



V!RUS10

>DIY//
DO IT
YOUR
SELF!+

revista do nomads.usp | nomads.usp journal
issn 2175-974x | CC BY-NC
vnomads@sc.usp.br

Poesia Visual para espaços públicos, espaço urbano sujeito-objeto Análises de dois trabalhos da arte de rua que se utilizam de signos verbais. Cadós Sanchez Bandeira

Como citar esse texto: BANDEIRA, C. S. Poesia visual para espaços públicos: espaço urbano sujeito-objeto. **V!RUS**, São Carlos, n. 10, 2015. [online] Disponível em: <<http://www.nomads.usp.br/virus/virus10/?sec=5#sect50>>. Acesso em: dd mm. aaaa.

Cadós Sanchez Bandeira é graduado em Artes Visuais. Maestro de Artes na Escola Estadual Rui Bloem, em São Paulo. Estuda graffiti, poesia visual em espaços urbanos, luteria experimental e plásticas sonoras com objetos reutilizados.

Palavras-chaves: V!10, Do It Yourself, espaço público, arte urbana, São Paulo.

"...a paisagem melódica não é mais uma melodia associada a uma paisagem, é a própria melodia que faz a paisagem sonora, tomando em contraponto todas as relações com uma paisagem virtual. E por aí que saímos do estágio da placa: pois se cada qualidade expressiva, se cada matéria de expressão considerada em si mesma é uma placa ou um cartaz, nem por isso esta consideração deixa de ser abstrata. As qualidades expressivas entram em relações variáveis ou constantes umas com as outras (é o que fazem as matérias de expressão), para constituir não mais placas que marcam um território, mas motivos e contrapontos que exprimem a relação do território com impulsos interiores ou circunstâncias exteriores, mesmo que estes não estejam dados. Não mais assinaturas, mas um estilo."

G. Deleuze MP4

Introdução

Os trabalhos presentes na análise foram escolhidos pelos seguintes critérios: Utilização de signos verbais; Fotos de autoria do autor das presentes análises, tiradas no local onde foi feito o trabalho para uma análise mais apurada levando em conta todo o contexto do entorno; e uma relação de diálogo entre o trabalho e o local de sua exposição que possibilitasse uma análise do espaço urbano como sujeito-objeto dessa inserção poética na realidade da cidade.

V!RUS 10

>DIY//DO IT YOURSELF!+

revista do nomads.usp | nomads.usp journal
issn 2175-974x | CC BY-NC
www.nomads.usp.br/virus | vnomads@sc.usp.br

Análises

Análise 1



Fig. 1: Relax Acompanhantes. Foto: Cadós Sanches Bandeira.

A obra da foto acima foi feita em um ponto de ônibus na Rua Augusta que fica próximo ao centro da cidade de São Paulo. A técnica desse trabalho é chamada de lambe-lambe e consiste, geralmente, em impressões de variadas formas em papel sulfite, de tamanho também variado, e coladas nos espaços públicos com uma cola feita com farinha, vinagre e água. Em suma, uma técnica expressiva bastante econômica. Essa técnica é muito utilizada em propaganda de shows e de casas noturnas.

Nesse lambe-lambe vemos a impressão de uma página de jornal destinada a classificados e que é chamada de "Relax Acompanhantes". Os classificados contidos nessa página são diversos anúncios com nomes de garotas que oferecem seus serviços, que despertam e prometem a realização de diversos desejos e fantasias sexuais de seus prováveis clientes. Vale registrar que a recepção desses classificados pela sociedade, e mesmo pelos homens que é a quem eles se destinam, não é tão agradável, pois provoca a libido e isso pode soar ou despertar velhos tabus. Muitos dos que vêem esses classificados, principalmente as mulheres, classificam essas anunciantes anônimas de prostitutas, e mesmo os que aceitam esse tipo de anúncio os aceitam de modo velado e contido.

A princípio, nos parece apenas mais uns desses anúncios já corriqueiros nas ruas de São Paulo, considerados por muitos como banais e vulgares, mas, no meio desses anúncios, encontramos algumas propagandas amplamente conhecidas pela população e que tornam-se inusitadas no contexto dessa colagem.

Logo abaixo do título "Relax Acompanhantes", encontramos um logotipo e, ao lado, o nome "Companhia Vale do Rio Doce" de uma das maiores empresas do Brasil. Nesse contexto, podemos entender também como uma acompanhante, e seu nome, "Vale do Rio Doce", pode nos remeter, metaforicamente, a zonas erógenas do corpo humano que ganha dimensões geográficas.

Acima, temos a foto de uma mulher nua que cobre seus seios e vagina com as mãos e ao lado seu nome e um número. Acompanhando essa foto, encontramos as palavras indicativas "para vereadora" seguidas de um *slogan* imperativo "Vote na boa", indicando que essa mulher é candidata a algum cargo político eletivo. Dentro dessas referencialidades de anúncios com apelos eróticos, essa propaganda política ganha uma leitura irônica ao relacionar prostituição e política.

Abaixo, temos o anúncio de uma famosa cafeteria chamada "Frans Café", mas no lugar de "café" lemos "Cafetão", que é um termo geralmente atribuído aos homens que agenciam garotas de programa e esse atributo profissional é atribuído a um provável homem chamado Frans. O *slogan* que acompanha esse anúncio é "estilo e arte de servir", que também nos remete ao trabalho tanto de um café como de um cafetão.

Ao lado, temos a propaganda do McDonald's, lanchonete de origem norte-americana, com o *slogan* "amo muito tudo isso" e que, em meio a todos esses anúncios fetichistas, parece-nos se referir a esse caos de mensagens como uma declaração amorosa. Em seu logotipo, a letra "M" tem suas pontas arredondadas e associadas a nádegas ou a seios. Encontramos, entre essas pontas, um símbolo fálico.

Finalizando as interferências das propagandas conhecidas e bastante populares encontradas nessa página, temos a propaganda do Banco Bradesco na qual há um trocadilho envolvendo o nome de um serviço oferecido pelo banco, chamado "Prime", que, nesse anúncio, está trocado pela palavra "Primas", palavra também usada para se referir a garotas de programa, insinuando talvez um novo serviço oferecido pelo banco.

Em um outro lado do ponto de ônibus que exhibe as páginas do jornal tanto para a rua como para a calçada, encontramos quatro interferências. A primeira, ao lado do cabeçalho do jornal, é a expressão "Antiprojeto Zerohum – Cafetão de Políticos e empresas". Este é o provável nome do artista ou grupo que desenvolveu o lambe-lambe, seguido de um *slogan* que mostra a intenção do realizador do trabalho em satirizar as grandes empresas e políticos do Brasil e do mundo, comparando-os a cafetões, prostitutas e, mais do que isso, relacionado-os da maneira como se faz em anúncios de desejos eróticos e sexuais, tão comuns no mercado de consumo. Colocando lado a lado os dois tipos de exploração comercial dos desejos, o autor nos faz pensar no que de fato é banal e vulgar na nossa sociedade e em como o consumo é explorado de forma apelativa pelas grandes empresas.

Na página que está voltada para a calçada, temos a propaganda da marca de jóias "Vivara", escrita de forma que, quando lida, pode sugerir ao leitor a visão de uma vara (Vi vara), expressão que nos remete a um objeto fálico, pois trata-se de um epíteto do órgão sexual masculino.

Abaixo, em uma faixa grande, ocupando quase todo o centro da página, vê-se um anúncio político como o anterior, da mesma candidata a vereadora, mas agora vinculando a garota quase nua a um candidato ao Senado, notoriamente tido como conservador, portanto avesso a esse tipo de apelo.

Por fim, um anúncio da Petrobrás, que abaixo do seu nome tem escrito "Pietro Brás – c/ força" e mais abaixo o *slogan*: "O desafio é a nossa energia", indicando nessas frases indícios de referência à energia despendida no ato sexual.

V!RUS 10

>DIY//DO IT YOURSELF!+

revista do nomads.usp | nomads.usp journal
issn 2175-974x | CC BY-NC
www.nomads.usp.br/virus| vnomads@sc.usp.br

Esse lambe-lambe revela um choque e uma subversão entre anúncios publicitários. Anúncios legalmente e socialmente aceitos e até apreciados (McDonald's, Vivara, Banco Bradesco, candidatos políticos, Frans Café) surgem, nesse lambe-lambe, como vendedores ou incentivadores de práticas legalmente e socialmente reprováveis. Por outro lado, anúncios de mulheres anônimas, por serem tão intensos, acabam por se tornar naturais e aceitáveis. São as anônimas que fazem o bem e os consagrados que fazem o mal, e isso revela uma grande ironia com os valores instituídos em nossa sociedade.

A localização desses lambe-lambes também é muito sugestiva e nos sugere a ironia como conclusão final. Atualmente, a vida noturna da rua Augusta é muito famosa pelas casas de *striptease*, saunas e boates e, também, pelas suas calçadas onde transitam muitas garotas de programa, travestis e vários outros profissionais do sexo. Ao mesmo tempo, é uma rua que abriga grandes lojas e um diversificado tipo de comércio, além de cruzar com diversas ruas muito famosas por seu comércio de alto nível financeiro, como a avenida Paulista e a rua Oscar Freire, no bairro "nobre" dos Jardins. Com isso, o artista re-figura o conflito sociocultural do próprio local entre o comércio institucionalizado e sacralizado pela "nobreza" e aquele profanado e proletarizado pelas profissionais do sexo. Tudo isso nos revela esse conflito sociocultural por uma ótica que subverte os signos que já habitam o imaginário do espaço público local.

Análise 2



Fig. 2: Vendo B la B la B la. Foto: Cadós Sanches Bandeira.

Temos aqui novamente a técnica do lambe-lambe, dessa vez apresentada em vários semáforos entre as duas vias da avenida Paulista. O lambe-lambe dessa foto estava localizado nas proximidades do prédio da TV Gazeta e do cruzamento da avenida Brigadeiro Luís Antônio.

Em primeiro plano, ao lado direito do leitor, o lambe-lambe se destaca por ter fundo branco, colado em um poste largo e preto usado como suporte para o semáforo e outras sinalizações de trânsito da avenida. Na obra, temos letras que parecem ter sido escritas em um computador pessoal, sem nenhum requinte visual

ou técnico. As maiores letras estão em caixa-alta, o que destaca ainda mais seus dizeres: "VENDO B LA B LA B LA...".

A palavra "vendo" nos chama atenção para uma possível mensagem comercial. Já sua continuação "b la", tem as letras "B" distribuídas na página formando uma diagonal em quatro linhas, trazendo as letras para o canto esquerdo do papel e dando espaço para a palavra "B LA" repetir-se no lambe-lambe. A princípio, nos parece que foi colocado um espaço equivocado (erro que na digitação é chamado de gralha) entre a letra "B" e a sílaba "LA", o que formaria a frase "VENDO BLA BLA BLA...", indicando a venda de "bla bla bla", o que popularmente significa "conversa fiada" ou uma conversa da qual o receptor da mensagem não está interessado em participar.

Outra significação pode ser entendida se observarmos a palavra que está indicada por um contorno feito a mão em diagonal. A partir do primeiro "B", temos "BAL ", o que pode ser uma sugestão da segunda letra que falta na palavra "B LA", formando através dessa possível charada a frase "VENDO BALA". Esse signo nos remete a uma plurissignificação pois abre-se para a leitura de bala (guloseima) e de bala (projétil).

A última frase do lambe-lambe é "No farol, eu sou... o homem à prova de vidros". O trecho dos dizeres "No farol, eu sou..." utiliza fontes menores tanto em caixa-baixa como em caixa-alta. "O homem" está com letras menores que as anteriores, indicando talvez uma possível desvalorização do homem nessa situação, e "à prova de vidros" em caixa-alta tendo maior destaque que as outras palavras.

Percebemos, então, que essa última frase tem uma relação com os dois entendimentos do enigma apresentado inicialmente. Ela constrói um trocadilho com a frase "vidro à prova de balas" e re-significa a relação entre os motoristas e os vendedores de balas do farol. Esses vendedores são muito comuns na avenida Paulista, e alguns deles estavam presentes quando foi tirada a foto em análise.

A relação entre os motoristas, comumente amedrontados em seus veículos, com esses vendedores, vindos das periferias pobres de São Paulo, não é das mais amigáveis. Muitas vezes, são recebidos com as janelas fechadas em suas caras ou com indiferença frente à oferta dos doces. O autor parece, então, procurar subverter a ameaça causada pelas pessoas que vendem nos semáforos aos ocupantes dos carros, afirmando que esse vendedor é "à prova de vidros".

Conclusão

Os dois trabalhos analisados estão localizados em espaços urbanos públicos. Percebemos a preocupação do uso do código verbal com o diálogo visual desenvolvido nesse espaço, relação tanto física como social e cultural, que engloba uma variação de elementos da obra. Ela porta poéticas sugeridas pelo próprio ambiente e, através de intervenções questionadoras, subverte as relações entre público e privado, institucional e não-institucional, bem e mal da sociedade de consumo com que os trabalhos dialogam.

V!RUS 10

>DIY//DO IT YOURSELF!+

revista do nomads.usp | nomads.usp journal
issn 2175-974x | CC BY-NC
www.nomads.usp.br/virus| vnomads@sc.usp.br



Fig. 3: Entrada proibida. Foto: Cadós Sanches Bandeira.