

PERSONAGEM E GRAFITE – APROPRIAÇÃO E MERCADO

CHARACTER AND GRAFITTI - APPROPRIATION AND MARKET

PERSONAJE Y GRAFITI - APROPIACIÓN Y MERCADO

João Batista Freitas Cardoso

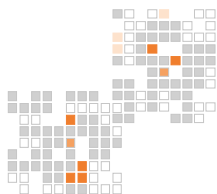
■ Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), com Pós-doutorado pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Professor no Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (PPGCOM-USCS) e no Centro de Comunicações e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie (CCL/UPM). Este texto integra pesquisa que recebeu o auxílio Programas Regulares-Auxílio à Pesquisa da Fapesp.

■ E-mail: jbfcardoso@uol.com.br

Gustavo Lassala

■ Doutor em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Professor no Centro de Comunicações e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie (CCL/UPM).

■ E-mail: gustavo.silva@mackenzie.br



RESUMO

O texto objetiva discutir os diferentes modos de uso das imagens de personagem pelo grafite, como apropriação de marca licenciada e como criação própria. Ambas as formas se apresentam como signos intervencionistas, mas revelam movimentos antagônicos: em uma direção, a apropriação de figuras protegidas por direito autoral parte da subversão das normas de uso desses e, muitas vezes, leva à alteração de seus sentidos originais; e em outra, a criação voltada ao ato intervencionista, que atualmente encontra espaço no mercado formal. A resignificação dos personagens, que resulta desses movimentos, se dá por meio da paráfrase e da paródia.

PALAVRAS-CHAVE: PERSONAGEM; GRAFITE; HISTÓRIAS EM QUADRINHOS; APROPRIAÇÃO.

ABSTRACT

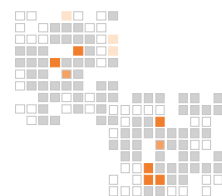
The aim of this paper is to discuss the different ways of using character images by graffiti, as a form of appropriation of a licensed brand and as own creation as well. Both forms present themselves as interventionist signs, but reveal antagonistic movements: in one direction, the appropriation of figures protected by copyright starts from the subversion of the norms of their use and often leads to the alteration of their original meanings; and in another, the creation focused on the interventionist act, which currently finds its space in the formal market. The resignification of the characters, which results from these movements, occurs through the paraphrase and the parody.

KEYWORDS: CHARACTER; GRAFITTI; COMICS; APPROPRIATION.

RESUMEN

El texto discute los diferentes modos de uso de las imágenes de personaje por el grafiti, como apropiación de marca licenciada y como creaciones propias. Ambas formas se presentan como signos intervencionistas, pero revelan movimientos antagónicos: la primera va en dirección de la apropiación de las figuras protegidas por derechos de autor, por tanto la subversión de las normas es parte de este modelo, ya que muchas veces estas figuras son interpretadas de manera distinta a los sentidos originales del autor; en el segundo modo de uso, la creación orientada al acto intervencionista, que encuentra un amplio espacio en el mercado formal. La resignificación de los personajes, que resulta de modos de estos movimientos, se da por medio de la paráfrasis y de la parodia.

PALABRAS CLAVE: PERSONAJE; GRAFITO; HISTORIETAS; APROPIACIÓN



1. Introdução

Em praticamente toda metrópole é possível identificar figuras de personagens ficcionais se exibindo pelo espaço urbano, em fachadas de lojas, painéis promocionais, estampas de roupas ou como pintura grafite. Essas últimas, em particular, apresentam uma característica bastante peculiar: o intercâmbio de signos dos sistemas comerciais para os subversivos e vice-versa.

Certos grafiteiros se apropriam de imagens protegidas por lei de direito autoral e usam esses signos difundidos pela mídia de massa para propagar discursos de protestos contra o sistema estabelecido ao mesmo tempo em que trazem para a rotina da cidade as narrativas das indústrias do entretenimento. As normas relacionadas a essa prática visam, geralmente, a subversão de outras normas, a saber: a ocupação de espaços privados e a apropriação de textos de outros sistemas culturais e comerciais. Por outro lado, esses mesmos artistas criam personagens próprios em suas expressões gráficas urbanas que são utilizados pelo sistema produtivo para difundir marcas, produtos e serviços. Esses movimentos entre as narrativas midiáticas, que se tornam traços da subversão, e as escritas urbanas contemporâneas, que se tornam produto comercial, se apresentam como sobreposições de sentidos.

A apropriação, pelo grafite, de imagens de personagens protegidos por *copyright* e a comercialização de personagens criados pelos grafiteiros revelam que os personagens são elementos de grande relevância comercial e cultural na sociedade contemporânea. São imagens que transcendem seus sistemas, suas funções originais, e servem a uma série de objetivos de comunicação.

Com base nesses pressupostos, o presente artigo visa iniciar uma discussão sobre a apropriação, pela arte do grafite, das imagens de personagens licenciados, assim como o movimento inverso de cooptação do trabalho de grafiteiros pelos sistemas comerciais, que resulta na comercialização

de personagens criados para intervir na paisagem urbana. Considerando os limites desses movimentos antagônicos, pretende-se chamar a atenção para as formas de ressignificação dos personagens nessas situações de expressão artística e uso comercial. Para isso, na primeira parte se discutem questões relacionadas às leis de direito autoral e as formas de apropriação dos personagens licenciados; em seguida se aborda os modos de apropriação de personagens pelo grafite como forma de protesto; para finalmente se tratar do movimento inverso, a comercialização de personagens criados pelos grafiteiros.

2. O personagem – entre a apropriação e o direito autoral

De acordo Bartholomew (2000), há um limite não muito claro entre o uso aceitável da apropriação de uma idéia geral de um personagem e a cópia ilegal de uma expressão única desenvolvida por outro artista. Esse problema ganhou importância no ambiente contemporâneo em razão de os personagens das narrativas ficcionais seriadas – história em quadrinhos (HQ), desenhos animados, filmes e séries – terem se tornado elementos de relevância comercial.

Após ter fracassado na tentativa de manutenção dos direitos autorais do personagem *Yellow Kid*, o artista Richard Outcault criou em 1902 o personagem *Buster Brown*, que foi primeiramente publicado no *New York Herald* e logo licenciado para uma série de produtos (Gordon, 1998). Desde então, os personagens passaram a ser vistos como marcas capazes de promover produtos, serviços ou ideias, transcendendo, assim, as páginas dos jornais e histórias em quadrinhos. O que resultou em uma série de debates judiciais sobre a manutenção do direito autoral e do uso da imagem dos personagens.

Os primeiros casos que chegaram à justiça não conseguiram determinar se apenas a cópia da imagem, a representação gráfica, já caracterizaria o uso não autorizado de um personagem, ou se

a semelhança com elementos do enredo da história também resultaria em responsabilidade por violação de direitos autorais: “Também existia um grau de incerteza em relação à responsabilidade por violação de direitos autorais se apenas existisse uma semelhança na representação do personagem sem que houvesse também uma semelhança na personalidade do personagem” (Findlaw, 2018).

Em 1924, o *United States Court of Appeals for the Second Circuit* estabeleceu que a reprodução de parte da imagem de um personagem de HQ era uma forma de violação da lei de direito autoral, que equivaleria à reprodução inteira da história (Bartholomew, 2000). Diferentemente dos personagens literários, no campo da HQ as características visuais passaram a serem reconhecidas como aspectos artísticos particulares. Porém, de acordo com Bartholomew, ficou a critério dos

tribunais definirem que parte é essa que equivaleria à reprodução da obra.

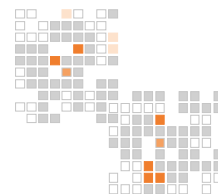
O *Second Circuit* aplicou, em 1940, o princípio à ação movida pela empresa *Detective Comics, Inc.* (DC) contra a *Bruno Publications, Inc.* A DC, proprietária da HQ *Action Comics* processou a outra empresa pela publicação da revista *Wonder Comics*, em que o personagem *Wonderman* aparentava ter características semelhantes ao personagem *Superman*. Para os defensores da *Bruno Publications*, os atributos que constituíam a criação da DC eram tão antigos quanto os heróis da mitologia grega e, conseqüentemente, não poderiam ser protegidos por direitos autorais. Porém, o tribunal entendeu que não se tratavam apenas de atributos gerais, mas sim que os réus estavam se apropriando de detalhes pictóricos e literários originários nas histórias do *Superman*, que estariam sujeitos à proteção dos direitos autorais (Lalor, 1995).

Figura 1: (A) capa da revista *Action Comics* de março de 1939, com *Superman*; (B) capa da revista *Wonder Comics* de maio de 1939, com *Wonderman*.



Fonte: (A; B) <https://www.pinterest.co.uk/pin/438115869982255980/?lp=true>

Assim como se diferenciam dos personagens literários em virtude das características gráficas que



possuem, os personagens de HQ se diferenciam de outras categorias de artes gráficas – como, por exemplo, o grafite – por possuírem a condição de assumir uma “vida própria”.

Isso expande amplamente o valor comercial do personagem porque fornece ao personagem proteção legal em uma variedade de diferentes configurações, posturas e caracterizações diferentes daquelas em que o criador originalmente descreveu o personagem. (Findlaw, 2018)

Além disso, toda obra é a externalização da personalidade de seu criador, uma propriedade valiosa para um artista. Sob esse ponto de vista, o personagem pode ser considerado parte da personalidade do artista, um signo que permite que outros o reconheçam.

Quando alguém possui algo que ela criou - uma música, um programa de computador ou um personagem - o público reconhece essa pessoa como o inventor de uma coisa em particular. Continuando a manter um conjunto de direitos em sua expressão, o artista continua fazendo um ato afirmativo de personalidade. [...] Os pagamentos de royalties das vendas contínuas do trabalho mostram que outros reconhecem a reivindicação do autor sobre a propriedade e reconhecem o trabalho como uma manifestação externa de sua personalidade. (Bartholomew, 2000, p. 354-355)

A Lei de Direitos Autorais de 1976, nos Estados Unidos, não aborda de maneira explícita a questão da proteção de personagens licenciados, ficando por conta dos tribunais determinarem se um personagem utilizado em outro contexto, fora da narrativa original, estaria protegido (Lalor, 1995). O problema é que, mesmo fora da narrativa ficcional – ou:

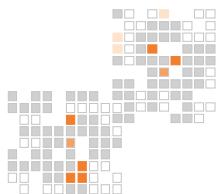
principalmente fora da narrativa ficcional – a imagem do personagem tem valores comercial e simbólico, muitas vezes, incalculáveis. Assim, tanto o criador do personagem quando as empresas que promovem e exploram a imagem do personagem por meio de contratos de licenciamento procuram proteger tal figura de usos considerados indevidos.

No Brasil, toda obra literária ou artística está protegida desde o momento de sua criação sem que exista a necessidade de realizar um registro¹. Em 1998, a Lei nº 9.610² atualizou a legislação sobre direitos autorais (LDA). De acordo com o Art. 7º dessa lei: “São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como: [...] VIII – as obras de desenho [...]”. Percebe-se nesse inciso que a reprodução da imagem do personagem como desenho é protegida por direito autoral. Ainda que a imagem do personagem esteja também relacionada às suas características psicológicas ou de comportamento, que não estão explícitas na LDA, a linguagem visual é a característica mais importante no campo do licenciamento, em que o personagem é explorado como um produto comercial.

A apropriação de personagens licenciados pelo grafite remete à prática artística da década de 1970, em que o uso não autorizado de imagens com sentidos e identidades estabelecidas acaba por conferir novos sentidos e identidades às novas imagens (Danton, 2006). Esses novos sentidos se dão por meio da paráfrase, elemento que equivale semanticamente a outro produzido anteriormente, ou da paródia, elemento que imita outro subvertendo seu sentido com objetivo jo-

1 Entenda a Lei de direitos autorais. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/noticias/cultura/2009/11/entenda-a-lei-de-direitos-autorais>. Acesso em: 18/11/18.

2 Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9610.htm. Acesso em: 18/11/18.



coso ou satírico. Sobre esse tipo de apropriação, o artigo 47 da LDA, que se refere às limitações dos direitos autorais, determina: “São livres as paráfrases e paródias que não forem verdadeiras reproduções da obra originária nem lhe implicarem descrédito”.

Esses modos de apropriação servem para difundir discursos variados, que envolvem desde relatos pessoais a posicionamentos políticos, como a crítica feita pelo artista Banksy ao consumismo simbólico ocidental – composta pela figura central, reprodução de detalhe da fotografia produzida por Nick Ut na Guerra do Vietnã, ladeada pelos personagens Mickey e Ronald McDonald.

Figura 2: *Napalm Girl* (Banksy, 2004)



Fonte: <https://us.canvasartrocks.com/blogs/posts/70529347-121-amazing-banksy-graffiti-artworks-with-locations>

3. O personagem no grafite – apropriação como forma de protesto

Atualmente é difícil não notar nas metrópoles a presença de manifestações visuais subversivas na paisagem urbana. Essas expressões gráficas urbanas são imprevisíveis e efêmeras e compreendem uma variedade de estilos e significados que mui-

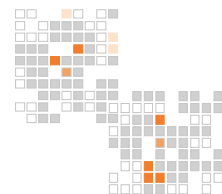
tas vezes levam a generalizações e preconceitos de transeuntes, da mídia e por vezes até do próprio campo acadêmico.

A dificuldade em classificar os tipos de manifestações gráficas urbanas se deve ao fato de serem muitos os materiais, suportes e técnicas utilizados pelos artistas:

[...] além da pintura, muitos trabalham com adesivos, colagens, aerógrafos, esculturas, Estêncil e uso de suportes diferenciados, por exemplo, telas, chão de calçada, galerias subterrâneas, edificações abandonadas, nos quais, muitas vezes em virtude do suporte, o trabalho não ganha em exposição e visibilidade pública, mas é valorizado pela poética e pelo contraste visual. (Lassala, 2017, p. 36-38)

Entretanto, independentemente do uso dos materiais, suportes e técnicas, em uma primeira análise é possível identificar características específicas de certos tipos de manifestações que, de alguma maneira, fazem uso de personagens em suas composições (Lassala, 2017), como: Bomb; Grapixo; Estêncil; *Stiker*; e Mural.

O Bomb, técnica difundida pelos grafiteiros estadunidenses, e o Grapixo, técnica desenvolvida na cidade de São Paulo, localizam-se em uma posição intermediária entre a pixação e o grafite. Ambas as técnicas se resumem a desenhos elaborados de letras – com contorno, sombreado e volume – e, não raro, exibem figuras de personagens entre as letras. O Estêncil é uma técnica em que se utiliza uma matriz de impressão, em papel cartão ou acetato, e tinta spray para reproduzir imagens em série ou buscar mais fidelidade na cópia do original. Tal técnica foi muito utilizada nos primeiros grafites realizados na cidade de São Paulo, que reproduziam figuras de personagens de HQ.



O *Stiker* é um adesivo que tem como principal característica o uso de linguagem publicitária, logotipo e personagens de narrativas ficcionais. O Mural, por sua vez, surgiu no contexto das artes plásticas e aproximou-se do grafite a partir do momento que grafiteiros passaram a receber encomendas de organizações públicas e privadas para pintar em locais autorizados.

Apesar das diferenças nos usos dos recursos, esses tipos comumente convergem no objetivo de desmistificar os símbolos de dominação cultural, fazendo uso de temáticas relacionadas às questões de interesse público.

Os protestos dos artistas de rua variam de acordo com a época e podem estar relacionados a problemas políticos, ao cotidiano das pessoas, à degradação do espaço público, à falta de áreas verdes nas cidades, à poluição visual, enfim, a questionamentos sociais dos mais diversos. (Lassala, 2017, p. 73)

Ao se considerar apenas o contexto urbano de atuação e a performance não autorizada, traço da prática subversiva, é possível definir o gesto como uma das principais características de linguagem. Além de ajudar a determinar o estilo, ao requerer o uso de materiais e técnicas adequadas, a performance pressupõe o enfrentamento perante as regras de organização social existentes.

No Brasil, a Lei de Crimes Ambientais nº 9.605/98, no artigo 65, parágrafo 2, estabelece que a grafitação não se caracteriza como crime se for “realizada com o objetivo de valorizar o patrimônio público e privado mediante manifestação artística com consentimento de seus proprietários”³. Nesse sentido, a questão da atuação autorizada ou não do grafiteiro na cidade tem relação direta também com os aspectos estéticos e de conteúdo das mensagens.

³ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9605.htm

O grafite outorgado possui um tempo maior de elaboração, planejamento prévio e aprovação. Nesse processo, torna-se um produto por encomenda, com o conteúdo da mensagem normalmente subjugado ao patrocinador. Contudo, ainda assim, pode apresentar-se como um sistema subversivo à medida que se apropria de imagens protegidas por direito autoral. Subversivos, nesse caso, refere-se unicamente à subversão das normas de reprodução e uso de imagens protegidas por *copyright* (Cardoso, 2016).

Os grafites realizados de modo ilegal, por sua vez, tendem a ser confeccionados mais rápidos e normalmente comunicam uma mensagem ideológica de liberdade irrestrita que pode ser voltada a desmistificar símbolos de dominação cultural, questões sociais, políticas e uso de espaços diferenciados na cidade. Sem se restringirem às regulações, os grafiteiros que atuam ilegalmente na paisagem urbana costumam desenvolver um estilo gráfico pessoal e aporte ideológico tanto no conteúdo da mensagem como na escolha dos locais para intervir, construindo um processo de subjetivação artística. No que tange ao uso de personagens, esses interventores podem criar personagens próprios ou se apropriar de personagens já existentes, ressignificando seu conteúdo original para transmitir uma nova mensagem.

O uso de personagens nos trabalhos de grafite tem relação direta com o início desse fenômeno nas intervenções em trens (*subway graffiti*) em Nova Iorque na década de 1970 (Stewart, 2009). De acordo com Stewart, o “*Cartoon Style*” trouxe para o ambiente urbano as figuras de personagens reconhecidos como Snoppy, Mickey ou Recruta zero e, em especial, um grupo de personagens denominado “*The Straphangers*”, inspirados no comic book do artista *underground* Vaughn Bodé, que era grafado por muitos interventores da época.

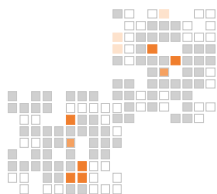
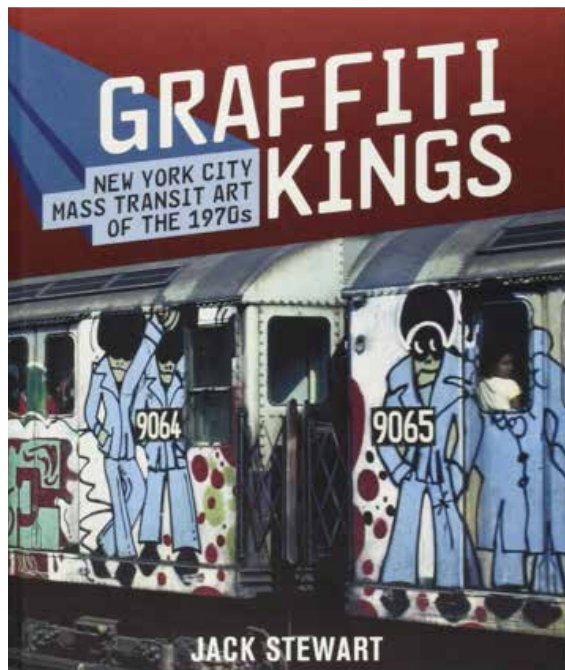


Figura 3: Capa do livro de Jack Stewart com reprodução de *subway graffiti*.



Fonte: <https://www.amazon.com/Graffiti-Kings-York-Transit-1970s/dp/0810975262>

A linguagem visual do grafite se regula por uma lógica de classificação e de derivação de estilos, que tem relação com a origem desse fenômeno na cidade de Nova Iorque, que influenciou a atuação dos interventores mundo afora. No entanto, é importante ressaltar que no Brasil o grafite adquiriu características particulares que se distanciam da influência do estilo estadunidense

(Manco; Neelon, 2005).

De acordo com Ramos (1994), Alex Vallauri, que havia conhecido o grafite de Nova Iorque, foi o primeiro artista a trazer para os muros de São Paulo referências da cultura popular ao grafitar figuras, no estilo estêncil, das histórias em quadrinhos dos personagens Mandrake e Jim das Selvas (*Jungle Jim*).

[...] ao 'descontextualizar' os símbolos da cultura consumista e reproduzi-los, sem alterações formais, nas paredes da cidade – suportes fixos, não habitualmente preparados para recebe-los – [Vallauri] estava criticando estes símbolos, tanto no que eles representam – objetos de grandes tiragens consumistas – quanto à aparência imposta a eles pela mídia, que priorizava a forma ao conteúdo. (Ramos, 1994, p. 93)

Grafiteiro da primeira geração, Carlos Matuck também trouxe para a estética do grafite elementos da linguagem dos quadrinhos, como o uso de linha clara. O estilo *linha clara*, que tem como características o uso de linha fina no contorno e o uso parcimonioso de sombras, designa o tipo de traço usado pelos artistas franco-belgas. Tintin, de Hergé, foi o pioneiro no estilo, seguido por outros, como Spirou, de Greg, e Lucky Luke,

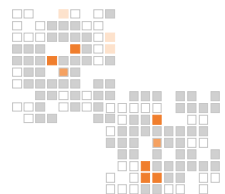


Figura 4: (A) Alex Vallauri e ao fundo tigre em estêncil; (B) detalhe de tigre em HQ Jungle Jim.



Fonte: (A) <https://vejasp.abril.com.br/cidades/alex-vallauri-grafite-arte-sao-paulo/>; (B) <https://newspapercomicstripsblog.wordpress.com/2016/12/01/jungle-jim/>

de Morris, da chamada Escola de Charleroi ou de Marcinelle: “suas características são o uso de uma linha com a mesma espessura, invariável, para definir os contornos, cores fortes, evitando sombreado tracejado ou outras formas de sombreamento” (Mazur; Danner, 2014, p. 7).

Segundo Ramos, Matuck foi profundamente influenciado pelos quadrinhos europeus e reproduziu nas ruas de São Paulo alguns personagens pouco conhecidos no Brasil, como a silhueta do personagem Reizinho da história *The Little King*, de Otto Soglow. Matuck dizia que levar essas figuras para rua era uma forma de protesto editorial. Entretanto, Ramos destaca que o personagem se apresenta como uma crítica de dimensão político/social: “ainda mais quando pensamos num Brasil pós-ditadura militar, onde, além de todas as mordomias já desfrutadas pela equipe política, há até quem ainda pretenda ser rei” (1994, p. 95).

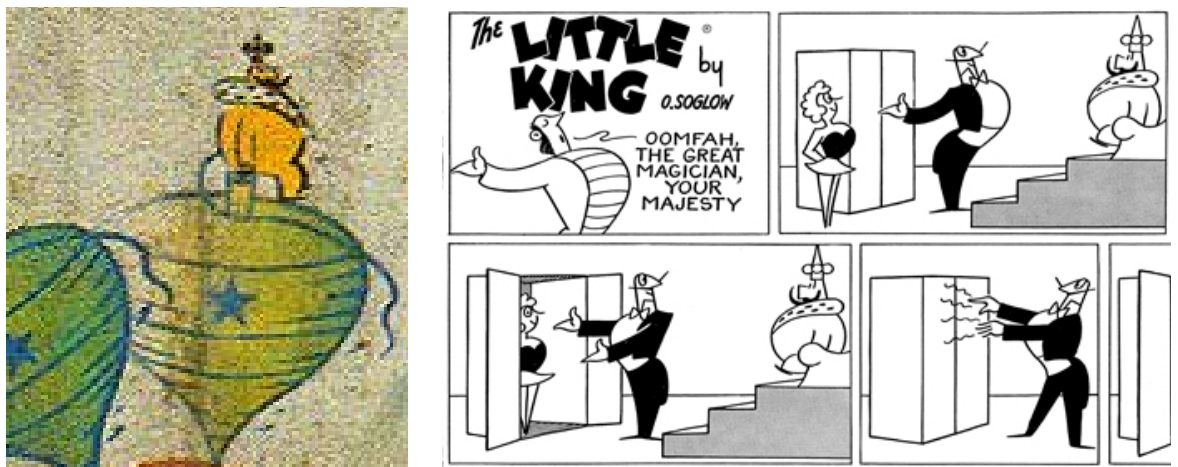
Para Ramos, a exemplo de Lichteinstein, as reproduções de personagens em quadrinhos de Vallauri e Matuck “não fragmentavam a imagem em seriado para emitir uma mensagem, mas integravam esta nos textos da cidade, usando o suporte para ambientar as imagens” (1994, p. 96). A intertextualidade leva à ressignificação

das figuras. Essa prática, de acordo com Ramos, se espalha pelo túnel da Avenida Rebouças, em São Paulo, no final do século XX. As imagens dos personagens Batman, Coringa, Wolverine, Ranzerox, o gato de *Squeak the Mouse*, entre outros, alertam sobre os problemas da cidade.

Na medida em que se colocam em posição contrária ao mercado e à cultura hegemônica, esses tipos de intervenções, muitas vezes, apresentam aspectos ideológicos críticos aos problemas sociais, apresentam-se como forma de protesto. A comunicação ideológica, sem fins comerciais, não visa à geração de lucros por intermédio da divulgação das obras. O seu objetivo principal é defender uma causa ou ideal, convocando o público para aderir a ela. O propósito dos grafiteiros, nesse caso, é promover um questionamento sobre uma realidade dada. Nesse movimento, os artistas acabam por desmistificar os símbolos de dominação cultural. Apropriando-se de marcas comerciais e produtos do mercado dos quadrinhos.

Fazendo uso da estratégia de apropriação de personagens licenciados, por meio da paródia, o grafiteiro Crânio aborda temas relacionados à identidade nacional, consumismo e meio ambiente. Nos exemplos a seguir, todos os personagens

Figura 5: (A) Grafite de Matuck; (B) detalhe de página de *The Little King*



Fonte: (A) <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa5214/carlos-matuck>;

(B) <http://loac.idwpublishing.com/category/the-little-king/>

Figura 6: detalhes de obras do grafiteiro Crânio.



Fonte: <http://cranioartes.com/>

apropriados possuem traços de uma criação própria do grafiteiro, o índio azul. Além da cor, os contornos dos braços, pernas e traços faciais, sugerem que o índio toma o lugar de personagens reconhecidos internacionalmente para fazer suas críticas. Esses personagens questionam problemas nacionais como a fome (na representação do personagem Chaves) ou a corrupção (na representação do personagem Ronald McDonalds). O índio brasileiro também se impõe aos estrangeiros nas figuras dos personagens Mickey, Batman e Robin.

Ao subverterem as normas de uso de tais produtos, as figuras apresentam-se como formas de transgressão, como “movimentos de contracultura e têm seu processo centrado no potencial de risco, pois violam as expectativas da cultura que pré-determina, num texto como o da cidade, como e quando o seu espaço e tempo podem ser utilizados” (Ramos, 1994, p. 44).

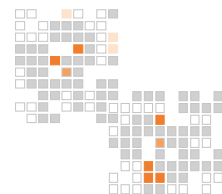
Observa-se também que algumas formas de uso dos personagens em arte grafite com fins sociais são promovidas pelas próprias empresas que detém o direito de uso da imagem do personagem. Criado pela Maurício de Souza Produções, em parceria com a ONU Mulheres/HeforShe, o projeto Donas da Rua, que visa incentivar as meninas a conhece-

rem os seus direitos, promoveu uma série de grafites com as personagens femininas da Turma da Mônica. Movimento esse que aproxima a prática do grafite à lógica do mercado, ao marketing social. Contudo, essa forma de uso de personagens licenciados no grafite se apresenta em menor número que a apropriação, que o uso não autorizado.

Figura 7: Arte produzida no Conjunto Nacional em São Paulo pelas artistas do coletivo Efêmera (2017).



Fonte: <http://efemmera.com.br/portfolio/donas-da-rua/>



4. O personagem do grafite – do protesto ao mercado

O primeiro estilo gráfico de grafite que ficou conhecido mundialmente foi a *Tag*, assinatura, associada a um nome, escrito com letras monocromáticas executadas de forma rápida. Essa assinatura era usada para grafar um codinome associado ao número de uma rua, pois, na origem, esse tipo de manifestação tinha uma relação com demarcação territorial. Uma das *tags* mais famosas desse período foi a “Taki183”. Posteriormente, como observa Waclawek (2011), foram incorporados às letras ornamentos tipográficos como setas, florões e símbolos.

No processo de evolução dessa linguagem, a assinatura executada com spray passou a incorporar também recursos de variação cromática, volume, brilho, sombra e letreiramento mais sofisticado para grafar codinomes de indivíduos e grupos. Essas composições gráficas baseadas no desenho de letras ganharam muitas subdivisões de estilo ao longo do tempo e passaram a influenciar a prática do grafite mundo afora.

As figuras de personagens próprios, criados pelos grafiteiros, aparecem nesses tipos de manifestações escritas em estilos como Bomb (Lassala, 2017). Como no trabalho do grafiteiro Finok, em que a letra “o” é composta pela cabeça de um personagem.

Figura 8: Grafite Bomb de Finok.



Fonte: http://misturaurbana.com/2013/01/2a-bienal-internacional-graffiti-fine-art-do-mube/ramb9_hmvx85727hkq4jaws1f6iy5wgnj2vg2zw96a/

A incorporação de um personagem observada no Bomb, é uma prática comum nas intervenções de grafite e, em certa medida, configura o que Waclawek (2011) determina como um processo de transição da assinatura tradicional do grafite para a criação de marcas por parte dos grafiteiros. Alguns grafiteiros têm explorado esse conceito vendendo a sua marca e codinome para estampar produtos e ações de comunicação para marcas consagradas ou em produtos próprios. Exemplo disso é trabalho dos irmãos Skola e Mudo que comercializam seus grafismos em uma linha de produtos na loja online Æ UrbanShop.

Figura 9: Boné que combina o letreiramento de Skola com personagem de Mudo.



Fonte: <http://bit.do/anxmudoskola>

Com o desenvolvimento da cultura do grafite alguns interventores começaram a desenvolver seus próprios personagens, que em muitos casos passaram a ocupar um espaço de protagonismo na composição, sendo até mesmo desvinculados do letreiramento. Isso se deve ao fato de os personagens serem mais acessíveis ao público e ajudarem a criar empatia, em detrimento das letras que prezam por um desenho diferente da grafia comum que dificulta a entendimento de quem não faz parte dessa cultura.

Um dos precursores da primeira geração do grafite em São Paulo, Rui Amaral é autor do mural de grafite mais antigo da cidade que permane-

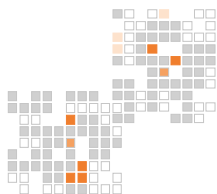


Figura 10: Detalhe de grafite de Amaral com personagem Bicudo: (B) bonecos do personagem.



Fonte: (A) <https://darua.blogfolha.uol.com.br/2013/05/23/s-o-s-rui-amaral/>;
(B) <http://www.artbr.com.br/bicudo/index1.html>

ce na paisagem na entrada do buraco da paulista. O personagem Bicudo, de sua autoria, tem habitado por gerações paredes da cidade e em 2008 passou a ser comercializado como boneco. A reprodução tridimensional do personagem, como boneco, levou à sua configuração formal, como acontece em outras formas de licenciamento. As formas de customização e uso do personagem acabam resultando em novos sentidos.

Felipe Yung (Flip), grafiteiro da segunda geração,

foi um dos pioneiros no Brasil a criar personagem próprio, que, posteriormente, passou a ser comercializado em produtos diversos, como roupas. Diferente da alteração imposta à figura de Amaral, o personagem de Flip mantém suas principais características nesse novo contexto. O traço de ilustração na roupa, ainda que se diferencie da ilustração feita com spray, busca se assemelhar a uma pintura espontânea. A tinta escorrendo no contorno do desenho remete ao gesto, referência direta ao grafite.

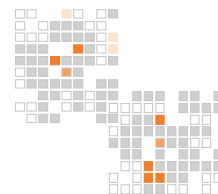


Figura 11: personagem no grafite de Flip e em estampa em moletom vendido em loja do artista.



Fonte: <http://flipon.iluria.com/>

Figura 12: Personagens de Chivitz e Minhau



Fonte: <https://www.instagram.com/chivitz/>

Seguindo o mesmo caminho, os grafiteiros Chivitz e Minhau comercializam para empresas de diferentes segmentos os personagens que nasceram nas ruas da cidade, mostrando que há um ponto de contato entre os personagens do grafite e os personagens licenciados. Seus traços originais, limpos e precisos, facilitam a transposição para outros suportes. Assim, diferente dos artistas anteriores, os personagens de Chivitz e Minhau, no que se refere ao aspecto formal, exibem-se maneira mais fiel.

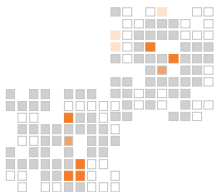
Contudo, independente da ocorrência ou não de alterações plásticas nesse movimento, o processo de transposição da paisagem urbana para produtos comerciais, ao mesmo tempo em que coloca em questão a ideologia original, que tem premissa performática e estética contraventora, contribui para a construção do capital cultural do grafite na sociedade de consumo de massa. Produtos industrializados acabam por carregar parte da carga simbólica de personagens criados para intervir.

5. Considerações finais

Conforme se pôde observar, predominam dois modos de uso da imagem de personagens no grafite: apropriação não autorizada de personagem

licenciado; e criação do próprio grafiteiro. O uso autorizado ou não autorizado dessas figuras determina a escolha de materiais, técnicas e suporte, assim como afeta os sentidos das mensagens. Grafites não autorizados tendem a ser realizados com maior rapidez e, comumente, se colocam em posição contrária ao mercado e à cultura dominante. Esse tipo de grafite, subversivo, funciona como uma forma de protesto, contestação e desmistificação dos símbolos estabelecidos e se destina, frequentemente, à comunicação ideológica. Nesse sentido, em princípio, não objetiva a geração de lucro, mas sim defender uma causa de interesse público. Os autorizados, por sua vez, possuem mais tempo e condições técnicas para elaboração, mas, por outro lado, estão presos ao planejamento e aprovação por parte dos patrocinadores. De alguma maneira, esses últimos estão voltados a algum tipo de retorno para o artista ou patrocinador.

No que se refere ao direito de uso dessas imagens, observou-se que tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos, não há um limite claro entre o uso aceitável de uma imagem protegida por direito autoral e uma cópia ilegal. De modo geral, a lei de direito autoral brasileira protege as obras ma-



terializadas na forma de desenho, o que beneficia as ilustrações de histórias em quadrinhos, assim como as pinturas de grafite. Diversos grafiteiros transitam nesse limiar, se apropriam de personagens licenciados para abordar temas relacionados a questões sociais, mas desenvolvem personagens, e uma estética própria, que permitem suas inserções no mercado comercial e de arte.

No tocante ao uso dessas figuras fora de seus sistemas de origens, percebe-se que os traços identitários dos personagens de HQ, que servem também à proteção por direito autoral, são construídos não só pela figuratividade do personagem, mas também por elementos provenientes das narrativas. No grafite, entretanto, esse aspecto deve ser compreendido de outra maneira. Os signos constitutivos das narrativas não estão na sequência de quadros distribuídos por páginas sequenciais, mas sim na relação entre os diversos desenhos com os entornos urbanos com os quais dialogam. Dessa maneira, a própria cidade constrói parte da narrativa.

A transposição das páginas de HQ para os muros da cidade ou dos muros para produtos comerciais se dá por meio do uso da paráfrase e paródia. Em uma direção, há um predomínio da paráfrase na transposição do personagem do grafite para o sistema comercial, já que os produtos de consumo carregam parte da carga simbólica do personagem criado no contexto do grafite. As paráfrases geradas nesse movimento revelam as contradições dos sistemas: ao mesmo tempo em que os produtos industrializados difundem as ideias originais que estão implícitas no histórico dos personagens criados para intervir, o processo de transposição do grafite para produtos comerciais coloca em questão a ideologia original, que tem premissa performática e estética contravenitora. Em outra direção, nota-se o predomínio da paródia, já que o grafiteiro tende a promover uma adaptação de uma obra já existente para a lógica da cultura do grafite subvertendo seus valores. De uma forma ou de outra, são personagens que lutam e resistem para ocupar seus espaços.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHOLOMEW, M. Protecting the Performers: Setting a New Standard for Character Copyrightability, 41. *Santa Clara L. Rev.* 341. 2000. Disponível em: <http://digitalcommons.law.scu.edu/lawreview/vol41/iss2/2>. Acesso em 27/12/2018.
- CARDOSO, J. B. F. No muro, na roupa, na pele: o personagem na paisagem urbana. In: *Revista Comunicação & Inovação*. São Caetano do Sul: USCS, 2016. p. 73-91, 2016. Disponível em: http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/3915. Acesso em: 27/12/2018.
- DANTO, A. C. *Após o fim da arte: a arte contemporânea e os limites da História*. São Paulo: Odisseus Editora, 2006.
- FINDLAW. *Protection of Graphic Characters*. 2018. Disponível em: <https://corporate.findlaw.com/intellectual-property/protection-of-graphic-characters.html>. Acesso em 26/12/2018.
- GORDON, I. *Comic Strips and Consumer Culture – 1890-1945*. Washington: Smithsonian Institution Press, 1998.
- LALOR, C. J. (1995). *Copyrightability of Cartoon Characters*. PTC Research Foundation of the Franklin Pierce Law IDEA: The Journal of Law and Technology.
- LASSALA, G. *Pichação não é pixação*. São Paulo: Altamira, 2017.
- MANCO, T.; NEELON, C. *Graffiti Brasil*. London: Thames & Hudson, 2005.
- MAZUR, D; DANNER, A. *Quadrinhos: história moderna de uma arte global*. São Paulo: Martins Fontes, 2014.
- RAMOS, C. M. A. *Grafite, pichação & CIA*. São Paulo: Annablume, 1994.
- STEWART, J. *Graffiti Kings*. New York: Abrams, 2009.
- WACLAWEK, A. *Graffiti and Street Art*. London: Thames&Hudson Ltd., 2011.

