores em comunidades carentes, como também transmitindo esse mesmo conhecimento em universidades e workshops, Trampo procura passar aos jovens uma maneira saudável e inteligente de se expressar por meio da arte urbana. Veremos a seguir, alguns entre os diversos projetos que contaram com a participação de Trampo.

4.2.1 Trampo em projetos sociais e culturais

Projeto Arte Urbana

O Projeto Arte Urbana, criado pelo Sinduscon/RS em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura, faz parte de um projeto de lei que tem como objetivo instituir a obrigatoriedade da criação de espaços públicos para o *graffiti* na cidade de

Porto Alegre. O painel do projeto foi lançado em uma grande obra imobiliária, na Avenida Bento Gonçalves.

Foi pintado com a ajuda de Trampo e outros dois artistas em um projeto social que envolve pacientes do Centro de Reabilitação Psicossocial do Hospital Psiquiátrico São Pedro (disponível em http://www.sinduscon-rs.com.br/site/principal/conteudo_nivel_2.php?codConteudo=579, acesso em 09 de junho de 2012).

Figura 22: Projeto Arte Urbana 2010



Fonte: <http://blogillustratus.blogspot.com.br/2010/07/um-tapume-que-derruba-muros.html>
(acesso em 22/05/2012)

Programa Mais Educação

O Programa Mais Educação aumenta a oferta educativa nas escolas públicas por meio de atividades optativas que foram agrupadas em macro campos como acompanhamento pedagógico, meio ambiente, esporte e lazer, direitos humanos, cultura e artes, cultura digital, prevenção e promoção da saúde, comunicação, educação científica e educação econômica (disponível em http://portal.mec.gov.br/index.php?Itemid=86&id=12372&option=com_content&view=article, acesso em 09 de junho de 2012).

Figura 23: Trampo no Projeto Mais Educação 2010



Fonte: <http://picasaweb.google.com/lh/photo/aavLk2s2lXDSfDMBuXluHA>
(acesso 22/05/2012)

Projeto Estante Pública

Estante Pública é um projeto de participação coletiva e ocupação urbana. Nele, as paradas de ônibus de Porto Alegre ganham uma nova função quando recebem, no antigo espaço para publicidade (há muito abandonado), estantes de livros. Iniciado em 2008, o projeto começou de maneira independente. A Estante inaugural contou com amplo apoio do público e foi o incentivo fundamental para que o projeto continuasse. Enquanto algumas duraram uns poucos dias, outras excederam expectativas e promoveram a troca de livros entre a população durante muitos meses (disponível em <http://estudionomade.wordpress.com/>, acesso em 22 de maio de 2012).

Após dois anos levando livros aos usuários de ônibus (que por vezes são forçados a esperar horas por seu transporte), o projeto foi inscrito na Fundação Nacional de Artes, onde foi contemplado com a Bolsa de Estímulo à Criação Artística em Artes Visuais, o que permitiu uma evolução do projeto e a instalação de mais Estantes Públicas na cidade. Assim, no dia 9 de dezembro de 2010 novas Estantes foram instaladas. Para a revitalização das Estantes, vários artistas de destaque foram convidados. Entre eles, Trampo (disponível em <http://estudionomade.wordpress.com/>, acesso em 22 de maio de 2012).

Figura 24: Trampo no Projeto Estante Pública



Fonte: <http://estudionomade.wordpress.com/>
(acesso em 22/05/2012)

Graffiti na Trensurb

A Trensurb tem se preocupado em incentivar ações culturais em suas estações e trens, buscando, dessa forma, alterar a rotina dos usuários, através das mais diferentes formas de expressão artística. Desde 2005, participa e apoia ações da *street art*. Artistas de renome nacional e internacional, como osgemeos, Nina, Nunca e Trampo, já deixaram sua arte registrada nos trens e estações da empresa (disponível em http://www.trensurb.gov.br/paginas/galeria_projetos_detalhes.php?codigo_sitemap=113&PHPSESSID=kuwcczhnnfaff, acesso em 09 de junho de 2012).

Figura 25: Trem pintado por Trampo em 2011



Fonte:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2297064034351&set=a.2297060554264.137381.1481616253&type=3&theater>
(acesso em 22/05/2012)

Projeto Pintando um Novo Mundo (PNM)

A rotina dos moradores da região leste de Goiânia foi alterada por uma intervenção urbana de 200m², realizada na fachada de um estabelecimento comercial, localizado na Avenida Anápolis, no Setor Sonho Dourado, divisa com o Bairro Jardim Novo Mundo. O painel surge como um presente para encher os olhos dos moradores da cidade. Está situado em uma área bastante movimentada, que serve de passagem para centenas de pessoas. A exposição da galeria aberta busca levar mais fantasia e oportunidades à vida destas pessoas, contribuindo, assim, para a democratização das artes e a formação de público (disponível em <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1654098560616&set=a.1629482025218.92136.1481616253&type=3&theater>, acesso em 22 de maio 2012).

Figura 26: Projeto Pintando um Novo Mundo



Fonte:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1654098560616&set=a.1629482025218.92136.1481616253&type=3&theater>
(acesso em 22/05/2012)

Projeto Arte no Muro

A iniciativa do Instituto Estadual de Artes Visuais (IEAVi) consiste em dar um novo visual ao muro da Avenida Mauá, no Cais do Porto em Porto Alegre. Em janeiro de 2012, integrando o Fórum Social Temático, o Festival Internacional de Cultura Livre (FicLivre) realizou o projeto Arte no Muro. Participaram do projeto artistas consagrados, coletivos de arte, universidades, escolas informais de arte, grupos organizados de desenho, pintura, *graffiti*, hip-hop, *cartoon*, entre outros (disponível em <http://www.cultura.rs.gov.br/v2/2012/01/projeto-de-arte-dara-novo-visual-ao-muro-da-avenida-maua/>, acesso em 09 de junho de 2012).

Figura 27: Trampo no Projeto Arte no Muro



Fonte: <http://www.graftche.com/2012/01/muro-da-maua-fst.html>
(acesso em 22/05/2012)

Rossi – Mural Fiateci

Pintura dos murais no Empreendimento Rossi Fiateci em Porto Alegre.

Figura 28: Mural Rossi Fiateci



Fonte: <http://www.move.art.br/work/rossi-mural/>
(acesso em 22/05/2012)

Mural Global

Mural Global com o artista alemão Klaus Klinger e outros artistas em *Duseldorff*, na Alemanha em 2004.

Figura 29: Mural Global *Duseldorf* - Alemanha 2004



Fonte:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1155011563753&set=a.1059309331257.10863.1481616253&type=3&theater>
(acesso em 22/05/2012)

4.2.2 Trampo na publicidade

Como vimos, ao longo dos anos, as intervenções de diferentes estilos e técnicas passaram a explorar potencialidades não somente no contexto cultural de diálogo com a cidade, mas como meio de comunicação publicitária, imprimindo uma lógica de mercantilização dessa forma artística.

O mercado publicitário e os críticos de arte passaram a valorizar o *graffiti*, e esse foi um fator decisivo que permitiu aos artistas urbanos terem essa atividade como sua fonte de renda e profissionalização. A respeito do interesse da publicidade pelo *graffiti*, Trampo (2012) argumenta:

Eu acredito que tem um interesse também da sociedade, num bom sentido. A publicidade no caso. De querer que... Já que a juventude tá olhando mais pro *graffiti* que pros nossos outdoor, vamos então bota o nome da nossa marca relacionada com esse artista, ou esses artistas que tão já fazendo essa mídia na rua alternativa. (TRAMPO, 2012)

Os artistas *osgemeos* tem uma relação muito forte com a publicidade. A dupla é mundialmente reconhecida e referência absoluta do *graffiti*. Muitos artistas, militantes ferrenhos do *graffiti*, costumam criticar o comportamento da dupla.

Osgemeos fazem parte da história do *graffiti* nacional. Eles pintam desde os 14 anos de idade, desde meados de 85. Nesta época eu sonhava em fazer isso, eles já faziam lá em São Paulo. Eles são assim: o início de tudo. Se

hoje eles tão assim sendo mega super reconhecidos no mundo é porque eles merecem. Merecem mesmo, porque eles são muito batalhadores. Parte do movimento do graffiti não gosta muito da postura deles, porque eles fazem isso... Fazem vinheta do Fantástico, fazem mil relações assim. Com a Nike e... Pintam por tudo e se envolvem com grana, né. Com grandes marcas, publicidade. Mas daí, eu vejo também a questão dos sonhos, né? O cara imagina... O primeiro sonho deles era simplesmente ter tinta pra pintar. Depois, ter uma graninha a mais, comprar um carro. Hoje, com certeza, eles tão cuidando da família, cuidando de... Eles estão sabendo negociar bem o trabalho deles. Não tão se doando de graça. (TRAMPO, 2012)

Trampo sempre demonstrou grande preocupação com a questão da profissionalização e reconhecimento de seu trabalho. Como destacamos anteriormente, no início de sua trajetória, assinava “Trabalho”. Com o passar do tempo, ficou conhecido por “Trampo”, gíria para trabalho.

O artista faz trabalhos como voluntário em projetos sociais e culturais, mas, assim como os gêmeos, explora sua arte, sua marca também comercialmente. Até porque, como destaca: “É uma forma que a gente tá tendo de ganhar um dinheiro. É fazendo algumas relações com algumas marcas. E por negócio mesmo” (TRAMPO, 2012).

Tem um exemplo aqui em Porto Alegre, que uma vez foram pintar um restaurante, aí eu também fui pintar. Claro, uns amigos me convidaram e tal. E aí, o pessoal... Eu já tenho uma certa fama de cobrar sempre pelos meus trabalhos. Já me acostumei a trabalhar assim; se tu acostuma a fazer as coisas de graça, as pessoas te ligam sempre “oh, vamos lá! Visibilidade pro teu trabalho.” Aquele papo de sempre. E eu fui lá pintar nesse restaurante, e todo mundo pintando lá e tal, e eu peguei e disse pra galera “bah meu, tá vendo essa tela que tem aqui no saguão, aqui na parte maior do restaurante? Essa dona do restaurante pagou uma banana por essa arte, certo! Vocês podiam ter cobrado um cachêzinho pra cada um.” E daí, rapidamente, um dos meninos lá disse: “Ah, mas a gente não é vendido que nem tu.” Uma coisa assim. Ele quis dizer, quis me apontar, me chamar de vendido. E rapidamente eu disse: “Poxa! Vocês não são vendidos, mas vocês se dão de graça.” Porque, ir pra dentro de um shopping, um mega restaurante, eles têm grana. Ele podia ter... E a dona não ia se negar de pagar o cachê. Então, às vezes a galera na rua acaba não sabendo negociar assim seu “passe”. Os gêmeos souberam fazer assim muito bem. Hoje eles estão assim super bem. É quase que um cometa assim. Eles saem brilhando na frente e esse rabo é muita gente que vai junto com eles. E artistas que se relacionam com eles, e o Brasil, o movimento todo do Brasil, todo mundo vai junto assim com esse movimento. (TRAMPO, 2012)

Trampo para a campanha “UNISINOS Arte nas Ruas”

Figura 30: “UNISINOS Arte nas ruas” por Trampo



Fonte: http://www.flickr.com/photos/move_art/5169090335/in/photostream
(acesso em 22/05/2012)

Schizzi Rupestre

Trampo foi o artista convidado para dar início à produção da série Schizzi Ilustrado. “Rupestre” foi o nome batizado por ele para a ilustração da capa. A produção teve um cuidado especial para tentar reproduzir ao máximo a realidade do *graffiti* e da textura da tinta (disponível em <http://schizzibooks.com.br/site/?p=2301>, acesso em 22 de maio de 2012).

Figura 31: Schizzi Rupestre ilustrado por Trampo



Fonte: <http://schizzibooks.com.br/site/?p=2301>
(acesso em 22/05/2012)

Converse Rupestre

A Converse inaugurou uma nova coluna no seu blog, chamada *Hands On*. Nessa seção, convidaram os artistas mais bacanas do país para customizar um *Chuck Taylor* inteirinho e deixá-lo com a cara que quiserem, seguindo a inspiração que acharem que tem mais a ver. O primeiro convidado foi o artista Trampo. Do convite surgiu o Converse Rupestre inspirado na arte primitiva (disponível em <http://www.vista.art.br/site/content/?cat=12>, acesso em 09 de junho de 2012).

Figura 32: Converse Rupestre de Trampo



Fonte: <http://campeonatosdeskate.blogspot.com.br/2011/08/classico-rupreste.html>
(acesso em 22/05/2012)

Vitrine Converse All Star – Rio de Janeiro

A multimarca *Elkhero*, em Ipanema, em parceria com a Converse *All Star* convidou Trampo para deixar sua marca pelas paredes e vitrine do espaço. O artista transpôs para a parede símbolos como o tradicional *All Star*, os *shapes*, pássaros e a arquitetura a que está acostumado (disponível em <http://www.jblog.com.br/heloisatolipan.php?itemid=13030> , acesso em 09 de junho de 2012).

Figura 33: Vitrine Converse *All Star* por Trampo



Fonte: http://www.muchatinta.com.br/mucha_tinta/tag/campanhas/
(acesso em 22/05/2012)

Converse *Hands On* no M/E/C/A/Festival

Em janeiro de 2011 aconteceu o M/E/C/A/Festival e a marca Converse marcou presença com um *stand* do Converse *Hands On*. Várias pessoas da cena cultural e artística do Brasil passaram por lá e customizaram seus tênis, inclusive o artista Trampo (disponível em <http://www.converseallstar.com.br/blog/tag/mecafestival/>, acesso em 09 de junho de 2012).

Figura 34: Converse M/E/C/A/Festival por Trampo



Fonte: <http://www.converseallstar.com.br/blog/tag/fernanda-zaffari/>
(acesso em 22/05/2012)

4.2.3 Trampo nas galerias, museus e exposições

O *graffiti*, aos poucos, em um processo de reconhecimento e legitimação, foi deixando de ser marginal e ganhando espaço em centros culturais antes distantes a este, como galerias e museus. Esse reconhecimento foi evidenciado pelo número de intervenções cada vez maior que passaram a ilustrar esses espaços elitizados. Trampo (2012) declara que está “vivendo essa coisa mais de galeria, hoje. Mais de museu”. Entre os eventos, exposições, galerias de que participou, temos:

TRANSFER – arte urbana e contemporânea, transferências e transformações.

É uma extensa e complexa mostra de arte urbana e contemporânea. Focada nos artistas com raízes ligadas a movimentos da contracultura como o punk, o hip hop, o *fanzine* e o *graffiti*. A mostra proporciona pontos de partida para se explorar e discutir esses universos criativos que estão conquistando cada vez mais espaço na sociedade e fundindo-se ao circuito de exposição, discussão e comercialização da arte contemporânea (disponível em <http://www.dignow.org/post/transfer-arte-urbana-e-contempor%C3%A2nea-219674-51317.html>, acesso em 09 de junho de 2012).

1ª Bienal Internacional *Graffiti Fine Art*, no MuBE

De setembro a outubro de 2010 aconteceu a I Bienal Internacional *Graffiti Fine Art*, no MuBE, em São Paulo. Além das exposições, a Bienal contou ainda com um ciclo de debates sobre as relações entre *graffiti* e artes plásticas, *graffiti* e urbanismo e também sobre a ligação da arte urbana do Brasil com a feita no exterior (disponível em <http://walternomura.blogspot.com.br/2010/10/i-bienal-internacional-graffiti-fine.html>, acesso em 09 de junho de 2012).

Figura 35: Trampo na 1ª Bienal Internacional *Graffiti Fine Art*



Fonte: http://naipeskate.blogspot.com.br/2010_09_01_archive.html
(acesso em 22/05/2012)

Exposição Mistura Sólida

Foi a exposição individual de Trampo que ocorreu na galeria de arte Fita Tape, em Porto Alegre. Para a exposição, o artista revisa sua produção de rua e atelier buscando a síntese de seu estilo. Pela primeira vez apresenta obras de arte com um material que tem tudo a ver com sua história pessoal: o asfalto. O artista usou para a Mistura Sólida manta asfáltica, material normalmente empregado em impermeabilizações, para fazer colagens em grandes formatos, trabalhando seus desenhos com relevos ou pela alternância entre o lado negro, de piche, e o lado metálico do material. Além dessas obras, o artista pintou um mural diretamente na parede da galeria (disponível em http://naipeskate.blogspot.com.br/2010_10_01_archive.html, acesso em 09 de junho de 2012).

Figura 36: Exposição individual de Trampo



Fonte: <http://www.flickr.com/photos/nozart/5067384725/>
(acesso em 22/05/2012)

Cenografia “Menos que nada”

“Menos que nada” é um longa metragem ficcional, realizado pela Prana Filmes, de Porto Alegre, com direção de Carlos Gerbase. Em janeiro de 2010, o projeto foi contemplado em concurso promovido pela Petrobrás para filmes que utilizam mídias digitais, o que garantiu os recursos necessários para a sua realização (disponível em <http://www.menosquenada.com.br/blog/sobre-o-filme/>, acesso dia 09 de junho de 2012).

Figura 37: Cenografia longa metragem “Menos que Nada”



Fonte:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1729986977779&set=a.1059309331257.10863.1481616253&type=3&theater>
(acesso em 22/05/2012)

Trampo é considerado hoje um dos precursores do *graffiti* no Brasil e um dos artistas mais ativos. Já pintou com os gêmeos, Binho, Tinho... Com artistas que antes eram seus ídolos e, com o passar dos anos, tornaram-se conhecidos e grandes amigos.

Hoje eu já tô com 40 anos, 39. Ai comecei a sonhar com tudo isso eu tinha 14. Com 17, ali comecei a tomar uma linha. Nunca imaginei que eu ia manter meu nome vinculado a grandes movimentos e fazer parte de uma cena mundial, e ir pintar lá fora, e ser reconhecido, e ser convidado. Então, tudo isso veio ao natural. É um fruto do que eu sempre sonhei. (TRAMPO, 2012)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nascido fora das galerias, longe do glamour de espaços elitizados, o *graffiti* fez dos esgotos, muros e becos a sua casa. Expôs para o grande público – rico ou pobre – todas as suas cores e personagens. Sem pedir permissão, tomou conta da cidade, e hoje, através de tantas formas diferentes de expressão, é um fenômeno artístico sem igual.

Hoje o *graffiti* está presente tanto nas ruas, como em galerias, museus e exposições, espaços antes distantes à arte de rua. Está também na recuperação de prédios, fachadas e lugares públicos antes deteriorados pelo tempo e pelo vandalismo.

A sociedade literalmente levou o *graffiti* para dentro de suas casas. Não apenas em telas, mas principalmente para suas paredes. Organizações não-governamentais e empresas incentivam e patrocinam projetos, fazendo desta prática de pintar muros, fachadas, paredes, postes, um exercício social e de cidadania.

O poder de comunicação e expressão do *graffiti* é inquestionável, visto os numerosos estudos científicos de diversas áreas dedicados a este tema. O caráter expressivo do *graffiti* é evidenciado pela grande quantidade de projetos sociais que fazem uso desta técnica como ferramenta pedagógica como se pode observar.

De manifestação popular contra o governo, o *graffiti* evoluiu como linguagem artística e nos últimos anos, tem conquistado cada vez mais espaço na mídia e como meio de comunicação, passando inclusive a ser explorado como meio publicitária.

Hoje os consumidores são mais exigentes, as sociedades mais complexas e as culturas, classes e perfis estão muito mais heterogêneos. Além disso, a velocidade e o fluxo de mudanças contemporâneas, a quebra de paradigmas na vida social e a saturação das mídias de massa, exigem a necessidade de usar elementos não convencionais para se aproximar de seus públicos. E um dos elementos usados é o *graffiti*.

A arte de rua revelou-se a linguagem visual internacional da cultura juvenil. O *graffiti* é considerado um ícone da contemporaneidade. Frente ao reconhecimento e

legitimação desta manifestação artística, a passagem dos artistas de *graffiti* da marginalidade à cena profissional foi, além de necessária, inevitável.

Considerado arte contemporânea, o *graffiti* atualmente é reconhecido, requisitado e, principalmente, valorizado. Seus autores não são mais vistos como à margem da sociedade, mas sim, como grandes agentes formadores de opinião. Aos poucos foram conquistando seu espaço e hoje, muitos desses artistas, são tidos como verdadeiras celebridades.

REFERÊNCIAS

BEDOIAN, Graziela; MENEZES, Kátia (orgs.). *Por trás dos muros: Horizontes Sociais do Graffiti*. São Paulo: Peirópolis, 2008.

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez, 1980.

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.

BORELLI, Silvia Helena Simões; OLIVEIRA, Rita de Cássia Alves. *Vida na metrópole: comunicação visual e intervenções juvenis em São Paulo*. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0580-1.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2011.

CANCLINI GARCIA, Nestor. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2003.

CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da comunicação visual*. São Paulo: Brasiliense, 1990.

CASTRO, Pablo Pamplona de. *Marketing de guerrilha: incorporação das mídias radicais no mercado*. 2008. Disponível em: <http://blogdeguerrilha.com.br/wiki/index.php5?title=Marketing_de_guerrilha:_Incorpora%C3%A7%C3%A3o_das_m%C3%ADdias_radicais_no_mercado>. Acesso em: 15 mar. 2012.

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

KESSLER, Lucenira Luciane. *Diálogo de traços: Etnografia dos praticantes de apropriações visuais do espaço urbano em Porto Alegre*. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/15323/000679595.pdf?sequence=1>> Acesso em: 27 set. 2011.

LARA, Arthur Hunold. *Grafite - Arte urbana em movimento*. Dissertação de Mestrado. ECA-USP/SP. São Paulo, 1996.

LAZZARIN, Luís Fernando. *Grafite e o Ensino da Arte*. Revista Educação & Realidade, Porto Alegre: Faculdade de Educação/UFRGS, v. 32, n. 1, Jan/Jun. 2007.

LUFT, Celso Pedro. *Minidicionário Luft*. 18° ed. São Paulo: Ática, 1999.

MACHADO, Maria Berenice da Costa; ROMANI, Angélica; BLOS João Felipe; PEREIRA, Taís Vieira. *AbAiXo a DiTaDuRa da MíDia!: Pichações e grafites e as tensões políticas da sociedade porto-alegrense em 2004*. In: Anuário Unesco / Umesp de Comunicação Regional, São Bernardo do Campo, SP: UMESP. n. 8, jan.-dez 2004.

MARQUETTO, Alessandra; GEHRKE, Mirian Engel. *O uso do stencil graffiti para comunicação publicitária em Porto Alegre*. Opinião: Revista do Centro de Ciências Econômicas, Jurídicas e Sociais, n. 22, jan./jun. 2009.

MELO, José Marques et all. *Folkcomunicação*. São Paulo: ECA USP, 1971.

MORIYAMA, Victor; LOPEZ, Felipe. *Estética Marginal*. Nova Escola. São Paulo, v. 01, 2009.

MUNIZ, Eloá. *Comunicação publicitária em tempos de globalização*. Canoas: ULBRA, 2005.

PALLAMIN, Vera M. *Arte Pública. São Paulo: Região Central (1945-1998): obras de caráter temporário e permanente*. São Paulo: Annablume, 2001.

PAULON, Simone Mainieri. *A análise de implicação com ferramenta na pesquisa-intervenção*. Psicologia & Sociedade, Porto Alegre, v. 17, n. 3, 2005.

RIBEIRO, Marcelo José Nowaski; RIGHETTO, Luiz Eduardo Cleto. *Grafite: expressão artística ou crime ambiental?*. Jus Navigandi, Teresina, n. 3031, 19 out. 2011. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/20231>>. Acesso em: 10 maio 2012.

RUSSI, Pedro. *As pichações: paredes que falam... As pichações como comunicações alternativas*. Cadernos de Comunicação, v. 10, São Leopoldo: PPG em Ciências da Comunicação, UNISINOS, 2002, p.137 - p.161.

SANT'ANNA, Armando. *Propaganda: teoria, técnica e prática*. São Paulo: Pioneira, 1996.

SIENA, David Pimentel Barbosa de. *A descriminalização do grafite (Lei nº 12.408/2011) e a tipicidade conglobante*. Jus Navigandi, Teresina, ano 16, n. 2889, 30 maio 2011 . Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/19221>>. Acesso em: 10 maio 2012.

SILVA, Rodrigo Lages e. *Escutando a Adolescência nas Grandes Cidades Através do Grafite*. Psicologia Ciência E Profissão, 2004, 24 (4), 2-11.

SILVEIRA, Fabrício. *UpGrade do macaco: grafite expandido*. São Leopoldo, 2008.

SOUZA, Danielle de Andrade. *O marketing como prática estratégica na comunicação publicitária*. 2002. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-danielle-marketingcomunicacao.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2012.

SOUZA, Luiz Alberto Gómez de. *Um país dinâmico, um pensamento claudicante*. São Paulo, v. 14, n. 40, 2000.

SOUZA; Taís Rios Salomão; MELLO, Lilian de Jesus Assumpção. *O folk virou cult: o grafite como veículo de comunicação*. Revista de Estudos da Comunicação / Pontifícia Universidade Católica do Paraná. v. 8, n. 17, set./dez. 2007.

STERWOLD, Tilman. *Pop art*. Köln: Taschen, 1999.

TARTAGLIA, L. R. S. *Geograf(it)ando: a territorialidade dos grafiteiros na cidade do Rio de Janeiro*. Dissertação de mestrado (PPGEO-UFF). Niterói: UFF, 2010.

TRAMPO, Luis Flávio Vitola. Entrevista concedida a autora Ana Carolina Fonseca de Barros, no dia 03 de abril, às 17h30min, na Casa de Cultura Mário Quintana, Porto Alegre, 2012.

WEBSTER. Maria Helena. *A metrópole e a arte*. São Paulo: Banco Sudameris, 1992.

ZUIN, Aparecida Luzia Alzira. *O grafite da Vila Madalena. Uma abordagem sociossemiótica*. Dissertação de Mestrado. PUC-SP, 2003.

_____. Zupi art magazine. SP, out 2010.

_____. Zupi art magazine. Pixel Show 10. SP, out 2010.

Sites consultados

<http://www.nonada.com.br/2011/02/cidades-pintadas>, acesso em 16 de maio de 2012.

<http://www.ceramicanorio.com/paineis/dicavalcantiteatcultartistica/dicavalcantiteatcultartistica.html>, acesso 16 de maio de 2012.

<http://redkenbrasil.com/b/tag/alex-vallauri>, acesso 16 de maio de 2012.

<http://www.arteforadomuseu.com.br>, acesso 16 de maio de 2012.

<http://www.almanaquedoadolescente.com.br/2009/04/01/pichacao-ou-grafite-tire-suas-duvidas-e-conheca-um-pouquinho-dessa-historia/>, acesso em 16 de maio de 2012.

<http://www.faap.br/hotsites/osgemeos/>, acesso em 16 de maio de 2012.

<http://blogdofavre.ig.com.br/tag/os-gemeos/>, acesso em 16 de maio de 2012.

<http://artdecoerola.wordpress.com/page/4/>, acesso em 16 de maio de 2012.

<http://blogdoelemento.blogspot.com.br/2010/03/estetica-urbana-protestos-contra-o.html>, acesso em 16 de maio de 2012.

http://projetandohorizontes.blogspot.com.br/2010_09_01_archive.html, acesso em 16 de maio de 2012.

<http://alexandreorion.com/meta/meta12.htm>, acesso em 16 de maio de 2012.

http://www.cocacolabrasil.com.br/release_detalhe.asp?release=236&Categoria=24, acesso em 18 de maio de 2012.

<http://misturaurbana.com/2010/08/sprite-latas-grafitadas/>, acesso em 18 de maio de 2012.

<http://www.typograff.com/index.php/2010/08/havaianas-graffiti-chivitz-finok-e-minhau/>, acesso em 18 de maio de 2012.

<http://www.dementia.pt/quando-o-graffiti-se-mistura-com-publicidade/>, acesso em 18 de maio de 2012.

<http://www.typograff.com/index.php/tag/minhau/>, acesso em 18 de maio de 2012.

<http://www.projetoquixote.org.br/agencia-quixote-spray-arte/galerias/>, acesso em 18 de maio de 2012.

<http://www.salvemascrianças.org/wp/?p=318>, acesso em 18 de maio de 2012.

<http://subsoloart.com/blog/tag/nina/>, acesso em 18 de maio de 2012.

<http://www.zonasuburbana.com.br/verpost.php?id=37>, acesso em 18 de maio de 2012.

http://projetandohorizontes.blogspot.com.br/2010_09_01_archive.html, acesso em 18 de maio de 2012.

<http://collecta.blogspot.com.br/2008/05/os-gemeos-e-nunca-na-tate-modern.html>, acesso em 18 de maio de 2012.

<http://www.lost.art.br>, acesso em 22 de maio de 2012.

<http://de.abduzeedo.com/node/62754>, acesso em 22 de maio de 2012.

<http://blogillustratus.blogspot.com.br/2010/07/um-tapume-que-derruba-muros.html>,
acesso em 22 de maio de 2012.

<http://picasaweb.google.com/lh/photo/aavLk2s2IXDSfDMBuXluHA>, acesso em 22 de maio de 2012.

<http://estudionomade.wordpress.com/>, acesso em 22 de maio de 2012.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1595457174618&set=a.1059309331257.10863.1481616253&type=3&theater>, acesso em 22 de maio de 2012.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1581527786392&set=a.1059309331257.10863.1481616253&type=3&theater>, acesso em 22 de maio de 2012.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2297064034351&set=a.2297060554264.137381.1481616253&type=3&theater>, acesso em 22 de maio de 2012.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1654098560616&set=a.1629482025218.92136.1481616253&type=3&theater>, acesso em 22 de maio 2012.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1155011563753&set=a.1059309331257.10863.1481616253&type=3&theater>, acesso em 22 de maio 2012.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1729986977779&set=a.1059309331257.10863.1481616253&type=3&theater>, acesso em 22 de maio 2012.

http://www.flickr.com/photos/move_art/5169090335/in/photostream, acesso em 22 de maio 2012.

<http://schizzibooks.com.br/site/?p=2301>, acesso em 22 de maio de 2012.

<http://www.grafttche.com/2012/01/muro-da-maua-fst.html>, acesso em 22 de maio 2012.

<http://campeonatosdeskate.blogspot.com.br/2011/08/classico-rupreste.html>, acesso em 22 de maio de 2012.

http://www.muhatinta.com.br/mucha_tinta/tag/campanhas/, acesso em 22 de maio 2012.

<http://www.move.art.br/work/rossi-mural/>, acesso em 22 de maio 2012.

<http://www.converseallstar.com.br/blog/tag/fernanda-zaffari/>, acesso em 22 de maio 2012.

http://naipeskate.blogspot.com.br/2010_09_01_archive.html, acesso em 22 de maio 2012.

<http://www.flickr.com/photos/nozart/5067384725/>, acesso em 22 de maio 2012.

[http://obviousmag.org/archives/2010/05/gustavo e otavio -](http://obviousmag.org/archives/2010/05/gustavo_e_otavio_-_os_gemeos_grafiteiros.html)

[_os gemeos grafiteiros.html](http://obviousmag.org/archives/2010/05/gustavo_e_otavio_-_os_gemeos_grafiteiros.html), acesso em 23 de maio de 2012.

<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista14/artigos%2014-1.htm>, acesso em 09 de junho de 2012.

<http://www.sinduscon->

[rs.com.br/site/principal/conteudo nivel 2.php?codConteudo=579](http://www.sinduscon-rs.com.br/site/principal/conteudo_nivel_2.php?codConteudo=579), acesso em 09 de junho de 2012.

http://tocae.blogspot.com.br/2007_05_01_archive.html, acesso em 09 de junho de 2012.

http://portal.mec.gov.br/index.php?Itemid=86&id=12372&option=com_content&view=article, acesso em 09 de junho de 2012.

<http://www.cultura.rs.gov.br/v2/2012/01/projeto-de-arte-dara-novo-visual-ao-muro-da-avenida-maua/>, acesso em 09 de junho de 2012.

http://www.trensurb.gov.br/paginas/galeria_projetos_detalhes.php?codigo_sitemap=113&PHPSESSID=kuwcczhnnfaff, acesso em 09 de junho de 2012.

<http://www.vista.art.br/site/content/?cat=12>, acesso em 09 de junho de 2012.

<http://www.jblog.com.br/heloisatolipan.php?itemid=13030>, acesso em 09 de junho de 2012.

<http://www.converseallstar.com.br/blog/tag/mecafestival/>, acesso em 09 de junho de 2012.

<http://www.dignow.org/post/transfer-arte-urbana-e-contempor%C3%A2nea-219674-51317.html>, acesso em 09 de junho de 2012.

<http://walternomura.blogspot.com.br/2010/10/i-bienal-internacional-graffiti-fine.html>, acesso em 09 de junho de 2012.

<http://www.menosquenada.com.br/blog/sobre-o-filme/>, acesso dia 09 de junho de 2012.

http://naipeskate.blogspot.com.br/2010_10_01_archive.html, acesso em 09 de junho de 2012.

APÊNDICE A: Entrevista com Luis Flávio Vitola - Trampo

Data: 03/04/2012

Horário: 17h30min

Local: Casa de Cultura Mário Quintana, Porto Alegre.

Ana: Nasceu em...

Trampo: 03/05/1972

Ana: Nasceu/cresceu em...

Trampo: Nasci e cresci em Porto Alegre mesmo.

Ana: Chegou a se formar?

Trampo: Não. Não tenho formação acadêmica. Sou um artista autodidata.

Ana: Profissão...

Trampo: Um eterno pesquisador. Olha... Eu trabalho como ilustrador, às vezes como cenógrafo, às vezes como artista plástico expondo, arte educador, então, multi artista. Também desenvolvo meus trabalhos com fotografia.

Ana: Há quanto tempo grafita?

Trampo: Somando tudo, desde as primeiras caligrafias de rua, as pichações, tudo; desde 86, por ai. Que era uma coisa mais ingênua, mais... Aquela coisa que todo jovem tem de querer marcar um território, de querer marcar uma identidade; eu também cresci nessa. Minha mãe é artesã, então de repente eu fui somando essa vivência que eu tive em casa com artesanato, com arte, e ai eu fui qualificando meu trabalho. Eu acho que o skate tem... Me ajudou bastante nisso.

Ana: Mora na Zona Sul, né?

Trampo: Agora sou da Zona Sul, antes era da Zona Norte.

Ana: A galera que tu andava também era do skate?

Trampo: Sinceramente, eu sai de lá pra vir trabalhar aqui no Bom Fim, na Santo Antônio em 85. E ai que eu conheci o pessoal na Osvaldo Aranha, e ai ia pros... Pro Marinha andar de skate, pra Praça da Matriz. Isso tudo ali meados de 85, 86. Fiz tudo isso até 87: andar de skate todos os dias e tal. E ai que a arte apareceu no meu caminho. Comecei a desenvolver mais esses trabalhos com arte.

Ana: Quais os principais projetos, trabalhos que tu participou com o graffiti?

Trampo: Particpei de um evento... Foi o lançamento de um livro chamado Graffiti & Pichação, em Florianópolis, se eu não me engano foi em 92, entre 92, 93. Fui a convite da Secretaria da Cultura, mas eu financiei mesmo as minhas passagens. Mas eles que me disseram que tinha esse evento. Acredito que depois desse evento, o pessoal da Secretaria da Cultura viu que eu tinha o interesse, que eu fui até lá fazer parte desse intercâmbio. Começaram a me convidar e me contratar pra

fazer alguns trabalhos como arte educador. Isso através da FESC, que tinha antigamente. Eu não sei agora, me perdi na sigla. Mas depois virou FASC, a FESC. Ano passado no MECA Festival – Festival de Música Eletrônica e Arte. O TRENURB pintamos em 2004 a primeira vez, depois pintamos em 2006, depois pintamos em 2011. Tenho no meu face algumas fotos. E de eventos assim legais que eu participei da cidade, que é bem significativo é o Muro da Mauá. O Muro da Mauá eu pintei todas as edições desde 92. São tantas emoções, é! Muitos projetos, eu... Tem o projeto Mais Educação. Depois que eu comecei a me envolver com exposições, começou a surgir muita coisa. Teve a TRANSFER no Santander Cultural. Foi uma exposição de arte urbana bem significativa que teve grandes nomes nacionais e internacionais envolvidos. O curador é um gaúcho – Lucas Pexão. E ele... com a força que teve, com a dimensão que teve essa exposição, ele acabou fazendo essa exposição em São Paulo também. E aí que se abre muitas portas. Fui convidado pra participar da Bienal de Graffiti em São Paulo. Participei da Bienal também de BH, de graffiti. A Bienal de BH foi em 2008 e a de São Paulo, lá no MuBE, foi em 2010. Pintou a oportunidade de eu viajar pra Alemanha no ano 2000, eu fui pra lá. Fiz uma ponte, fiz um contato bacana com um artista que é um muralista, chamado Klaus Klinger, que criou o projeto Mural Global. Fui pra lá, pintei. Eles vieram pra cá, pintaram também. Ficamos super amigos. No I Fórum Social Mundial, ele veio pra cá e a gente pintou um mural juntos, que é aquele mural que faz a curva do anfiteatro Pôr-do-Sol, que é um banquete ali. Tá meio apagadão agora. Já faz 10 anos. E depois disso, vários contatos. O próprio Klaus Klinger me convidou pra ir pra Alemanha de novo em 2004. E aí foi o efeito dominó. Um projeto foi encaixando no outro. Fui ganhando um currículo assim, então... Todas essas viagens de Bienais e de trabalho foram todas financiadas. E algumas com cachê, a maioria com cachê e com tudo certinho como um artista merece.

Ana: Tu acha que o graffiti, os artistas estão sendo valorizados?

Trampo: Bastante, bastante. No mundo inteiro tá tendo essa... Eu acredito que tem um interesse também da sociedade, num bom sentido. A publicidade no caso. De querer que... Já que a juventude tá olhando mais pro graffiti que pros nossos outdoor, vamos então bota o nome da nossa marca relacionada com esse artista, ou esses artistas que tão já fazendo essa mídia na rua alternativa. Então, tem esses dois lados aí, né. Tem algumas campanhas que são legais, tem outras campanhas que não são tão legais assim. Mas é uma forma que a gente tá tendo de ganhar um dinheiro. É fazendo algumas relações com algumas marcas. E por negócio mesmo.

Ana: Outro dia eu estava vendo no Fantástico, nas novelas, em qualquer lugar, o graffiti hoje em dia está muito presente.

Trampo: Em tudo! E há 10 anos atrás, ou 15 anos atrás era vandalismo. Duma certa forma, tem um perfil desse movimento que é tipo... Não porque seja intencional. “Eu vou ali e vou detonar a porta daquela loja.” Não. É uma coisa que tá um suporte ali, o cara sente a necessidade de deixar uma marca. Não é nada pessoal assim com o dono da loja, é uma atitude. Faz parte do movimento. Tem isso. Tem o que anda por dentro da lei e tem o que vai por fora da lei também. Tem esses dois lados. O movimento que eu faço e eu me envolvo prefere transitar nessa vertente do muralismo. Tem um diálogo mais forte com a sociedade. De transitar também dentro das galerias, de tentar fazer parte de colecionador de arte. Mesmo que muita gente não concorde com isso. Que acha que graffiti é na rua e pronto. Não tem porque vender, não tem porque... Eu sempre dou o exemplo do jazz. O jazz era um som das

minorias, o blues também era um som das minorias. E hoje é sinônimo de arte de elite. Quem vai num festival de jazz hoje tem que ter uma grana pra pagar. Ta saindo caro. Não digo que o graffiti vai tomar esse rumo, mas... Ta já, como tu falou, na vinheta do Fantástico, as grandes empresas de carros e de bebidas aderindo.

Ana: E os gêmeos?

Trampo: O que eu vejo nos gêmeos... os gêmeos fazem parte da história do graffiti nacional. Eles pintam desde os 14 anos de idade, desde meados de 85. Nesta época eu sonhava em fazer isso, eles já faziam lá em São Paulo. Eles são assim o início de tudo. Se hoje eles tão assim sendo mega super reconhecidos no mundo é porque eles merecem. Merecem mesmo, porque eles são muito batalhadores. Parte do movimento do graffiti não gosta muito da postura deles, porque eles fazem isso, fazem vinheta do Fantástico, fazem mil relações assim. Com a Nike e... Pintam por tudo e se envolvem com grana, né. Com grandes marcas, publicidade. Mas daí, eu vejo também a questão dos sonhos, né?! O cara imagina... O primeiro sonho deles era simplesmente ter tinta pra pintar. Depois, ter uma graninha a mais, comprar um carro. Hoje, com certeza, eles tão cuidando da família, cuidando de... Eles estão sabendo negociar bem o trabalho deles. Não tão se doando de graça. Tem um exemplo aqui em Porto Alegre, que uma vez foram pintar um restaurante, aí eu também fui pintar. Claro, uns amigos me convidaram e tal. E aí, o pessoal... eu já tenho uma certa fama de cobrar sempre pelos meus trabalhos. Já me acostumei a trabalhar assim; se tu acostuma a fazer as coisas de graça, as pessoas te ligam sempre “oh, vamos lá! Visibilidade pro teu trabalho.” Aquele papo de sempre. E eu fui lá pintar nesse restaurante, e todo mundo pintando lá e tal, e eu peguei e disse pra galera “bah meu, ta vendo essa tela que tem aqui no saguão, aqui na parte maior do restaurante? Essa dona do restaurante pagou uma banana por essa arte certo. Vocês podiam ter cobrado um cachêzinho pra cada um.” E daí, rapidamente, um dos meninos lá disse: “Ah, mas a gente não é vendido que nem tu.” Uma coisa assim. Ele quis dizer, quis me apontar, me chamar de vendido. E rapidamente eu disse: “Pôxa! Vocês não são vendidos, mas vocês se dão de graça.” Porque, ir pra dentro de um shopping, um mega restaurante, eles têm grana. Ele podia ter... E a dona não ia se negar de pagar o cachê. Então, às vezes a galera na rua acaba não sabendo negociar assim seu “passe”. Os Gêmeos souberam fazer assim muito bem. Hoje eles estão assim super bem. É quase que um cometa assim. Eles saem brilhando na frente e esse rabo é muita gente que vai junto com eles. E artistas que se relacionam com eles, e o Brasil, o movimento todo do Brasil, todo mundo vai junto assim com esse movimento.

Ana: O graffiti está na moda. Como tu vê essa galera toda que está começando com esta arte.

Trampo: Eu vejo hoje é que tem... O ato de intervir na rua, muita gente perdeu o medo. Muita gente se influencia muito pela internet. Hoje, a internet é um fenômeno muito louco. O pessoal cria aí qualquer coisa viral, e sai... Cria meia dúzia de pintura na rua, faz um belo de um vídeo arte, ou então, uma meia dúzia de foto aí, deu. Bota na web e acaba virando um mega de um artista, grafiteiro. Talvez a gente já têm uma vivência mais de rua mesmo, de sofrer abordagem da polícia, ter que dialogar com a sociedade, conversar, enfrentar tudo isso. E às vezes, pessoas que vêm da área da publicidade, que já não... vê um colorido bonito, vê uma forma de se auto-promover. Não que a gente não queira se auto-promover, porque... Faz parte do jogo também ser isso. É um negócio. É uma brincadeira, uma paródia da publicidade

quase. Só que não tem nada pra vender. É meio contraditório eu falar isso. Porque eu acabei de dizer que eu quero fazer parte de um colecionador de arte. Então, vai da postura de cada artista. Tem dentro do movimento do graffiti, tem artista que só quer pintar na rua e pronto, no fundo no fundo ele quer ser reconhecido. E tem artistas, como eu, na fase que eu to vivendo agora, sonho da casa própria... Que eu consegui comprar meu apartamento junto com a minha esposa e tal. Então eu tenho minhas ambições. Eu quero mesmo vender tela e aproveitar essa fama. Pra mim, passei a fase assim... Hoje eu já to com 40 anos, 39. Ai comecei a sonhar com tudo isso eu tinha 14. Com 17, ali comecei a tomar uma linha. Nunca imaginei que eu ia manter meu nome vinculado a grandes movimentos e fazer parte de uma cena mundial, e ir pintar lá fora, e ser reconhecido, e ser convidado. Então, tudo isso veio ao natural. É um fruto do que eu sempre sonhei.

Trampo: O que é legal também é aquela coisa de canalizar a energia. Às vezes, o moleque que ta começando agora, que é mais novo, ta ali, sem eira nem beira, daí ele tem uma referência errada do que é se expressar na rua. De repente ele vai num centro de graffiti e vê que todo mundo é super amigo. O Muro da Mauá, por exemplo, que não foi um evento de graffiti, foi um evento de mural do Fórum Social Mundial. Teve todo uma temática. Mas quem vê ali de fora, vê que tem uma união, que o pessoal brinca, que é uma coisa super divertida. Então de repente, isso ai influencia legal.

Ana: Como nasceu teu interesse pela arte...

Trampo: Acho que nasceu pel... O skate tem uma força nisso. O skate sempre teve uma relação muito forte com a arte. De ter os adesivos, de ter a arte embaixo do skate, que por sinal ela é efêmera, porque a manobra de skate faz com que aquela arte vá embora. Então veio essas duas... O graffiti tem isso também, é um desapego. Eu gasto uma tinta, gasto um tempo pra fazer, mas é um prazer ver aquilo. Daí fica uma semana, fica um dia, pode ficar até uma hora. Mas o olhar das pessoas capturando aquilo ali é muito valioso. As pessoas passando, às vezes gostando ou não, pra mim isso tudo é muito legal. Tem muito desapego, não tem aquele apego assim “nossa! Esse muro é meu.” Não é efêmero, é uma coisa que é pra sociedade. Como é um cartaz de show assim na rua.

Ana: O graffiti entrou na tua vida...

Trampo: Através desses movimentos, do skate, da cultura hip-hop...

Ana: Tu começou com pichação?

Trampo: Comecei com pichação. Comecei com a cultura hip-hop. Assim bem... Gostando mesmo da cultura americana lá de Nova York. E daí com tempo eu fui percebendo que “pára ai um pouquinho! Eu preciso ter uma identidade dentro desse movimento todo.” Aí eu comecei a trabalhar com esse estilo que eu desenvolvo hoje. Que na minha opinião deu certo, por que... as pessoas me convidam para participar fora, pros eventos, em função disso, eles notam que o meu trabalho tem um diferencial. Eu tive essa influência de Nova York de fazer as letras. Fazer a letra estilo balãozinho com brilhaço, como é bem clássico fazer. Fazer a assinatura, que é uma pichação, né. Mas eu evolui, como todos, né. Procuram evoluir ai dentro desse movimento. Hoje aqui a gente está com a exposição na Casa de Cultura, enfim...

Ana: Tua relação com o graffiti.

Trampo: Eu acho que o graffiti é o grito do muro. O muro tentando falar alguma coisa. Uma hora, uma coisa gráfica bem elaborada, ou às vezes, só uma coisa escrita. Entre a pichação e o graffiti não tem muita diferença, é a mesma coisa na verdade. O que muda é a essência de cada personalidade, de cada artista. Cada um tem um jeito de intervir na rua. Eu escolhi fazer um trabalho mais... Eu tô vivendo essa coisa mais de galeria hoje, mais de museu. Não deixo de pintar na rua, pinto nos lugares mais degradados, abandonados. Por hora tem autorização, por hora não. Quando tem autorização é porque eu peço ali, bato no vizinho. Mas se eu vejo que é um muro abandonado, e dá vontade de pintar, eu vou ali e pinto.

Ana: Não tem aquela história que para ser graffiti tem que ser marginal, se for legalizado, autorizado, deixou de ser graffiti?

Trampo: Sinceramente, pra ser bem informativo mesmo, não é. Ai já é um mural. Graffiti mesmo é ação sem pedir pra ninguém. E isso é bem coisa do Brasil, o Brasil tem mania de inventar essas... “o graffiti é do bem e a pichação é do mau”. Quem já não viu uma pichação no chão assim de alguém pedindo pro pai voltar, ou dizendo eu te amo. Que é uma coisa legal. Que não é assim uma agressão. Ou tem pichação política, pichação contra o aumento da passagem... E até mesmo esse ato que a gurizada tem de subir e descer essas coisas, faz mal, faz mal pra eles, faz mal pro dono do muro que vai ter que pagar, mas de repente serve também como uma denúncia. Porque tá faltando segurança. Se os caras fazem o que querem na cidade, é porque a cidade também permite isso.

Ana: O graffiti tem a preocupação de passar alguma mensagem?

Trampo: Eu acho que às vezes sim. Parte desse movimento se preocupa com a mensagem. A maioria, e parte desse movimento, faz pra se liberar mesmo, por fazer, pra tirar mais uma foto, pra... Se espalhar mesmo pela cidade. Às vezes é mais uma liberdade, liberar um desenho que ele criou ali num caderno e “ai oh! Vou passar isso pro muro.” Às vezes tem alguns grupos que tem essa preocupação e outros grupos não. Até na maioria dos eventos de graffiti, quando se bota um tema, trava totalmente assim o processo. Isso é uma coisa que o Rio Grande do Sul ainda tá amadurecendo pra essa forma de dialogar com a comuni... Com o povo através do graffiti. Ainda é pouco aqui. Aqui ainda o pessoal tá soltando o traço. Recém perdendo o medo. São Paulo que já tem quase 30 anos de história é muito legal assim a pegada mais política que tem o graffiti, e de conscientização. Aqui, sinceramente, ainda tá uma briga de ego muito forte. Cada um bota o seu nome. Entre as cidades, os grafiteiros, os pichadores tem uma... Existe esse clima de guerra, no bom sentido.

Ana: O que tu pode me dizer a respeito das motivações que levam a grafitar.

Trampo: Eu acho que é a liberdade. Pelo menos pra mim é isso. A liberdade. Um momento de extrapolar sem agredir ninguém. É uma... Não digo que seja uma agressão, mas é uma... O nome já diz, é uma intervenção. É um ato sem avisar pra ninguém. Nasce como se fosse uma flor ali. Às vezes é uma flor daninha, às vezes é uma flor linda e maravilhosa, mesmo assim alguém vai lá pisa encima. Nasce assim.

Ana: Porque tu escolheu o graffiti?

Trampo: O graffiti me escolheu na verdade. Eu fui me identificando com o movimento, fui gostando, gosto, tenho um interesse bem forte assim de pesquisar sobre graffiti, sobre a arte urbana. Hoje eu não pratico o graffiti assim na veia, de sair pra rua e pintar todos os dias na rua. Não. É bem de vez em quando. Até porque, eu to preocupado em outros valores mais profissionais assim. Mas eu pesquiso. To sempre envolvido. Hoje intervir na rua, no mundo, vai além da tinta. O pessoal cola cartaz, o pessoal trabalha com robótica, o pessoal trabalha com luz. É um negócio impressionante nos países assim de 1º mundo. O pessoal investe mesmo. Envolvendo vídeo arte. É bem bacana.

Ana: Sobre as tuas inspirações, técnicas...

Trampo: É... Tudo faz parte da pesquisa. Eu... Pra pintar com o spray na rua, eu escolhi um ícone. Eu faço sempre os pássaros. Se tornam super rápido pra fazer. Não abro nem meu caderninho mais, eu faço meio que de cabeça já. Pra fazer as exposições dentro das galerias, eu tenho trabalhado encima das minhas fotos. Eu trabalho é... Uma técnica de pintura. Como se fosse foto pintura, pinto encima das minhas fotos. Trabalho com caneta. Então, eu procuro ter essa diferença assim, do que eu pinto na rua e do que eu levo pra dentro das galerias. O que eu levo pra dentro das galerias não é necessariamente o que eu faço com spray. Então, eu tenho essa diferença de pesquisa assim. Eu gosto de pintar com o pincel também, lembrando os muralistas mexicanos. E gosto de pintar com spray também, como é a tradição de fazer o graffiti. Mas, a minha pesquisa mesmo abrange tudo. Já coleí cartaz, já fiz adesivo, adesivo em serigrafia... De colar na rua. E tudo isso faz parte desse movimento. Não só pintar. Às vezes colar um adesivo, colar um cartaz com alguma idéia. Vai intervindo. Às vezes a viagem é mudar um pouco o cenário urbano.

Ana: Fala um pouco do que te inspira, do que tu tenta passar.

Trampo: Os pássaros, então, têm sido uma fonte de inspiração porque eu acho que sugere liberdade. Pássaros tão sempre livres, por ora têm uns que tão presos. Mesmo presos, tão ali cantando. Então eu busquei um pouco essa viagem assim, é um ícone que eu gosto assim. E nos últimos anos, eu tenho trabalhado bastante com as minhas fotografias. Eu pego as minhas fotografias e desenho encima... Eu acho que o dia-a-dia e o convívio também, com os amigos. O trabalho coletivo é super importante também. Quando a gente trabalha em grupo, se encontra com outros amigos. Então um amigo vai influenciando o outro, vai tendo essa troca de técnica, de informação.

Ana: E o significado do graffiti na atual sociedade e na construção da cultura popular.

Trampo: Eu acho que é uma forma assim de... Até uma forma de educação nas escolas, por exemplo, de despertar pra isso. Por que... Tudo bem, a gente tinha como salvação o graffiti antes. Hoje, eu trabalho ainda com arte educação, trabalho num programa chamado Mais Educação (tem na maioria das escolas do Brasil). E... O foco antes do graffiti era super... Era um atrativo. Hoje já não é tanto. Sinceramente, a pichação chama muito mais atenção, porque é mais fácil de fazer, mais rápido, e busca a popularidade com mais rapidez. E é incrível. Os grupos adoram pichação. E aí, na maioria das aulas que eu dou, pra ter um trabalho bacana, às vezes eles têm que treinar a caligrafia deles mesmo de pichação. As professoras ficam super intrigadas e até têm observado bastante essa minha

didática assim. E através dessa caligrafia deles, chegaram numa... de repente num trabalho mais evoluído. Mas a paixão pelo desenho, pelo graffiti, aquela coisa mais elaborada, ainda tem. Já é bem menos. Então isso acaba canalizando uma energia. Como eu falei antes, o jovem não tem o que fazer, daí quando vê, começa a desenhar num caderninho, vai vendo que... Os encontros, é importante quando tem esses encontros que reúnem muitos grafiteiros. A gente teve um a semana passada, sempre ta rolando ai alguns encontros. Ora oficiais, e muitas vezes, organização pela internet. Não só a arte vai dando exemplo, influenciando; mas o convívio, o trabalho em grupo. O pessoal vai vendo que tem uma união. Tem as suas brigas internas. O convívio é muito bacana, o pessoal brinca.

Trampo: O Tinho é um cara sensacional. Tem uma relação muito forte com pichação, com arte, com arte pichação também. Tem uma clareza assim. Ele mora em São Paulo, né? São Paulo tem uma outra visão. Eu fiz um trabalho em 2008 na USP, no Espaço das Artes, e foi curioso assim. Quando eu cheguei lá, uma das curadoras veio falar comigo e disse “Bah! Eu adoro muito essas tipografias urbanas.” E eu pensei comigo “bah! Era pichação antes, ne! Agora é tipografia urbana!”

Trampo: Não sei se tu sabe, mas o ECARTA ta aqui, a Fundação ECARTA, fica na João Pessoa. Eles fizeram a fachada inteira só com picho. No meio do movimento eles chamam de agenda, quando tem assim uma parede que é um monte de nome de todo mundo, é uma agenda. Eles fizeram uma agenda ali, fake, que é um artista que pegou algumas palavras e jogou ali. Então ta causando o maior transtorno, tanto no meio dos pichadores, como no meio dos artistas. Fica todo mundo... Uns achando que é feio, uns achando que é bonito. Ta no meu face ali uma foto. É interessante assim, tem trinta e poucos comentários. Ai uns comentam assim: “É feio agora, é só todo mundo achar bonito, que todo mundo vai achar bonito, como é em São Paulo.” Em São Paulo, a picha... O picho conseguiu dividir a opinião da sociedade; tem gente que não gosta, é claro, e tem gente que gosta, que tolera. Sente que... Que não tem o que fazer, né?! Ainda mais São Paulo que é uma cidade tão grande.

Trampo: É uma coisa que não tem volta. Vai ser cada vez mais intenso esse movimento. Às vezes nem é uma mensagem tão panfletária assim, mas a própria ação do cara, ou adolescente que fez já é a grande mensagem né. Ta se movimentando, ta fazendo alguma coisa.

Trampo: Às vezes tem muita coisa que detona a cidade também. A publicidade é uma coisa que detona horrores. Ta cada vez mais, os produtos são cada vez mais cheios de embalagens, nunca pára as embalagens, nunca tem um sistema de voltar essas embalagens. A própria garrafa que, o casco trocava, não... Hoje, isso ai pra nossa... Pro mundo não faz nada bem. Esse monte de embalagem ai, a própria bituca de cigarro, que vendem aos montes. Panfleto, em época eleitoral mais ainda.

Trampo: O pessoal já se acostumou. É graffiti e ponto. O pessoal pegou o hábito de chamar de grafiteagem, mas não é, é graffiti. É fazer graffiti. Graffiti com “i” mesmo, dois “f” e “ti”. O correto né. Porque às vezes o Brasil tem o hábito também de aporuguesar. ...Graffiti é um termo de arqueólogo. É italiano essa palavra. Um monumento pintado com um risco é graffito, e quando tem um conjunto de riscos, ai é no plural, é graffiti. Ai aonde isso virou sinônimo de arte, de trabalho mais

elaborado, eu já não sei. Acho que tudo nasceu mais ou menos ali nos Estados Unidos, eles que deram essa... Graffiti é sinônimo de riscar na rua, ponto. Essa é a idéia. Seja com caneta, seja com spray... Eu acho que a pichação nasceu... É herança do tempo da ditadura, né. Na época lá, eles tentavam reivindicar as coisas... De protesto, tinha mais um caráter político.

Trampo: Eu vejo assim sabe. Bah, Nova York ali, começou com essa evolução da caligrafia, da pichação. E aí pintou no mêtro, com uma letra mais encorpada. E aí, esse movimento foi lá pra Los Angeles, que já é do lado ali do México, então já tem os mexicanos que já trazem a herança do muralismo, que é outro movimento artístico, que é super significativo. E aí dá pra ver direitinho essa mescla assim, quando pinta uma pororoca ali entre o graffiti, o muralismo. E aí começa essa brincadeira, de citações, aí entra a história em quadrinho, entra a pop art, entra as galerias; aí começou essa mistura toda assim. As referências vêm de todos os lados. Antes o graffiti tinha como influência só o graffiti de rua mesmo. Ainda tem essas características bem marcantes na forma que o cara assina a obra. Algumas características assim... Mas se tu for pesquisar, na maioria das vezes, na internet, as obras tem referências de tudo. De impressionismo, de dadaísmo, de pop art, todos esses movimentos artísticos que tem aí, a galera acaba citando ali nas suas obras, às vezes inconscientemente, às vezes bem pensado mesmo.

Ana: E sobre a escolha do local para grafitar, tem algum propósito?

Trampo: Eh... Vai do sentimento da pessoa. Do quê que a pessoa tá querendo. De repente ele quer dialogar com aquela avenida ali, com alguma coisa que ele viu que... “Vou pular ali dentro daquela grade, vou colocar algo ali dentro pro pessoal começar a olhar ali pra dentro.” Tem isso também. Um lugar que tá ali degradado, sem vida, sem nada, tu vai ali, pula ali, coloca alguma coisa. Eu escolho os lugares que eu pinto muito em função do lugar tá abandonado mesmo. Quando eu vejo que tá abandonado, que não tem problema nenhum. Nunca tive problema com a polícia. Já tive milhões de abordagens pintando na rua, mas sempre tive o diálogo, olho no olho, diálogo, conversar, e se tiver que apagar, apaga. É por que... Se tá na chuva tá pra se molhar. Em função dessa lei aí que tem da anti pichação, muito artista que vai pra rua, inicia um trabalho e já cai em cana, vai preso. Muita gente se deu mal aí. Gurizadinha nova aí.

Ana: Pela Cidade Baixa a gente vê muito graffiti, porque tu acha que se deve isso?

Trampo: É... Eu acho que ali o pessoal é mais receptivo. Porque ali tem também o Grupo Urbanóide, que é um grupo super importante, que conseguiu adotar o bairro. E é como qualquer... Eu relaciono a Cidade Baixa como a Vila Madalena lá em São Paulo. Também tem esse foco cultural e pintado... O pessoal adotou essa identidade, digamos assim, é mais fácil chegar ali e conversar com os vizinhos, eles já cedem o espaço. Criou já essa cultura. E é isso que, na maioria das vezes a gente tenta fazer aqui em Porto Alegre. Tornar essa adição mais consciente assim, não mais consciente assim... Mais natural. De sair pra pintar na rua, ter essa... Mas é aquilo que eu te falei, vai do perfil de cada artista, porque tem artista que é desobediente e pronto, e às vezes ele nem quer ser chamado de artista. Eles querem levar à risca o movimento como surgiu lá fora. Eu acho que a gente vive no Brasil, a gente vive em outra situação. Pra nós é super importante assim em propagar o que é do bem. Esse movimento ilegal do graffiti americano, lá também já nem existe tanto. Hoje a gente vive em outra época. Essa coisa mais bandida do

graffiti, às vezes tem a ver até com torcida organizada de futebol lá da Inglaterra, Rulligans, os cara são violento mesmo. Os vídeos de graffiti que aparece os cara invadindo o trem pra pintar. É super na base da violência. Então, tem isso também, né. Essa galera que adotou essa postura mais do mal. Aqui em Porto Alegre também tem, como tem em São Paulo. Tem os bonzinhos e os mauzinhos, né.

Ana: Fala um pouco dos benefícios que o graffiti te trouxe.

Trampo: Ah, muita coisa. O principal é que quando eu iniciei tudo isso, eu era um menino sonhador, que tinha alguns ideais, que tinha alguns ídolos, e aí não demorou muito, eu já tinha outros sonhos, outras coisas. E nesse momento em que eu tava tendo outros sonhos, eu já tava sendo amigo desses meus ídolos, e daí eu tava tendo outros ídolos, e aí... Passando o tempo, hoje em 2012, eu consegui participar da Bienal lá em São Paulo, por exemplo, e conheci a metade desses caras do mundo inteiro, da África, da Europa, dos Estados Unidos. Então, da minha cabeça assim, isso é muito gratificante assim. Porque eu consegui fazer parte de um movimento que era um sonho pra mim, era só uma coisa distante, que eu olhava na internet, olhava vídeo. E hoje não. Hoje eu faço parte dessa rede, eu sou amigo dessas pessoas, mantenho um contato. A internet ajudou muito nisso. Então, o principal foi isso, fazer parte dessa rede aí, nacional e internacional. Pra mim isso é muito valioso. E isso veio ao natural né, isso é que é o mais legal. Que não foi meu foco principal assim “oh, eu quero ser o Trampo, famosão”. Meu foco foi pintar só, me divertir. E aí veio toda a... Fama, esse reconhecimento todo veio. Não é que... Eu sou a típica lenda urbana, a galera cria um monte de mitos e coisas encima de mim, em função da fama. Porque quando tu aparece numa telinha de TV, o pessoal já automaticamente imagina que tu tá cheio de dinheiro. “Nossa! Ele tá participando de eventos! Deve tá cheio de dinheiro, deve tá rico! Nem deve tá mais falando com a gente!” Sabe?! O pessoal vai criando coisas, vai... É a força da fama, né. É uma coisa um pouco que... Não gosto muito disso, sinceramente. Mas é inevitável. Daí, às vezes eu quebro isso com um contato. Contato físico, conversando com as pessoas. Isso acontece diariamente quando eu conheço as pessoas nas escolas, e as pessoas ficam “Nossa! Como tu é simples! Todo mundo...”. Tu não tem porque ser... se desta... ser diferente. Sei lá. Porque às vezes o ego do artista é uma coisa muito forte, né. E nisso a maioria dos grafiteiros trabalha bem assim, não tem essa... guerra. Essa... Isso.

**APÊNDICE B - CESSÃO DE DIREITOS SOBRE DEPOIMENTO ORAL E IMAGEM
PARA A PESQUISA “GRAFFITI: DA MARGEM À CENA PROFISSIONAL.
ESTUDO DO ARTISTA URBANO TRAMPO.”**

1. Pelo presente documento, Luis Flávio Vitola, brasileiro, casado, artista urbano, carteira de identidade nº [REDACTED], CPF nº [REDACTED], residente e domiciliado em Porto Alegre/RS, cede e transfere neste ato, gratuitamente, em caráter universal e definitivo para fins de citação e referência na monografia a totalidade dos seus direitos patrimoniais de autor sobre o depoimento oral e imagem prestado no dia 03/04/2012, na cidade de Porto Alegre/ RS, perante a pesquisadora Ana Carolina Fonseca de Barros.
2. Na forma preconizada pela legislação nacional e pelas convenções internacionais de que o Brasil é signatário, o DEPOENTE, proprietário originário do depoimento e da imagem de que trata este termo, terá, indefinidamente, o direito ao exercício pleno de seus direitos morais sobre o referido depoimento e imagem, de sorte que sempre terá seu nome citado por ocasião de qualquer utilização.
3. Fica, pois, Ana Carolina Fonseca de Barros plenamente autorizada a utilizar o referido depoimento e imagem, no todo ou em parte, editado ou integral, inclusive cedendo seus direitos a terceiros, no Brasil e/ou no exterior.

Sendo esta a forma legítima e eficaz que representa legalmente os nossos interesses, assinam o presente documento em 02 (duas) vias de igual teor e para um só efeito.

Porto Alegre, 03 de abril de 2012.

.....
Luis Flávio Vitola

.....
Ana Carolina Fonseca de Barros