

≡



exame.

Revista Exame

Cores sobre o cinza

Com as ruas vazias pela pandemia, o grafite passa a ser visto — e mais valorizado — nos canais digitais



Banksy: enfermeiras são as novas heroínas no universo da pandemia (Banksy/Divulgação)



Guilherme Dearo

Publicado em 21 de maio de 2020 às 05h15.

Última atualização em 12 de fevereiro de 2021 às 13h00.

A quarentena e a pandemia do novo **coronavírus** têm criado situações inéditas para artistas que trabalham com street art. No Autódromo de Interlagos, um mural de 27 metros de altura do artista brasileiro Eduardo Kobra em homenagem ao piloto Ayrton Senna foi inaugurado no dia 12 de maio. Mas nada de público e champanhe: a estreia do mural foi totalmente virtual, divulgada nas redes sociais. Também em São Paulo, a dupla Os Gêmeos, dos irmãos Otávio e Gustavo Pandolfo, estava prestes a ganhar uma mostra na Pinacoteca de São Paulo, mas os planos foram suspensos quando os museus paulistas fecharam as portas. Enquanto isso, o britânico Banksy, o grafiteiro mais famoso do mundo, teve de usar o Instagram para revelar suas duas obras mais recentes. A primeira é uma intervenção no banheiro de casa, acompanhada da legenda “Minha mulher odeia quando eu trabalho de casa”. A segunda é um quadro que correu o mundo. Deixado no hospital da Universidade de Southampton, o desenho mostra um menino que resolveu colocar Batman e Homem-Aranha de lado para brincar com seu novo herói, ou melhor, heroína: a enfermeira na linha de frente no combate à pandemia.

Contudo, a situação mais fora da curva para o mundo da street art é, claro, a impossibilidade de ir para a rua trabalhar. Enquanto todos mantêm a quarentena, inclusive os artistas, muros, grandes murais e empenas ficam longe dos olhos do público e não cumprem a missão de ser um sopro de criatividade em meio ao caos urbano e aos paredões cinzentos. Para driblar a situação, Kobra criou uma arte no muro de seu estúdio em São Paulo. A obra Coexistência apresenta cinco crianças usando máscaras. Cada uma representa uma religião do mundo, num apelo para a necessidade de fraternidade entre os povos diante da crise atual. A mensagem viralizou nas redes sociais e foi parar em jornais árabes, israelenses e também no Vaticano. O artista aproveitou o momento para criar uma feira virtual de obras em parceria com duas ONGs e conseguiu ajudar 17.000 moradores de rua.



Obra de Banksy: enfermeiras são as novas heroínas no universo da pandemia | Reprodução Instagram

O mercado de arte contemporânea está conseguindo sobreviver, e muito bem, no ambiente virtual. Muitas compras nesse segmento já aconteciam sem que o interessado tivesse visto a obra ao vivo, apenas por imagens nas redes sociais. Mesmo com museus e galerias fechados, a quarentena não alterou tanto esse cenário. A mesma coisa não acontece com tanta facilidade com a street art, um mercado onde a graça é estar na rua em contato com o público. Trabalhos por encomenda vindos de marcas e empresas estão atualmente suspensos, assim como os festivais, entre eles o importante Mural Festival, em Montreal. Em 2019, Kobra recebeu convites de trabalho para mais de 40 países e havia montado uma agenda que incluía cerca de 20 deles em 2020. Ele passaria por Espanha, México, França, Estados Unidos e Emirados Árabes Unidos, entre outros países. Tudo foi cancelado. “Em 30 anos de carreira, é a primeira vez que paro de trabalhar. É triste ver artistas em começo de carreira sem trabalho, sem dinheiro e sem poder ir para a rua. Porque todos trabalham por prazer. Com patrocínio ou não, todos vão para as ruas pintar”, afirma.

Para Luan Cardoso, empresário fundador da produtora Nalata, que trabalha com artistas de arte urbana, a pandemia foi um choque para muitos artistas, que não previram que uma impossibilidade absoluta de trabalhar pudesse algum dia acontecer. Ele estava organizando o primeiro festival Nalata, que começaria em abril em São Paulo e contaria com artistas nacionais e internacionais em eventos no Largo da Batata, no Parque do Povo e na Avenida Faria Lima, entre outros locais. Doze prédios seriam pintados simultaneamente durante o evento. Foi preciso colocar tudo em modo de espera. “Muitas marcas que patrocinam artistas e eventos de street art já avisaram que só voltarão a investir nisso em meados de 2021. Mas algumas perceberam a importância de manter contato com o movimento e planejam investimentos no segundo semestre”, diz Cardoso, que pouco antes da quarentena havia trabalhado com artistas como Mundano, Enivo e Speto. Ele tem conversado com diversos artistas brasileiros e a situação é crítica. “É bem assustador. Recebo mensagens de muitos que perceberam a gravidade. Viram que até os grafiteiros mais famosos na Europa estavam ficando sem dinheiro e que aqui está acontecendo a mesma coisa. Sem reservas no banco, eles estão procurando trabalho em outras áreas. Por sorte, é um meio sem competição. Todos são amigos e buscam se apoiar”, conta.

Diante dessa nova realidade, é preciso se adaptar. Para Marina Bortoluzzi, uma das fundadoras da plataforma Instagrafite, que patrocina projetos com artistas e cuida da conta do Instagram com mais de 1 milhão de seguidores, a quarentena forçará o setor artístico a se atualizar e a entrar no mundo virtual e da tecnologia. “Os artistas estão percebendo que não podem depender somente da rua. Porque um dia talvez não seja possível trabalhar nela. Então eles precisam pensar em outras opções e não devem ser aquelas pessoas que não usam redes sociais. É necessário criar um site próprio para divulgar e vender seus trabalhos. Precisam colocar seu catálogo na internet, firmar parcerias com sites de vendas de obras de arte”, analisa. Para ela, artistas que antes só trabalhavam com grandes murais devem pensar em alternativas: trabalhos com telas pequenas e serigrafias para vender pela internet; arte digital que possa ser projetada em fachadas de prédios usando a técnica do mapping; lives para criar obras interativas com o público dentro de casa que depois possam ser leiloadas.

Para Bortoluzzi, a quarentena deixará algumas marcas definitivas no mercado de arte urbana, como o aumento das vendas pela internet, com artistas divulgando seu trabalho para além da conta no Instagram; a onda de lives mostrando aos artistas que, no futuro, será possível monetizar vídeos produzidos no YouTube e em outros canais; e a arte digital ficando mais em evidência, com artistas explorando trabalhos feitos via redes sociais e outras tecnologias. “Depois que passar a quarentena, eles voltarão para a rua, mas com pensamento tecnológico. Claro, muitos farão pinturas tradicionais, mas outros vão buscar novidades como sites de realidade aumentada, fotos 360 graus e instalações interativas com o público”, diz.



Coexistência, de Kobra: crianças de diferentes religiões fazem apelo por um mundo unido | Rebeca Reis/AGIF/Folhapress

O setor acredita que a arte urbana sairá fortalecida da quarentena, quando as pessoas vão perceber com mais clareza o valor do espaço coletivo. “Quando todos estão prisioneiros, entendem o poder de caminhar pelas ruas. Ficaremos mais sensíveis à cidade depois de tudo isso”, analisa Kobra. Cardoso acredita que o mercado vai crescer. “Primeiro porque as pessoas vão aproveitar mais os programas ao ar livre e descobrir os desenhos e os detalhes que antes elas não percebiam. A arte urbana será valorizada. Segundo, porque a quarentena mostrou para todos que é importante cuidar da própria casa. Reformar, pintar, decorar. Neste instante, há outras prioridades. Emprego, renda, comida. Mas, passada a crise, as pessoas vão descobrir que dá para contratar muitos dos artistas de arte urbana para criar coisas na parede da própria sala”, analisa. Para Kobra, o público que valoriza a arte urbana precisa lembrar, também, que pode retribuir os artistas em momentos de dificuldade. “Arte é fonte de inspiração para seguir adiante, mesmo no caos. É hora de o público incentivar o trabalho daquele artista independente, ir ao Instagram dele e elogiar uma obra, mostrar seu apoio e carinho. E quem tiver condição que compre um trabalho desse artista”, diz.