

Stickers: inserção e visibilidade no espaço urbano

Diogo Andrade Bornhausen*

Resumo: Este trabalho visa destacar a formação dos “*stickers*” no espaço urbano, como adesivos que propõem novas visualidades, significações e diálogos a estes locais, e que enfrentam na dinamicidade de sua propagação características particulares perante as outras intervenções visuais. Sua reprodução, bem como a visibilidade alcançada, os coloca em um duplo jogo de exposição, seja potencializando as capacidades comunicativas do espaço urbano através de sua estetização, ou por uma decorrente crise de visibilidade derivada da superexposição de imagens que satura o olhar do receptor, ressoando características próprias do desgaste visual que torna a leitura, acerca da espacialidade, homogênea e ilegível.

Palavras-chave: *Sticker*. Espaço urbano. Comunicação. Visibilidade.

Abstract: *Stickers: insertion and visibility in the urban space*. This paper aims to highlight the formation of the “*stickers*” in urban areas, such as stickers providing new looks, meanings and dialogues to those sites, and facing the dynamics of its propagation particular characteristics in the face of other visual interventions. Its reproduction as well the achieved visibility puts them in a double game of exhibition, leveraging the communication skills of urban space through its aesthetical, or caused by a crisis of visibility derived from overexposure of images that saturate the look of the receiver, resonating its own characteristics of the wear eye that makes reading about the spatial, homogeneous and unreadable.

Key-words: *Sticker*. Urban space. Communication. Visibility.

O ambiente urbano, por apresentar um complexo conjunto de relações – históricas, políticas, econômicas, culturais e estéticas – mostra-se pleno de articulações, segregações e rupturas, e constantemente é alvo de diversas abordagens que, ao percorrerem estes locais, buscam evidenciar as relações causais das transformações do espaço social, bem como as significações contidas na própria dinâmica espacial. Nelas é consonante a visão de que mais do que um suporte passivo da atividade humana, o espaço urbano mostra-se um meio comunicacional eficaz, pois, se mantém como um local rico em produção e consumo de códigos. Esta dinâmica é abastecida continuamente por diversas formas de manifestações e

apropriações que, ao recorrerem ao caráter público destes espaços, procuram denotar sua histórica formação democrática, baseada na abertura a diversas formas de ocupação. Dessa forma, é próprio do espaço urbano ser um cenário onde linguagens, muitas vezes díspares, que dialogam, formando um mosaico de informações e apelos que singularizam cada localidade.

Dentre as expressões que ali se estabelecem, muitas delas remetem ao milenar costume humano de externalizar suas características identitárias, ou seja, suas marcas, assinaturas e personalizações, onde enfocam a declaração de que determinado grupo ou indivíduo esteve naquele local e dele se utilizou. Na atualidade, não sendo diferente, é comum encontrar nas cidades essas intervenções que revelam organizações coletivas que se apossam do espaço urbano para mostrar suas existências, para manifestar suas opiniões e para se interpor na visualidade das metrópoles. Estas se distinguem, principalmente, entre o graffiti, o lambe-lambe, o pixo, o stêncil e o *sticker*, onde cada qual possui materiais, métodos e funcionalidades que lhe são próprias e que de distintas formas usam o espaço urbano como suporte de suas mensagens. Igualmente, são também historicamente dialogantes, pois seja com ênfase na exploração estética ou nos aspectos subversivos, seus produtores procuram resignificar o espaço urbano e suas funcionalidades que são, majoritariamente, estabelecidas em relação à determinismos técnicos e econômicos (HARVEY, 1992).

O *sticker*, a mais recente entre as linguagens citadas, carrega consigo um conjunto de singularidades que necessitam de aproximações e leituras específicas, pois além de ter sido alvo de poucos estudos, têm em sua produção, divulgação e diálogos propostos, características que o mantêm a parte das outras manifestações antecedentes. Assim, é com o objetivo de revelar aspectos de suas práticas e a maneira como se estabelecem no espaço urbano que este trabalho se fundamenta.

Formação e plasticidade

Segundo o dicionário Longman Dictionary of Contemporary English, o *sticker* é definido como “*Noun. A small piece of paper or plastic with a picture or writing on it that you can stick on to something*”¹, comumente considerados os adesivos colados em semáforos, postes de iluminação, placas de sinalização e muros. Estes adesivos, antes de se instituírem como formatos contemporâneos de intervenção urbana, já vinham sendo utilizados na divulgação de eventos, notícias e manifestos, que já denotavam suas primeiras potencialidades em ocupar visualmente a espacialidade.

¹ Consultar Bullon (2006). Em tradução livre: “Substantivo. Pequeno pedaço de papel ou plástico com uma ilustração ou escritura que possa ser afixada em algo”.

Os dadaístas – para se deter em apenas um exemplo – já no início do século XX, afixavam cartazes nas ruas das cidades com o intuito de questionar o receptor e o espaço onde se inseriam. O *sticker*, então, pode ser considerado o resultado atual de um desenvolvimento de idéias e formas de manifestação em contexto urbano.

Nestas condições, não há entre seus produtores um consenso de uma data específica para seu surgimento, mas é considerado o início da década de 1990 como quando o movimento começou a ter mais adeptos e projeção. Foi nos Estados Unidos, na referida época, que a produção de *sticker* ganhou evidência, em razão do então estudante de design gráfico Shepard Fairey (FAIREY, 2009), na cidade de Providence, que influenciado pelos adesivos de divulgação de bandas de punk-rock, elaborou um adesivo inspirado no campeão de luta livre norte-americano Andre Roussimoff, em que constava a imagem deste esportista seguido da palavra “Obey”.

Este adesivo foi aleatoriamente colado por Fairey em inúmeros locais da cidade, o que causou certa estranheza por parte dos habitantes, levando a mídia impressa a questionar quem era o autor de tais imagens. Fairey, ao perceber a repercussão de sua obra, enviou-a para conhecidos de New York e de Boston, fato que a fez ser disseminada em poucos dias nas ruas destas cidades. Este evento ficou conhecido como “campanha Obey” e é assim considerado pelos produtores de *sticker* como o marco inicial desta técnica.

A partir dali, o *sticker* passou a ser produzido por diversos designers e artistas plásticos que viam neste tipo de imagem um caminho para suas produções que não eram aceitas em galerias de arte e encontravam na rua o espaço propício para a divulgação das obras. Desta forma, os *stickers*, já no início do século XXI, podem ser vistos nas principais metrópoles mundiais, configurando seus territórios e dialogando com seus habitantes.

www.pucsp.br/revistacordis

Imagem 1. Imagem fotografada em 03 out. 2009,
na Rua Augusta, na cidade de São Paulo.



O fato de ter em seu histórico a influência das artes gráficas, embora alguns de seus produtores atualmente não sejam vinculados a este campo, agrega à sua produção conceitos oriundos do dadaísmo, como já citado, mas também da *pop-art* e do *avant-pop* (BOU, 2007) – movimentos artísticos que lidam com elementos e referências ligados ao *mass media* – seja considerando-os ou os subvertendo, mas principalmente concentrando-se em questões referentes à contrastes visuais, formais ou cromáticos, acuidade visual, movimentos e ritmos, além de procurar gerar identificação no receptor a partir dos temas trabalhados. O *sticker*, assim, não surge como um movimento que busca ineditismo em suas ações, ao contrário, procura através dos referenciais massivos citados, o singularizar em novas contextualizações, com outras abordagens.

A maneira com que trabalha seus temas, junto ao seu meio de difusão não-linear, insere-o no que Umberto Eco (2003) chamou de “obra aberta”, pois a mesma imagem quando afixada em diferentes contextos e em proximidade com outras obras, adquire novas perspectivas e propostas, criando uma bricolagem de formas, cores e imagens, recontextualizando e resignificando uma intervenção específica. Torna-se próprio do *sticker* ser “hibridizado” (CANCLINI, 2006, p. 338-339), pois se mescla com o espaço urbano e com os diversos elementos que ali estão presentes, usando elementos populares na distribuição junto a temas massivos, produzindo imagens próprias a cada nova injunção.

Esta “formatividade” (PAREYSON, 1984, p. 31-33) de relacionar sua própria formação com a forma com que o espaço urbano se constitui onde, ambos concomitantemente se moldam, permite ao *sticker* construir e participar de novas ambientações, sendo que para isso é necessário, por parte dos produtores, perceber no suporte espacial suas condições de mediação, reconhecendo a instabilidade do social e a pluralidade semântica, e assim explorar a capacidade comunicativa de cada local.

Imagem 2. Sobreposição de imagens produzidas a partir de diversas técnicas. Imagem fotografada em 28 set. 2009, no Túnel Rebouças, na cidade de São Paulo.



A inserção urbana

Além de contextualizações únicas formadas a partir da inserção do *sticker* em determinado local, ele se faz presente em um ambiente muito mais amplo, que é o espaço urbano, que fora as intervenções estéticas nele apresentadas, se configura constantemente a partir de muitos outros estímulos, tais como: sociabilidades, planejamentos urbanísticos, dinâmicas externas e a forma com que serve de cenário a inúmeras atividades que ali se estabelecem. Assim, a cidade mostra ser mais do que um recipiente passível a qualquer intervenção externa; ela também pode ser considerada como um organismo estimulado que conflui diversas linguagens e delas faz uso para se reconfigurar constantemente. Apresenta-se como resultante de um conjunto de atividades que dinamizam e modificam permanentemente suas estruturas significativas, onde cada novo elemento que nela se insere contribui para a criação de novos contextos e novos significados.

Este fluxo contínuo de textos que se interligam no espaço urbano é denominado por Hillman (1993) como “alma mundi”, em que o espaço urbano, assim como os organismos vivos que nele habitam, possui caracterizações próprias e influi no dinamismo social na

mesma proporção em que é influenciado. Esta visão traz ao contexto urbano novas possibilidades de interpretação, pois ao se analisar a forma com que as metrópoles se apresentam na atualidade e a maneira como o social nelas se situa, vê-se que o potencial comunicativo destacado anteriormente é diminuído em função do papel que se dá a estes espaços ultimamente.

Já no início deste século, resultante da formação veloz das cidades ao longo de todo o século XX, o espaço urbano tem sua função modificada, derivada de determinismos técnicos que o gerenciam. Sua constituição primeira, de ser um local aberto a manifestação pública e a partir dela delinear sua construção histórica, social e política, é alterada para servir de pano de fundo ao desenvolvimento econômico das sociedades, onde procura-se a predominância da impessoalidade, transformando-o em um “não-lugar”, conceito este trabalhado por Marc Augé (1994), em que mais do que um conglomerado de pessoas, a espacialidade urbana tornou-se um local de transição, sem apegos, sem referências, transmutando-se não mais em função do dinamismo cultural, mas em função de sua eficácia técnica.

Claro que, em contrapartida a esses propósitos, surge em igual proporção, expressões que procuram formar espaços de resistência que atuam de forma subversiva em relação a impessoalidade, reapropriando o ambiente urbano e defendendo o uso e a ocupação popular, tentando retornar à funcionalidade cultural.

No caso da cidade de São Paulo, que nesta pesquisa é o local para a observação dos *stickers* no espaço urbano, a proliferação de imagens e suas razões se apresentam de duas principais formas. Por se tratar de uma metrópole com visibilidade mundial, São Paulo se abastece constantemente com influências vindas de diversas outras cidades e têm os *stickers* como mais um dos elementos internacionalizados, ao mesmo tempo em que atuais leis municipais² regulam a exposição excessiva de imagens nos espaços públicos, fazendo com que os produtores de *stickers* recorram a essa manifestação como forma de indagar e transgredir o uso coletivo estabelecido para o espaço urbano, sua esteticidade e a maneira com que os cidadãos se relacionam com a visualidade da cidade.

O *sticker*, dessa forma, se põe como uma manifestação que intercede justamente nas estruturas que abastecem o “não-lugar”, ou seja, nas placas e indicações direcionais, proporcionando aos habitantes das metrópoles um outro olhar sobre os apontamentos de percursos formados. A preposição se comprova ao serem consideradas as declarações dos

² Lei Municipal n. 14.223/2006, intitulada Lei Cidade Limpa, que controla a exposição de mensagens publicitárias, letreiros comerciais ou qualquer outra imagem que interfira na visualidade da cidade de São Paulo (SÃO PAULO, 2006).

próprios produtores que têm o objetivo, ao criar as imagens, de gerar algum tipo de reação nos cidadãos, seja “ojeriza ou vinculação” (HUNDERTMARK, 2005, p. 57), mas, principalmente, enaltecer o sentido de surpresa sobre o ambiente, revitalizando a visão perceptiva e atenção ao detalhe. Sendo assim, os produtores esperam, dos habitantes, olhares minuciosos em relação ao espaço, o que necessita por parte destes um tempo de decifração correspondente a cada nova intervenção.

A imagem e seu tempo de emissão

A expectativa de que o receptor se propará a ver, ler e interpretar o *sticker* inserido na contextualização proposta, junto à maneira com que se difunde através das imagens impressas nos adesivos corresponde-se com o que Harry Pross (1987) intitulou como “mídia secundária” em que, neste caso, ao tentar estimular a percepção do observador quanto ao seu entorno e logo, interromper a velocidade de transição estabelecida no espaço urbano, o *sticker* solicita um tempo específico de recepção, que tanto pelo tamanho dos adesivos como pela quantidade de informações expostas, faz com que o observador precise parar para apreender cada significação referida.

Esta conciliação com a formulação de Pross dá-se também no modo como as mensagens emitidas pelos *stickers* se transmitem, pois, ao afixarem os adesivos por tempo indeterminado no espaço urbano, seus produtores prolongam o tempo de emissão das obras, onde não se exige, neste tipo de divulgação, a presença corpórea imediata do produtor nem do leitor, o texto assim, perdura suas informações à múltiplos receptores. Este propósito de aumentar a durabilidade da mensagem é outro fator deste tipo de mídia que, segundo Baitello Junior (2005), indica por parte das imagens a intenção da própria sobrevivência, ou seja, da negação de sua finitude informativa.

A ampliação do tempo informativo da mensagem e o modo como se espera que esta mensagem seja assimilada se soma à maneira com que o *sticker* é produzido, pois, por ser um adesivo, a partir de uma única imagem são fabricadas grandes quantidades de imagens equivalentes de acordo com a vontade e necessidade de exposição de seu autor. Esta característica reprodutível do *sticker* encarece à sua divulgação uma sobrelevada exposição de imagens iguais no contexto urbano, atestado pela atual presença massiva de *stickers* nos centros das metrópoles. Com isso, uma mesma imagem, mesmo quando se singulariza ao entrar em contato com outras obras e outros contextos, pode ser encontrada diversas vezes,

em diferentes locais, gerando uma ostensiva exposição que pode gerar um excesso de mensagens enunciadas.

Visibilidade e incomunicação

Sua disseminação, facilitada por sua reprodutibilidade e decorrente crescimento de imagens afixadas, gera nos locais expostos uma grande sobreposição de imagens que competem por espaços de inclusão a fim de se tornarem mais visíveis. Dessa forma, a busca da visibilidade passa a ser o objetivo desta construção imagética, gerando condições adversas às suas propostas iniciais:

A produção facilitada não apenas inflaciona o suporte no mundo atual, gerando grande quantidade de detritos [...] como inflaciona igualmente as próprias imagens que ocupam indiscriminadamente e irrestritamente todos os espaços da vida. Elas passam assim a fazer parte decisiva da vida, a serem habitantes do mundo, a dividir com os homens os espaços do mundo. (BAITELLO JUNIOR, 2005, p. 75).

A ocorrência de excessiva exposição em sua propagação, que conseqüentemente influencia na forma com que o *sticker* dialoga com o espaço urbano e logo na maneira com que é recepcionado, produz em sua presença urbana uma “crise de visibilidade” (BAITELLO JUNIOR, 2005, p. 85-89), em que os fatores de reprodução inflacionam as mensagens, fazendo com que sofram falhas no próprio processo comunicativo.

Esta efemeridade de informação é denotada também por Abraham Moles (1974), que ao estudar os cartazes, que aqui podem ser lidos como os *stickers* por ambos terem o mesmo tipo de exposição, revela que existem dois estágios de enfraquecimento comunicacional quando presentes no espaço urbano, material e pelo olhar. A questão material se dá pela própria fisicalidade da obra que está sujeita a inúmeras intempéries climáticas – sendo de papel ou plástico e estando exposto ao ar livre, o *sticker* tem seu tempo de vida material bastante reduzido – já em relação ao olhar, ao se ter mostrado durante um tempo, a mensagem emitida pelo *sticker* já foi apreendida, logo, o receptor não mais a observa, fazendo com que tenha sua vida útil diminuída em função do desgaste visual.

Imagem 3. Imagem fotografada em 03 out. 2009, na Avenida Paulista, na cidade de São Paulo, onde demonstra as aparências que surgem a partir do desgaste material.



Conclusão

A aparecimento do *sticker* na atualidade, como um dos resultantes do desenvolvimento gráfico que vinha sendo gerido nos últimos 50 anos e também como uma expressão que se abastece de muitas referências midiáticas, indica que mais do que um movimento que pode ser apenas lido como “arte urbana”, pode ser interpretado também por sua variedade de diálogos e propostas, que além de um objetivo estetizante urbano, utiliza-se de suas capacidades comunicacionais para questionar e se interpor na própria espacialidade, em locais que nela se estabelecem somente por sua funcionalidade prática.

Esta singularidade de propagação abre possibilidade de outras visões e significações em relação ao espaço urbano, utilizando seus meandros para revelar e resgatar outras possibilidades comunicativas que tornam-se despercebidas atualmente na espacialidade.

Ao mesmo tempo em que destaca as questões e reflexões acerca do espaço urbano, o *sticker* se depara com impedimentos materiais e comunicativos que, como visto, são inerentes dos locais em que se mantém.

Suas características físicas levam-o a ter um desgaste material em um curto espaço de tempo, conduzindo as imagens, antes destacadas por suas cores e formas, a uma fragmentação

de suas figurações. Devido principalmente à questões climáticas que descolam parte dos adesivos do suporte físico, o *sticker* ganha uma aparência amorfa, onde não mais a imagem é mostrada, mas predominantemente o resquício de que a imagem em algum momento esteve ali.

Junto a este fator, ao se projetar de maneira desorganizada entre outros tantos apelos visuais, o *sticker* possui um excesso de visibilidade que faz com que prejudique a própria assimilação informacional de cada peça. Todas as imagens reunidas formam novas totalidades que não são singularmente apreendidas, podendo, junto ao tempo de vida na metrópole, que não permite a atenção aos detalhes espaciais, se tornar incomunicável.

Sendo assim, a complexidade com que o *sticker* se constitui, a maneira com que se dissemina e as várias possibilidades dialogantes que proporciona, levam-no a se inserir em uma intrincada rede de significações, pois concomitante ao fato de se propor enriquecer a visualidade do espaço urbano, lida com características que entram em discordância com esses aspectos, tendo a possibilidade de, ao invés de proporcionar novas leituras, alimentar o aspecto homogeneizante e ilegível do espaço urbano.

Referências

- AUGÉ, Marc. *Não-lugares*. Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papyrus, 1994.
- BAITELLO JUNIOR, Norval. *A era da iconofagia*. Ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker, 2005.
- _____. et al. (Org.). *Os meios de comunicação*. São Paulo: Annablume/Cisc, 2005.
- BOU, Louis. *Street Art Stickers*. Barcelona: Monsa, 2007.
- BULLON, Stephen. *Longman dictionary of contemporary english*. 4. ed. New York: Pearson ESL, 2006.
- CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2006.
- ECO, Umberto. *Obra aberta: forma e indeterminação das poéticas contemporâneas*. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- FAIREY, Shepard. *Obey: supply et demand*. Berkeley: Gingko Press, 2009.
- HARVEY, David. *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 1992.
- HILLMAN, James. *Cidade & alma*. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

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

MOLES, Abraham Antoine. *O cartaz*. São Paulo: Perspectiva/EDUSP, 1974.

PROSS, Harry. *Introducción a la ciencia de la comunicación*. Barcelona: Anthropos, 1987.

SÃO PAULO (Município). Lei n. 14.223, de 26 de setembro de 2006. *Diário Oficial do Município de São Paulo*, São Paulo, SP, 6 dez. 2006. Disponível em: <http://www3.prefeitura.sp.gov.br/cadlem/secretarias/negocios_juridicos/cadlem/integra.asp?alt=27092006L%20142230000>. Acesso em: 05 abr. 2010.

* Diogo Andrade Bornhausen é mestrando em Comunicação e Semiótica (PEPGCOS/PUC-SP) e Especialista em Sócio-Psicologia pela FESPSP. É membro do Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, onde desenvolve pesquisas sobre os estudos da imagem, atualmente trabalhando com as formações de imagens no espaço urbano. E-mail: <diogobornhausen@gmail.com>.