

FRICÇÕES GRÁFICAS: REFLEXÕES SOBRE ESTAMPA E COTIDIANO

Leopoldo Tauffenbach – Unesp

RESUMO

As origens da gravura estão intimamente associadas à necessidade de multiplicar informações de maneira eficiente. Desde a Idade Média, o objeto impresso passou a fazer parte do cotidiano das cidades, influenciando as pessoas e sendo influenciado por elas. A estampa influencia ações e cria relações. Nos dias de hoje, mesmo com o advento das tecnologias digitais, o objeto impresso possui um papel importante no cotidiano ao divulgar bens e serviços de consumo e ideológicos. As ideologias religiosas aproveitam-se imensamente do potencial multiplicador das técnicas de impressão. Igualmente, artistas se aproveitam dos referenciais estabelecidos pelas doutrinas religiosas para subvertê-las usando o mesmo veículo impresso. Ao final, a partir de uma proposta para uma série estampas, questiona-se a relação entre a arte, suportes gráficos e cotidiano.

Palavras-chave: estampa, comunicação, ideologia, cotidiano.

ABSTRACT

The origins of printmaking are closely linked to the need to multiply information efficiently. Since the Middle Age, the printed object became part of the daily life of cities, influencing people and being influenced by them. The printed object influences actions and creates relationships. Today, even with the advent of digital technologies, the printed object have an important role in daily life presenting ideologies, consumer goods and services. The religious ideologies take advantage of printing techniques potential for multiply information. Also, artists take advantage of the benchmarks established by the religious doctrines to subvert them using the same vehicle. In the end, starting from a proposal for a series of prints, we question the relationship between art, printed matter and daily life.

Keywords: *printmaking, communication, ideology, daily life.*

As origens da gravura – como outras técnicas de reprodução de conteúdo, que remetem aos selos de barro sumérios – estão intimamente associadas à necessidade de multiplicar informações de maneira eficiente, alcançando o máximo possível e planejado de receptores. É de se esperar, também, a ausência de alterações substanciais no conteúdo da mensagem, como é comum nos casos em que o conteúdo é reproduzido manualmente. Ao fixar a mensagem em uma peça física capaz de gerar múltiplos idênticos, inaugurou-se um novo período na história da comunicação humana.

No século XIV a Europa vive um período de efervescência das artes gráficas. Livros gravados, imagens religiosas, mapas e cartas de jogo tornam-se populares não só

entre as camadas mais abastadas da população, acostumadas a adquirir obras de arte. O processo de reprodução a partir de matrizes acelera a feitura dos trabalhos e conseqüentemente diminui de modo substancial os custos do produto final, tornando as obras acessíveis às pessoas de baixa renda. Além disso, era possível encontrar a mesma obra circulando por diferentes localidades. Materializadas em papel ou pergaminho, os habitantes de vilas e cidades distantes podiam compartilhar da mesma informação ao mesmo tempo, já que não mais dependiam do deslocamento físico de um mesmo objeto, ou do deslocamento até um determinado local. O homem não mais seguia atrás da informação, mas a informação chegava até ele com a mesma integridade com que alcançava outros sítios ou pessoas.

A gravura, informação estampada, passa a fazer parte do cotidiano, influenciando a dinâmica social, seja pela mensagem que carrega ou pela instalação de gráficas e ateliês, demandando materiais específicos e mão de obra especializada. Da mesma forma, o tipo de mensagem a ser gravada e posteriormente circulada surge de necessidades específicas: o santo venerado localmente poderia receber um tratamento mais adequado ao ter sua história retratada em uma gravura capaz de alcançar devotos de outras localidades, além de dar a oportunidade ao povo de carregar uma imagem para casa por um baixo custo. Aliás, é justamente esse baixo custo que amplia o hábito do colecionismo entre pessoas que, até então, não dispunham de recursos suficientes para montar um acervo, mesmo pequeno, de quadros e esculturas.

Fosse a mensagem estampada de cunho poético ou comercial, sem dúvida a gravura serviu muito à veiculação ideológica. Tal como no exemplo dado acima, muitos fiéis ansiavam pela oportunidade de adquirir uma imagem de seu santo de devoção ou sua passagem mais emblemática da Bíblia. A Igreja Católica logo percebeu o poder que a gravura possuía para carregar sua ideologia de maneira simples e esteticamente agradável, e isso só ficaria mais intenso com a criação da prensa de tipos móveis por Gutenberg. No início do século XVI, Martinho Lutero aproveitou-se do poder das técnicas gráficas para espalhar suas próprias ideias. Além das conhecidas teses de Lutero, a Reforma Protestante contou com milhares de outros impressos ilustrados, originados pelos muitos simpatizantes da causa, destinados à grande maioria iletrada da população daquele período. Igualmente, a

imprensa teve um papel fundamental no processo que culminou na Revolução Francesa. Não só o conhecido jornal de Jean-Paul Marat, “L’Ami du peuple”, teve um papel fundamental na disseminação dos ideais e diretrizes revolucionárias, mas também gravuras realizadas por artistas populares que retratavam os novos heróis da revolução e ridicularizavam a corte em caricaturas grotescas. De gravuras originais às de tradução, passando por retratos, paisagens, caricaturas e arabescos, chegando à propaganda de produtos e ideais, a estampa se estabeleceu como primeira mídia de comunicação de massa da História.

Nos dias de hoje, mesmo com o advento das tecnologias digitais, o número de impressos não diminuiu, mas aumentou. O usuário comum tem à sua disposição inúmeras opções de impressoras domésticas de baixo custo e manutenção simples, com qualidade que se aproxima daquilo que se espera de algo considerado profissional. Por outro lado, a indústria gráfica, que antes priorizava as grandes tiragens para compensar os altos custos, hoje é capaz de atender clientes com necessidades de pequenas tiragens devido ao barateamento da produção provocada pela informatização dos processos gráficos.

Da mesma forma que a indústria se informatizou, a gravura artística também se voltou às tecnologias digitais para a criação de peças poéticas. Desde os anos 60, com Waldemar Cordeiro e Richard Hamilton, a estampa passa a um novo estágio com a utilização de tecnologias digitais e interfaces impressoras. Essas novas obras, as infografias, mais uma vez colocam em pauta a antiga discussão sobre a utilização de tecnologias e métodos populares ou industriais na confecção de obras de arte. Para citar um episódio marcante, em 1992 o artista britânico produziu uma obra intitulada “Just what is it that makes today's homes so different?”, uma releitura de sua famosa colagem de nome similar, produzida em 1956. A obra fora criada por ocasião da participação de Hamilton em uma série da BBC, onde demonstraria o uso de tecnologias digitais na confecção de obras de arte. Foram produzidas 5000 cópias por meio de máquinas de reprodução eletrostática laser de uso comercial, que foram posteriormente distribuídas a telespectadores que ligaram para a emissora manifestando interesse em possuir um exemplar. Dois pontos merecem atenção neste episódio. Um diz respeito à interface utilizada por Hamilton, não muito diferente de qualquer máquina copiadora colorida encontrada em uma gráfica

expressa. Outro é a enorme tiragem e sua distribuição gratuita, algo inesperado dada a importância de Hamilton no cenário artístico e, principalmente, no mercado de arte. Aqui, Richard Hamilton retoma as características populares e democráticas características do princípio da estampa: informação impressa, barata e multiplicada aos milhares para abarcar o maior número possível de receptores.



Figura 1: “Just what is it that makes today’s homes so different?”. Infografia colorida impressa a laser de 1992, de autoria de Richard Hamilton.

Os grandes centros urbanos são, em geral, equipados com uma enorme estrutura cultural que vai dos próprios artistas aos meios de exibição e divulgação das obras e eventos. Além dos meios digitais, os habitantes destes centros são inundados com materiais impressos de diversas naturezas. Em uma metrópole como São Paulo, a oferta de bens e serviços culturais é tamanha que, não raro, informações importantes que passam por nossos sentidos acabam sendo avaliadas como ordinárias. Arte, como manifestação sublime, é ofuscada pela banalização e repetição dos eventos cotidianos.

Dos diversos impressos comumente encontrados nos grandes centros urbanos, devemos aqui destacar três tipos por suas altas propriedades circulatórias e o baixo

custo de produção: os cartazes, os panfletos ou volantes, e os santinhos. Em todos os casos podem servir à divulgação de bens e serviços comerciais ou ideológicos. Outra característica comum importante é que todos buscam transmitir a informação indiscriminadamente a transeuntes, sem distinção de credo ou condição social do receptor. Os cartazes caracterizam-se pela fixação em um ponto que privilegie a fácil visibilidade por pessoas em trânsito. Seu tamanho varia muito, mas normalmente apresenta um tamanho mínimo de 20 cm por 30 cm. Por outro lado, esse é o tamanho máximo dos volantes ou panfletos, que são geralmente distribuídos pessoalmente a transeuntes. Já os santinhos, que não costumam ultrapassar as dimensões de 10 cm por 7 cm, podem ser distribuídos ou deixados em quaisquer locais considerados estratégicos pelo agente veiculador para que possa ser retirado à vontade pelo público.

Em todos os casos, a mensagem influencia diretamente as ações posteriores ao seu recebimento. Podemos concluir que ela não possui relevância, o que nos obriga a tomar uma decisão em relação ao impresso. Ignoramos e tentamos seguir a programação prévia no caso de um cartaz; jogamos fora ou guardamos o volante para posterior reavaliação; ou decidimos pegar ou não pegar o santinho. Isso, claro, dentro de um rol de opções que julgamos previsíveis. Após tantos anos convivendo com este tipo de meio de comunicação, possuímos um leque de ações pré-programadas para enfrentar cada situação. Mas podemos ser pegos de surpresa caso a mensagem não corresponda às nossas expectativas, o que nos levaria a reavaliar nossas possibilidades de ações e, talvez, obrigar-nos a tomar decisões até então inéditas.

Como dito anteriormente, os impressos de uso cotidiano podem servir à divulgação de bens e serviços comerciais ou ideológicos. Não são incomuns, portanto, aqueles de natureza ideológico-religiosa. São estes os que, justamente, possuem em sua própria essência uma mensagem cujo conteúdo pede a reavaliação dos pensamentos e das ações pré-programadas do receptor. A mensagem comumente assume um caráter redentor, com promessas de transformação da dinâmica cotidiana presente e consequentes recompensas. Ao contrário do que se possa imaginar, não existe em todos os casos a necessidade de conversão religiosa permanente. Muitos serviços são oferecidos com a finalidade de se resolverem

problemas pontuais, como dificuldades financeiras, insatisfações amorosas e tomada urgente de decisões. Os responsáveis por tais feitos alegam a capacidade de contato privilegiado com forças sobrenaturais, sem que necessariamente partilhem da mesma base religiosa. Podem ser cristãos ou influenciados por cultos afro-brasileiros. Independentemente da formação do médium que oferece o serviço, o que importa àquele que o procura é a eficiência do trabalho e o fato de não haver necessidade de conversão permanente.



Figura 2: Volante e cartaz de orientação religiosa.

Há poucos anos surgiram impressos que usavam o mesmo formato e linguagem dos impressos de conteúdo religioso com propósito claramente humorístico. Sem autoria detectável, esses trabalhos subvertiam o conceito das mensagens ideológico-religiosas, denunciando o possível charlatanismo que envolve alguns dos serviços espirituais oferecidos. Um cartaz que ficou famoso, principalmente pela divulgação massiva nas redes sociais, anunciava a habilidade de trazer a pessoa amada por meios violentos. Outros impressos ridicularizavam as supostas habilidades dos médiuns anunciando feitos impossíveis ou ilícitos, como a possibilidade de dar resultados de loterias, curar doenças fictícias ou fazer desaparecer multas de trânsito. Um desses impressos, no entanto, chamou a atenção a partir do segundo

semestre de 2011. Um cartaz anunciava os serviços espirituais de Mãe Duchampa, especializada em resolver questões pertinentes ao mundo da arte. Aqui, pela primeira vez, temos indicações claras de intenções poéticas evidenciadas pelos elementos referenciais e pela linguagem específica. O projeto, sem autoria declarada, começa com o cartaz, mas se expande posteriormente para outras mídias, como a internet, onde é possível acessar um site que abriga um vídeo institucional da mãe de santo e páginas em redes sociais.

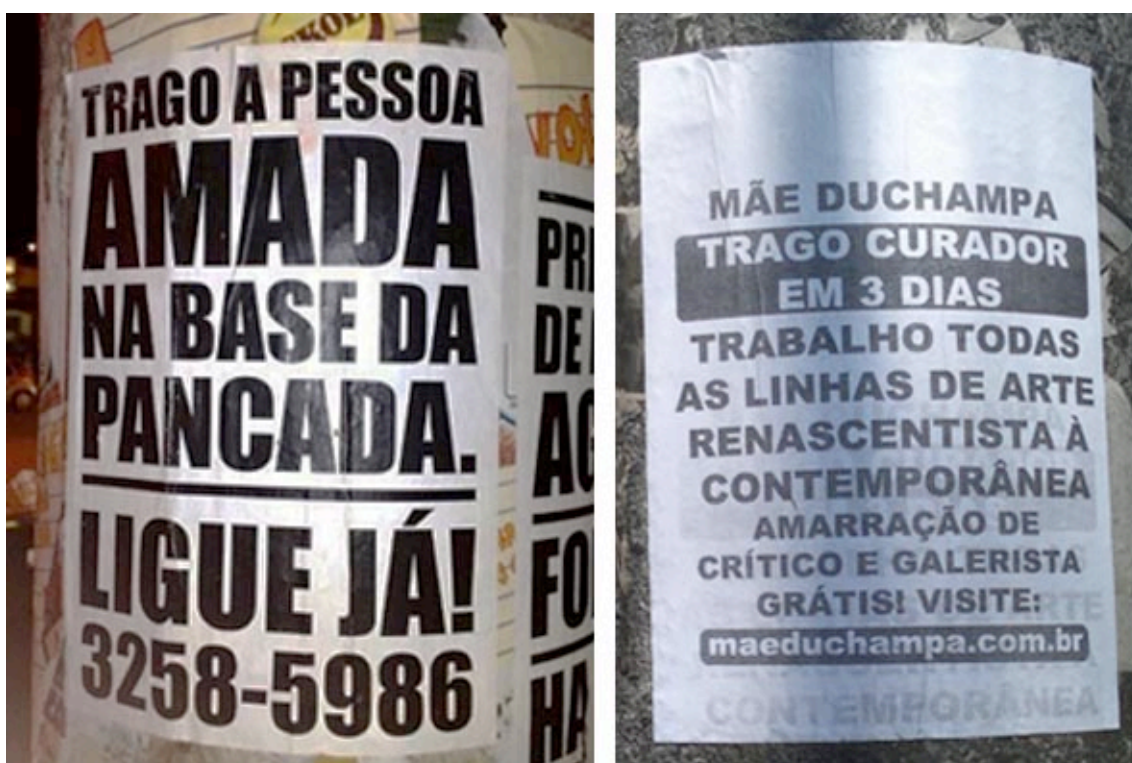


Figura 3: À esquerda cartaz de autoria indeterminada que satiriza os impressos de orientação religiosa e à direita cartaz de divulgação do projeto Mãe Duchampa.

O projeto Mãe Duchampa não é a único que utiliza o formato de impressos cotidianos como plataforma poética. Criado em 2009, sob coordenação dos artistas Marcelo Heleno e Cleiri Cardoso, o Projeto Volante propunha a distribuição de gravuras à maneira de panfletos em locais de aglomeração. Inicialmente pensado para atingir apenas o público das redondezas do ateliê onde nasceu, hoje o projeto está em sua terceira edição e é executado na cidade de Quebec, no Canadá.

Na mesma época da primeira edição do Projeto Volante, como parte do meu trabalho poético originado durante minha investigação de mestrado, apresentei uma

série de infografias editadas em diferentes formatos, com variadas técnicas e materiais. O tema das infografias partia de uma revisão poética da imagem dos santos católicos sincretizados na umbanda paulista. Uma das edições apresentava as imagens no formato tradicional dos santinhos católicos (7 cm x 10 cm), e eram impressos em interfaces comerciais a laser. Desde então, os santinhos, que não possuem tiragem definida, são reeditados de acordo com a oportunidade. Embora não sejam comercializados, não foi estabelecido nenhum critério para sua distribuição. A cada ocasião as imagens são veiculadas de maneira diferente. Podem ser dadas diretamente aos receptores, ou colocadas em locais aleatórios sem supervisão posterior. De modo geral, as obras são bem recebidas mesmo pelas pessoas que desconhecem o conceito do trabalho e o artista. Pode-se somente especular que isso se deva à semelhança das imagens com as imagens católicas. Se este dado se confirmar, mais uma vez temos a imagem impressa atendendo às expectativas do receptor por estar de acordo com padrões esperados do público.

Agora, durante a investigação de doutorado, os santinhos são revistos e são novamente apresentados com o objetivo de se distanciarem dos referenciais católicos, na tentativa de subverter a iconografia iniciática característica desse tipo de publicação. Em conformidade com as características plurais que formam as bases religiosas brasileiras – que juntam o repertório europeu, africano e indígena – as imagens tentam se apropriar menos dos símbolos cristãos, ressaltando o caráter dito pagão, na esperança de subverter ideologicamente o formato da obra impressa.



Figura 4: À esquerda imagem de Santa Bárbara/lansã que integra a série de santinhos de 2009. À esquerda exemplar da série de 2012 representando São Sebastião/Oxossi.

Longe de tentar estabelecer definições, o objetivo principal desta nova fase da investigação é questionar nossas fruições cotidianas a partir de obras impressas de grande circulação. Onde arte e cotidiano se encontram e friccionam, o público é colocado em uma posição de revisão que, de acordo com a disposição, pode ir dos questionamentos mais banais até aqueles mais profundos: os que acabam transformando o ser humano em profundidade e, conseqüentemente, seu entorno também.

Referências

BOURRIAUD, Nicolas. *Estética relacional*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

GOMBRICH, Ernst H. *A história da arte*. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

HAMILTON, Richard. *New technology and printmaking*. London: Edition Hansjorg Mayer, 1998.

JUST what is it that makes today's homes so different?. In: TATE online. Disponível em: <<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=20837&searchid=9432&tabview=text>>. Acesso em: 20 mar. 2012.

MÃE Duchampa. Disponível em: <www.maeduchampa.com.br>. Acesso em: 20 mar. 2012.

PAREYSON, Luigi. *Os problemas da estética*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

PARSHALL, Peter; SCHOCH, Rainer. *Origins of european printmaking: fifteenth-century woodcuts and their public*. Washington: National Gallery of Art, 2005.

PROJETO Volante. Disponível em <<http://projetovolante.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 20 mar. 2012.

RESENDE, Ricardo. *Desdobramentos da gravura contemporânea*. In: *Gravura: arte brasileira do século XX*. São Paulo: Cosac & Naify / Itaú Cultural, 2000.

TAUFFENBACH, Leopoldo. *Sincretismo digital: considerações sobre uma série de infografias impressas*. In: *Revista Visualidades*. V. 6, n. 1 e 2. Goiânia: UFG – FAV, 2008.

Leopoldo Tauffenbach

Mestre em Artes Visuais na linha de pesquisa Processos e Procedimentos Artísticos pelo Instituto de Artes da Unesp e doutorando, sob orientação do Prof. Dr. Milton Terumitsu Sogabe, pela mesma instituição. Estudou gravura com Evandro Carlos Jardim, Norberto Stori, Claudio Mubarac e Joan Barbarà. Atualmente é docente universitário e pesquisa a utilização de tecnologias digitais na criação de estampas artísticas.