

Cartazes de lambe-lambe artesanais na memória gráfica do Rio de Janeiro: um estudo de caso sobre a produção de Fernando Baranda

Handmade lambe-lambe posters in the graphic memory of Rio de Janeiro: a case study on the production of Fernando Baranda

Pedro Sánchez^I , Alberto Pereira^{II} 

RESUMO

Este artigo apresenta um estudo de caso sobre a produção gráfica de Fernando Baranda, letrista, cartazista e serígrafo que, desde a década de 1990, atua na cidade do Rio de Janeiro (RJ) produzindo e veiculando cartazes de lambe-lambe. O presente trabalho situa-se na intersecção entre a memória gráfica e a cultura da impressão, compreendidas, respectivamente, como um campo de estudo em ascensão e um conjunto de práticas e saberes. A pesquisa baseia-se em um acervo de centenas de imagens de cartazes de 2008 a 2012, além de entrevistas com o agente estudado, realizadas de forma independente, em junho de 2010 e outubro de 2024. O artigo buscou destacar os valores estéticos dos objetos analisados, as características processuais, as soluções gráficas e as adaptações formais e informais diante dos impactos sociopolíticos e econômicos e levantar uma discussão sobre o(s) uso(s) da rua como aparato visual.

Palavras-chave: Cartazes de lambe-lambe. Cultura da impressão. Intervenção urbana. Serigrafia.

ABSTRACT

This article presents a case study on the graphic production of Fernando Baranda, a letterer, posterist and silk screen printer who, since the 1990s, has worked in the city of Rio de Janeiro producing and publishing lambe-lambe (paste-up) posters. The present work is located at the intersection between graphic memory and printing culture, understood, respectively, as a growing field of study and a set of practices and knowledge. The research is based on a collection of hundreds of images of posters, between 2008 and 2012, as well as interviews with the agent studied, carried out independently, in June 2010 and October 2024. In this sense, the article seeks to highlight the aesthetic values of the objects analyzed, the procedural characteristics, graphic solutions and the formal-informal adaptations in the face of sociopolitical and economic impacts and raise a discussion about the use(s) of the street as a visual apparatus.

Keywords: Wheatpaste posters. Print culture. Urban intervention. Silkscreen.

^IUniversidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Design, Escola de Belas Artes – Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mail: gravadoramador@gmail.com

^{II}Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mail: comigo@albertopereira.com.br

Recebido em: 17/02/2025. Aceito em: 25/04/2025

Este artigo apresenta um estudo de caso sobre a produção gráfica de Fernando Baranda, letrista, cartazista e serígrafo que, desde a década de 1990, atua na cidade do Rio de Janeiro (RJ) produzindo e veiculando cartazes de lambe-lambe. Lambe-lambe é o nome dado ao método de fixação da imagem impressa, por meio de cola industrial ou artesanal, normalmente feita em locais públicos. Varia quanto a técnica, tamanho e formato. Pode ser impresso artesanalmente, em gráfica comercial ou ainda escrito ou pintado à mão, ser preto e branco ou colorido, retangular, quadrado ou irregular, adaptando-se à ilustração ou mensagem inscrita. A técnica é tradicional e utilizada tanto para fins publicitários quanto artísticos (Navarro, 2016).

O estudo insere-se no âmbito do Grupo de Pesquisa em Táticas Visuais, criado em 2024, do qual fazem parte seus autores, e do encontro de investigações desenvolvidas por estes: a tese de doutorado, *Gráfica de rua: estratégias e táticas na cultura visual de rua do Rio de Janeiro*, de Pedro Sánchez Cardoso, realizada no Programa de Pós-Graduação em Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, em 2012, e o curta documental *Filme em cartaz*, produzido e dirigido por Alberto Pereira e Debora Herszenhut, por meio do Edital de Cultura Paulo Gustavo nº 05/2023, que dispôs sobre o apoio à execução de obras audiovisuais no estado do Rio de Janeiro.

O texto posiciona-se no encontro entre a memória gráfica e a cultura da impressão, entendidas respectivamente como campo — florescente — de estudo e conjunto de práticas e saberes (Leschko *et al.*, 2014; Fonseca, 2021). Nesse sentido, buscamos ressaltar os valores estéticos dos objetos analisados, além das características processuais e soluções gráficas e projetuais encontradas em meio à materialidade específica de sua técnica e de seu suporte principal. Além dessa articulação, procuramos estabelecer o cruzamento com a cultura visual, mais especificamente com aquilo que chamamos de cultura visual de rua.

O grupo de pesquisa mencionado se propõe a investigar, trazer para o ambiente acadêmico e discutir uma série de práticas e objetos culturais que, em muitos sentidos, extrapolam as configurações formais de obras e dispositivos estabelecidos.

Majoritariamente, as manifestações visuais abordadas encontram na rua seu local privilegiado de acontecimento e ação. A rua é encarada como aparato visual, ou seja, como um dispositivo que condiciona a experiência de um evento visual e o observador (Mirzoeff, 2000). “Quando me engajo em um aparato, em uma mídia ou uma tecnologia visual, experimento uma experiência visual. Por experiência visual eu entendo a interação do signo visual, da tecnologia que permite e sustenta aquele signo e o observador” (Mirzoeff, 2000, p. 20).

Michel de Certeau (2003), na sua obra, *A invenção do cotidiano*, aponta para a compreensão do campo da cultura como uma arena em que conflitos sociais são constantemente negociados e sublinha a distinção entre dois tipos de operação — as “táticas” e as “estratégias”. A diferença entre elas diz respeito a uma diferença de forças. As táticas são as manobras de atuação levadas adiante por agentes que

encontram nos desvios operados no uso, durante o processo de recepção e de apropriação, sua chance de ação.

Chamo de “estratégia” o cálculo das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer é isolável de um “ambiente”. Ela postula um lugar capaz de ser circunscrito como um próprio e portanto capaz de servir de base a uma gestão de suas relações com uma exterioridade distinta. [...] Denomino, ao contrário, “tática” um cálculo que não pode contar com um próprio, nem portanto com uma fronteira que distingue o outro como totalidade visível. A tática só tem como lugar o do outro. [...] Ela não dispõe de base onde capitalizar os seus proveitos, preparar suas expansões e assegurar uma independência em face das circunstâncias. [...] O que ela ganha, não o guarda. Tem constantemente que jogar com os acontecimentos para os transformar em ocasiões. Sem cessar, o fraco deve tirar partido de forças que lhe são estranhas (Certeau, 2003, p. 46-47).

Nesse sentido, a apropriação da rua como aparato visual é entendida como “operação tática” (Certeau, 2003) e implica a conquista de um “meio de publicidade” alternativo, pelo qual diversos agentes encontram a possibilidade de representar-se visual e discursivamente (Cardoso, 2012), num processo de construção de contralegitimidades (Bourdieu, 2009).

Assim, mais do que espaço físico, parte estrutural da malha urbana, a rua é aqui entendida como lugar de construção de significados, de busca por meios alternativos de circulação de imagens, objetos e práticas culturais, constituindo-se como um “campo cultural autônomo”, ou seja, como um espaço simbólico em que significações são disputadas e representações afirmadas (Bourdieu, 2009). É o que procuramos demonstrar em relação ao caso por nós estudado. Voltemos então a ele.

Fernando Baranda trabalha há mais de 50 anos como cartazista. Autodidata, começou na adolescência como letrista, pintando à mão cartazes para equipes de som no bairro onde vivia e com o tempo descobriu na serigrafia um método eficiente de reprodução gráfica e no lambe-lambe um meio poderoso de veiculação de informação. Desde a década de 1990, Baranda oferece os serviços de elaboração, produção, impressão e colagem de cartazes informativos na cidade do Rio de Janeiro. Embora ainda trabalhe com lambe-lambe, passou, há pouco mais de cinco anos, a imprimir digitalmente seus cartazes. Nosso estudo se volta àquele momento anterior. O material que analisamos é constituído dos cartazes de lambe-lambe impressos em serigrafia que, espalhados por ruas de todo o município do Rio de Janeiro — da zona oeste à zona sul, passando pela zona norte e pelo centro —, por cerca de 20 anos fizeram parte da “paisagem gráfica da cidade”, como um sistema adjacente à comunicação visual formal característica desse ambiente visual (Till; Segre, 2011).

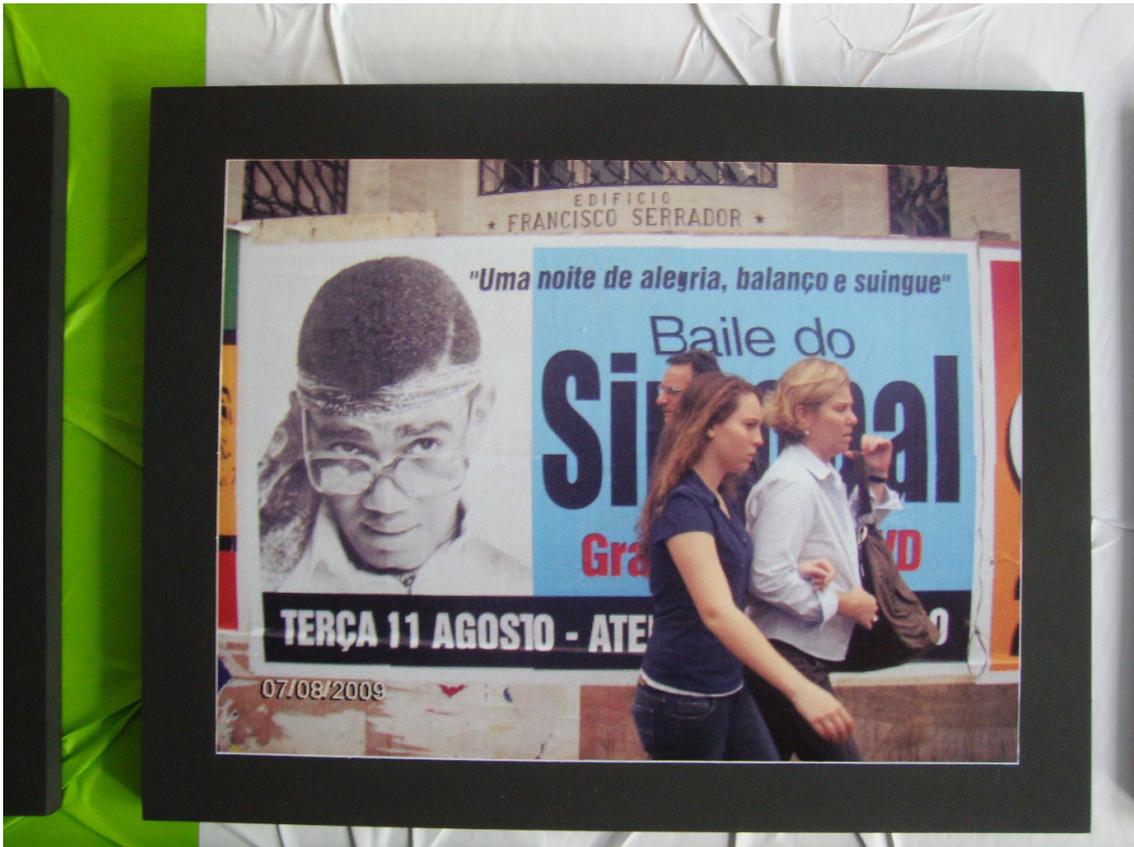
O conjunto de elementos gráficos de uma cidade abarca segmentos relacionados à sinalização (de ruas e logradouros, trânsito, advertência/perigo, serviços, obras, identificação de edifícios, locais de interesse etc.); ao mobiliário e equipamentos urbanos; à publicidade oficial e de empresas públicas e privadas com raio de ação local, regional ou internacional; à in-

terferências como o grafite, pichações, pinturas murais ou exposições; aos anúncios informais executados por letristas ou micreiros, entre outros. As informações têm como suporte bases fixas ou em movimento e podem ser permanentes ou efêmeras, inserindo-se no corpo da cidade e criando uma enorme textura comunicacional, a qual desejamos compreender melhor (Till; Segre, 2011).

Muitos de nós que vivemos no Rio de Janeiro ou o visitamos nesse período, especialmente aqueles — entre os quais deve estar a imensa maioria dos leitores — que têm alguma relação afetiva com o mundo do *design* visual, somos capazes de resgatar uma imagem mental daqueles objetos gráficos que tinham o nosso tamanho, que anunciavam sobretudo eventos culturais, como *shows*, lançamentos de CDs e DVDs, festivais ou exposições de arte, em grandes tipografias de cores chapadas e vibrantes, eventualmente articuladas a imagens fotográficas, e lançavam mão de uma figura de linguagem com a qual o nome do bairro onde se daria o evento assumia o nome do estabelecimento comercial que o realizaria. O que talvez poucos de nós sabemos é que esses objetos foram produzidos por uma mesma empresa, localizada num fundo de quintal de uma casa no bairro de Engenho de Dentro, na zona norte da cidade, e impressos artesanalmente em serigrafia, uma técnica milenar de impressão, e que a metonímia procurava desviar de uma possível contravenção envolvida em sua veiculação.

Hollis (2000) descreve o cartaz como o mais simples dos veículos gráficos, por ser constituído apenas de “folha avulsa, sem dobras e impressa de um lado só”. Um cartaz, enquanto objeto de *design* gráfico, pertence à categoria da apresentação e da promoção, na qual imagem e palavra precisam ser econômicas e estar vinculadas a um significado único e fácil de ser lembrado. Nas ruas das crescentes cidades do século XIX, eram uma expressão da vida econômica, social e cultural, competindo entre si para atrair compradores para os produtos e público para o entretenimento. Hollis (2000) ainda explica que ao longo de vários séculos podemos observar nas artes gráficas três funções básicas que sofreram tão poucas alterações quanto o alfabeto romano. A principal função é identificar: dizer o que é determinada coisa, ou de onde ela veio. A segunda consiste em informar e instruir, indicando a relação de uma coisa com a outra. A terceira função é apresentar e promover, prender a atenção. Em complemento, Moles (2004) afirma que o cartaz é a imagem de um jogo visual argumentando com o espectador por meio de sua capacidade de sedução.

Os cartazes de Baranda eram formados por dez folhas de 96 × 66 cm cada um, constituindo duas fileiras de cinco folhas. Eram impressos separadamente, sendo reservada em cada folha uma margem de alguns centímetros para sobreposição na montagem. Compostos, atingiam 1,90 m de altura × 3,20 m de largura, um formato que dialoga perfeitamente com o ambiente em que seria inserido — a rua —, podendo ser lido com clareza tanto por quem passa de automóvel quanto pelos pedestres (Figura 1). Como nos conta o autor, esse formato foi adotado em 2005:



Fonte: Cardoso (2012).

Figura 1. Lambe-lambe de Baranda colado na rua.

Antes eu fazia cartazes menores, de uma folha, de duas. Mas com o tempo cheguei à conclusão de que fazer um cartaz com dez folhas era bem mais interessante do que fazer dez cartazes de uma folha apenas. O cartaz é da altura dos muros, dos tapumes. E do tamanho das pessoas que estão passando também. A maioria dos tapumes tem no máximo 2 metros. Ninguém faz um tapume de 4 metros, então não adianta você querer fazer um cartaz de 2,5 metros de altura, porque você não vai encontrar onde colar. Essas coisas você vai aprendendo na prática, mesmo (Baranda, 2010).

Cada folha era impressa de telas de serigrafia gravadas na própria oficina, em um sistema que associava um *software* de vetorização de imagens e uma impressora de corte de filmes — equipamentos tecnologicamente de ponta na época — a um uso extremamente rústico da serigrafia.

Ferreira (1994) caracteriza a serigrafia como um procedimento de “gravura à estampilha”, no qual a imagem é estampada por intermédio de uma forma destacada de uma película retida por uma malha esticada em um bastidor. Diferentemente de outras técnicas mais modernas, como a litografia, que têm sua história documentada, a serigrafia é praticada há milênios e sua origem se perdeu no tempo (Eichemberg, 1976). Não nos cabe, portanto, resgatá-la aqui, nem mesmo aprofundar-nos em sua descrição processual. O que nos interessa é sublinhar que, por se tratar de um procedimento de enorme versatilidade, é até hoje extensamente praticado. Em um mundo polarizado, sua aplicação estende-se por extremos opostos

do poderio tecnológico (Santos, 2006). Como aponta o geógrafo Milton Santos (2006, p. 25): “Ao surgir uma nova família de técnicas as outras não desaparecem. Continuam existindo. Mas o novo conjunto de instrumentos passa a ser utilizado pelos novos atores hegemônicos, enquanto os não hegemônicos continuam usando os menos atuais e menos poderosos”.

A serigrafia é hoje amplamente utilizada tanto pela grande indústria, servindo a diversos setores — moda, eletrônica, automotiva, produção de embalagens, entre outros —, como por microempreendedores e produtores criativos que lançam mão de soluções técnicas de baixíssimo custo, muitas vezes improvisadas (Cardoso, 2008).

O arco tecnológico que envolve o sistema desenvolvido por Baranda, que articulava procedimentos de alta e baixa tecnicidade, se manifestava espacialmente em sua oficina. Do escritório principal, onde era realizado o *design* das peças gráficas, vetorizando e separando as camadas, e onde se cortavam e se montavam os filmes de revelação, chegávamos, na parte de trás da casa, ao setor de preparação e gravação das telas de serigrafia, equipado com uma mesa de luz construída artesanalmente, com uma caixa de madeira, lâmpadas de radiação ultravioleta, uma placa de vidro e tendo folhas de compensado e tijolos como sistema de pressão (Figuras 2, 3 e 4).



Fonte: Cardoso (2012).

Figura 2. Processo de gravação da tela de serigrafia, oficina de Baranda.

Se o cartaz tivesse apenas uma cor, era preciso a gravação de dez telas de serigrafia. Mas, para um cartaz produzido por Baranda, que chegava a possuir cinco camadas de cores, poderiam ser necessárias até 50 telas. As Figuras 5 e 6 mostram o cartaz para o *show* de Cat Power, na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro. Para esse cartaz, foram utilizadas três cores — preta, amarela e rosa — e 30 telas. As primeiras 10 para a rosa, outras 10 para a amarela e finalmente outras 10 para a preta, que sobrepõe as outras cores. Esse cartaz exemplifica o tipo de composição que Baranda considera ideal, aquela que é prioritariamente tipográfica.



Fonte: Cardoso (2012).

Figura 3. Processo de impressão da tela de serigrafia, oficina de Baranda.



Fonte: Cardoso (2012).

Figura 4. Continuação do processo de impressão da tela de serigrafia, oficina de Baranda.

A maioria das artes sou eu que faço, mas muita coisa quem ajuda é meu filho. Ele tá fazendo faculdade de Comunicação, então quando tem que procurar foto do artista na internet, por exemplo, é ele que faz, porque ele tem mais familiaridade com esse tipo de manipulação de imagem.

Quando eu faço a arte, o que eu procuro é simplificar a informação. Tem alguns clientes que querem pagar pouco, mas querem um monte de coisas no cartaz. Eu, por mim, trabalhava só com duas cores. Lambe-lambe de rua não tem que ter esse negócio cheio de coisas, isso acaba prejudicando a leitura. Você tem que ser objetivo: lambe-lambe é informação (Baranda, 2010).



Fonte: Cardoso (2012).
Figura 5. Lambe-lambe de Baranda colado na rua 1.



Fonte: Cardoso (2012).
Figura 6. Lambe-lambe de Baranda colado na rua 2.

No começo dos anos 2000, ou seja, pouco antes do recorte temporal do nosso acervo, Baranda começou a introduzir imagens fotográficas em seus cartazes. Nesses casos, era usado um sistema de policromia, no qual a fotografia é interpretada nas quatro cores que compõem o sistema CMYK — ciano, magenta, amarela e preta. Para isso, era terceirizada a impressão dos fotolitos e, por meio deles, gravadas as telas. As Figuras 7 e 8, de cartazes do conjunto Revelação, mostram um exemplo em que podemos ver o uso da policromia articulada às áreas de impressão chapadas de Baranda. Em outros casos, Baranda utilizava filmes de retícula, também impressos fora e reservados para diversos usos, para simular o efeito degradê, como pode ser visto no cartaz da banda Jota Quest (Figura 9).



Fonte: Cardoso (2012).

Figura 7. Lambe-lambe de Baranda colado na rua 3.

Pela articulação destes três artifícios — as áreas chapadas, a policromia e os filmes de retícula —, diversas soluções gráficas eram obtidas, procurando atender às demandas da clientela. No cartaz da banda Ponto de Equilíbrio (Figuras 10 e 11), composto de apenas duas cores, preta e verde, a cor preta preenche toda a área, sendo a imagem do leão formada pela vetorização das camadas em preto e verde em contraste com o branco do papel, não sendo necessária a utilização de fotolito. Já o cartaz para a festa FUNK-SE é composta apenas da imagem fotográfica gravada no fotolito, em duas camadas, das quais foi vazada a informação textual (Figura 12).



Fonte: Cardoso (2012).

Figura 8. Lambe-lambe de Baranda colado na rua (detalhe).



Fonte: Cardoso (2012).

Figura 9. Lambe-lambe de Baranda colado na rua 4.



Fonte: Cardoso (2012).
Figura 10. Lambe-lambe de Baranda colado na rua 5.



Fonte: Cardoso (2012).
Figura 11. Lambe-lambe de Baranda colado na rua (detalhe) 2.



Fonte: Cardoso (2012).

Figura 12. Lambe-lambe de Baranda colado na rua 6.

Eu já trabalho há trinta anos com serigrafia. Não é só saber fazer a coisa e pronto. Tem um monte de problemas que você esbarra, que surgem enquanto você está fazendo o trabalho. Por exemplo, imagina um cartaz desses com todas essas cores que o cliente pede. Se você for fazer direitinho, com uma tela fotografada para cada cor, você vai acabar gastando mais de matéria-prima do que você cobrou ao cliente. Na maior parte das vezes, a segunda cor, eu corto toda à mão, porque senão, se pra cada cor eu fizer um filme, fica muito caro. Às vezes eu trabalho com sobreposição de cores: uma cor unida à outra dá uma terceira. Então, ao invés de ter três impressões na folha, você trabalha com duas só (Baranda, 2010).

As telas nunca eram guardadas. Depois de gravadas e impressas, elas eram colocadas para reutilização. Para isso, era usada uma pistola compressora d'água, que, aplicada contra a tela, lavava a emulsão ali depositada, tornando a tela apta a novos usos. Já os fotolitos terceirizados ficavam arquivados, podendo servir novamente, caso o anunciante quisesse voltar a veicular aquela imagem.

Um exemplo interessante de reutilização criativa do material é o dos cartazes para o Tempo Festival, de teatro contemporâneo, apresentado pela Oi, empresa de telecomunicações. O material gráfico — convites, pôsteres, catálogos — criado para a programação visual do festival lançava mão do corte vazado como recurso, permitindo a leitura de ruídos gráficos — imagens e textos — por detrás da tipografia principal, cujo desenho favorecia o recorte. Para reproduzir esse efeito, Baranda lançou mão dos fotolitos usados, articulando-os de maneira aleatória, como uma camada inferior, em três versões de cores — ciano, magenta e amarela —, sobreposta pelo preto chapado em duas linhas garrafais: TEMPO / FESTIVAL (Figuras 13, 14 e 15).



Fonte: Cardoso (2012).
Figura 13. Lambe-lambe de Baranda colado na rua (detalhe) 3.



Fonte: Cardoso (2012).
Figura 14. Lambe-lambe de Baranda colado na rua (detalhe) 4.



Fonte: Cardoso (2012).

Figura 15. Lambe-lambe de Baranda colado na rua 7.

Tem um monte de soluções que a gente cria na hora, soluções artesanais. Você não aprende isso em cursos, você vai conhecendo isso com o tempo. Com esses anos todos, eu fui compreendendo e enxugando os custos para ter o melhor rendimento.

A gente aqui usa uma tecnologia específica pra o que a gente faz. Na serigrafia você pode usar náilon importado, tinta à base de solvente etc. A gente aqui usa náilon nacional, tinta à base de água, então fica mais barato e menos tóxico (Baranda, 2010).

As soluções desenvolvidas ao longo do seu processo produtivo, contemplando as etapas que vimos até aqui, de elaboração da arte gráfica, preparação das telas, impressão e estendendo-se ao momento de colagem dos cartazes, colocam Baranda como um verdadeiro “artífice”, no sentido apresentado por Sennett (2009). Acompanhando sua atividade na oficina e ouvindo sua fala, vemo-nos diante de um conhecimento técnico desenvolvido, aprimorado — incorporado — em meio ao fazer, de percalços, acidentes de percurso, limitações materiais e econômicas.

Combinando tecnologias milenarmente separadas e terceirizando parte da produção, Baranda constituiu um sistema de produção circular, ideal para o tipo de uso a que se propunha. No período em que a primeira entrevista foi realizada, cerca de dez funcionários trabalhavam diretamente com ele, realizando os serviços de preparação e gravação das telas e impressão. Esta era feita ao fundo da oficina em um alpendre onde haviam sido projetados dois imensos secadores de papel. As cópias impressas eram penduradas duas a duas dobradas sobre uma haste de madeira de 1,5 m de largura, que era então encaixada nos secadores, que ao todo comportavam cerca de 180 impressões (Figura 4).

Nos cartazes com mais de uma de cor, essas cópias voltavam à mesa de impressão para as camadas subsequentes. Terminada essa etapa, os cartazes eram montados, numa espécie de imposição das folhas — elas eram colocadas em ordem para a colagem, ou seja, da esquerda para a direita, começando pela fileira inferior e passando para a superior —, e então dobrados. Estavam agora prontos para serem levados à rua.

Eu gosto desse resultado, de as pessoas ficarem... Entendeu? Gostarem de ver. Teve um evento na Fundação Progresso que fizeram uma enquete na entrada pra saber de que forma a pessoa chegou naquele evento, já que era um grupo da Bahia não conhecido. Então colocaram lá, você veio através do jornal, da rádio ou do lambe-lambe? E não fui eu que fui perguntar, foram eles que me disseram que o lambe-lambe ganhou de disparada: viemos aqui em função de um lambe-lambe na rua. Isso é legal, isso soma, entendeu? (Baranda, 2024).

Assim como em todas as outras etapas do processo, Baranda contava nesse momento com assistentes, porém acompanhava e, muitas vezes, encaminhava pessoalmente a operação.

Diversos tipos de cola podem ser utilizados para a aplicação de cartazes de lambe-lambe — desde aquelas produzidas por materiais com pH neutro, que preservam a composição química do papel, como a de carboximetilcelulose (CMC), um aditivo derivado da celulose, solúvel em água, empregado para diversos fins, desde as indústrias farmacêutica e alimentícia até a área da conservação de livros e obras de arte —, passando por substâncias à base de adesivo vinílico até colas artesanais de baixíssimo custo, como a conhecida como “grude”, feita de farinha de trigo e soda cáustica. Era esta última a utilizada por Baranda. A colagem era (e ainda é) feita exclusivamente na madrugada.

O cartaz fica na rua uns 10 a 15 dias. Os locais são escolhidos em função de onde vai ser o evento. Se for na zona sul, procuramos colar nas redondezas. O valor é dado a partir da quantidade de cartazes que são produzidos, entre 50 e 100. O mínimo de cartazes que eu costumo fazer é de 50. Às vezes passa um desesperado aqui, e eu acabo fazendo só 30. Mas não é bom negócio pra mim, porque eu parto de um custo alto. Já fiz 100, até 200 cartazes para alguns clientes... Mas estes colam os cartazes até em Campo Grande.

Quando é uma quantidade maior, a gente tem até como repor o cartaz, porque vira e mexe eles são rasgados etc., então a gente faz uma espécie de manutenção. O preço, em média, é R\$ 2 mil para 50 cartazes, incluindo a colagem na rua. Mas se tiver cromia esse preço dobra, por conta do custo do fotolito e da impressão.

Eu tenho um funcionário que sai fotografando todos os cartazes para eu mandar pro cliente. Além de passar o roteiro onde estão colados os cartazes, a gente manda essas fotos que é para valorizar o serviço. As fotos são também uma maneira de controlar o trabalho dos meus funcionários (Baranda, 2010).

Parte essencial do serviço oferecido, a colagem dos cartazes fundamentava-se numa operação de apropriação do espaço urbano como meio de publicidade. Uma espécie de mapeamento dos locais de colagem era realizada, situando-os por zonas e bairros, e, após executado o serviço, uma listagem desses pontos era enviada ao contratante. Essa ocupação territorial foi o atrativo que trouxe clientes para

Baranda, como as maiores gravadoras, produtoras culturais e casas de *show* da cidade. Foi também o que lhe garantiu uma considerável independência produtiva e financeira. Realizada de maneira informal, nos limites da lei — *barely legal*¹ —, essa operação lhe colocou paralelamente numa situação de marginalidade.

Em 2009, o recém-assumido prefeito do Rio de Janeiro Eduardo Paes criou a Secretaria Municipal de Ordem Pública, por meio da qual lançou a Operação Choque de Ordem. Conforme o *site* oficial da prefeitura do Rio:

A desordem urbana é o grande catalisador da sensação de insegurança pública e a geradora das condições propiciadoras à prática de crimes, de forma geral. Como uma coisa leva a outra, essas situações banem as pessoas e os bons princípios das ruas, contribuindo para a degeneração, desocupação desses logradouros e a redução das atividades econômicas.

Com o objetivo de pôr um fim à desordem urbana, combater os pequenos delitos nos principais corredores, contribuir decisivamente para a melhoria da qualidade de vida em nossa Cidade, foi criada a Operação Choque de Ordem.

São operações realizadas pela recém criada Secretaria de Ordem Pública, que em um ano de existência vem conseguindo devolver a ordem à cidade (Rio de Janeiro, 2009).

Parte de um programa de intensificação do controle do uso do espaço público, o Choque de Ordem foi uma estratégia administrativa/discursiva de coibição de uma série de práticas que passaram a ser consideradas como desordem urbana. Entre elas, estavam aquelas que se apropriavam do espaço público como aparato visual, como cartazes de rua, lambe-lambe, *banners*, faixas, letreiros e filipetas, que passaram a ser taxados como publicidade irregular. Foi um golpe certo para o sistema produtivo do nosso agente.

Cara, tão passando o cerol direto nos cartazes, principalmente na zona sul. A prefeitura, o Choque de Ordem, a [Companhia Municipal de Limpeza Urbana] Comlurb... Eles estão rasgando, pintando por cima dos cartazes... O próprio cliente já começou a reclamar: "A gente cola o cartaz numa noite, no dia seguinte já foi arrancado. Como pode?". A gente vai lá, repõe, mas não adianta.

Eu não vejo possibilidade de ser 100% legalizado. Existe uma lei para o lambe-lambe, criada pelo Cesar Maia, em 1995. Só que ela é inviável. Ela permite a exibição de cartazes na rua com finalidades culturais, colados em tapumes, desde que o proprietário da obra te dê autorização por escrito. Por exemplo, ali na Barra [da Tijuca], tinha aquele condomínio Riviera, que era o maior ponto de cartazes da gente por lá. Aquilo era do Sérgio Naya. Como é que você vai chegar ao Sérgio Naya e pedir: "Posso colar cartaz no seu tapume?". Como você vai ter acesso a esse cara? Quanto você acha que ele ia cobrar pra cada cartaz colado ali? (Baranda, 2010).

A coibição de seus cartazes, segundo Baranda concentrada da zona sul, se manifestava por meio da sua retirada, rasgando-o ou raspando-o, ou simplesmente pela rasura das informações, ambas realizadas por funcionários da Comlurb, a companhia de limpeza urbana da prefeitura do Rio (Figuras 16, 17, 18, 19 e 20).

1 *Barely Legal* foi o nome da terceira grande exposição do artista britânico de identidade anônima conhecido por Banksy, realizada em um armazém em Los Angeles, Estados Unidos, no fim de semana de 16 de setembro de 2006 (Banksy Explained, 2006).



Fonte: Cardoso (2012).
Figura 16. Lambe-lambe de Barnada rateado por funcionários da Companhia Municipal de Limpeza Urbana 1.



Fonte: Cardoso (2012).
Figura 17. Lambe-lambe de Barnada rateado por funcionários da Companhia Municipal de Limpeza Urbana 2.



Fonte: Cardoso (2012).

Figura 18. Lambe-lambe de Barnada rateado por funcionários da Companhia Municipal de Limpeza Urbana (detalhe).



Fonte: Cardoso (2012).

Figura 19. Lambe-lambe de Barnada rateado por funcionários da Companhia Municipal de Limpeza Urbana 3.



Fonte: Cardoso (2012).

Figura 20. Lambe-lambe de Barnada rateado por funcionários da Companhia Municipal de Limpeza Urbana 4.

A partir de então, uma batalha de forças passou a ser travada. Cartazes colados eram rasgados/rasurados e logo substituídos, para serem novamente rateados². Boa parte do nosso acervo documenta essa queda de braço. O aprofundamento dessa disputa excede os limites físicos deste artigo. Cabe, no entanto, apontar que se trata de uma querela visualmente manifestada e que, por trás do discurso da ordem pública, se encontrava o desejo de manipular, monopolizar, controlar o espaço urbano como meio de publicidade. Em outras palavras, a própria atitude da nova administração municipal indicava o reconhecimento do poder político da rua como dispositivo visual, lugar onde representações são construídas, afirmadas, disputadas.

O intervalo de 14 anos que separa as duas entrevistas com Baranda nos informa sobre algumas mudanças significativas não só nos serviços prestados por ele, mas também na cadeia de produção de eventos culturais da cidade. No que diz respeito à operação da empresa, a primeira e mais simbólica mudança foi a diminuição expressiva da produção autoral dos modelos de cartazes serigráficos, iniciados nos anos de 2000, e que gradativamente perderam espaço com o passar dos anos. Somando-se às leis, ao tensionamento da atividade e às novas demandas do mercado, tais procedimentos tornaram-se inviáveis, visto de uma perspectiva financeira quanto de cadência de produção. A impressão digital por meio de plotadora, também utilizada na produção de cartazes *outdoor*, começou a ser adotada majoritariamente enquanto solução gráfica de 2018 em diante.

² Originário da cultura da pixação, o “rateio” é a prática de rasurar a marca (*tag*, *pixo*) de um “oponente”, demarcando assim aquele território (ver Cardoso, 2012).

Em relação a ter passado pro digital, talvez tenha sido há uns seis ou sete anos atrás, porque a serigrafia me acarretava muita mão de obra, eu precisava de 10, 12 pessoas pra produzir quantidade específica que eu tinha na época. Muita mão de obra, muita aporrinhão, mão de obra é uma coisa complicada, entendeu? E daí eu fazia o paralelo, até porque também o digital despertou muito interesse nos clientes sobre fundos com paisagens... Enfim, as elaborações das artes ficaram mais específicas (Baranda, 2024).

A segunda modificação encontra-se nesse novo método de impressão e tecnologia, que, por consequência, demanda investimentos, estrutura, novos processos de trabalho, maquinários, capacitação, dinamicidade e outra relação no tempo de produção e exposição dos cartazes.

Tais mudanças fizeram com que Baranda adaptasse suas atividades, modificando gradualmente os seus serviços, que antes passavam por grande parte da cadeia de produção, incluindo criação, produção gráfica, mapeamento, distribuição e registro, mas que atualmente se concentram em um modelo de parceria com gráficas para a produção dos cartazes. Hoje em dia, a operação de mapeamento e colagem é feita por Baranda e uma equipe composta de apenas dois funcionários.

A oficina de 14 anos atrás não é mais uma oficina, mas sim um espaço de lazer composto de bar, jogo de dardo, objetos cênicos, uma pequena mesa de carteador e uma grande mesa de sinuca com lã mista na cor terra, na qual a equipe costuma organizar a sequência dos lambes. Em um espaço menor, acoplado à nova área de lazer, ainda com as características de oficina, há um tanque, utensílios diversos de trabalho, uma mesa grande para corte e, ao fundo, esticado na parede, um plano de trabalho, chamado por Baranda de “grade”, composto do mapeamento e da ordenação das peças a serem coladas para o próximo cliente.

O cliente manda as artes, a gente prepara uma grade, né? E isso vai ser colado em cima do paredão. Acabou aquela grade, entra numa outra. Vai tudo encadernado que aí chega lá e só cola. [...] Uma coisa que o pessoal se espanta é que somos três e... É jogo rápido, tipo Ayrton Senna (Baranda, 2024).

A terceira mudança diz respeito à reconfiguração da indústria musical ao longo dos últimos anos e às nuances desse impacto para a atividade de Baranda. Se considerarmos também o recorte dos últimos 14 anos para esse mercado, observamos mudanças consideráveis no que diz respeito ao consumo, à comercialização e distribuição da obra musical, culminando em uma inversão comercial — antes a maior parte da receita se concentrava na venda de fonogramas, hoje ela é a venda de concertos, *shows* e festivais.

Se em 2010, Herschmann (2010) apontava para cerca de cinco dezenas de festivais independentes que ocorriam em território nacional realizados por coletivos de artistas, associações, pequenas gravadoras e/ou produtoras, de 2012 em diante se viu o *boom* de grandes festivais nacionais, assim como festivais internacionais de proporções homéricas em sua versão brasileira, não mais promovidos por pequenos produtores, mas consolidados por uma indústria de *shows* e festivais globais, com ramificações em poucas produtoras de *shows* que detêm boa parte do mercado e

eventos que controlam a operação nacional desses festivais, com faturamento anual superior a R\$ 700 milhões (Rosa, 2024).

Em um breve mapeamento apenas por Rio e São Paulo, temos as primeiras iniciativas do Queremos! (2010), o retorno do Rock in Rio após um hiato de 10 anos (2011), a chegada do Lollapalooza (2012), Coala Festival (2014), Tomorrowland Brasil (2015), as primeiras edições do Rock the Mountain e do Festival Queremos! (2018), assim como o Coquetel Molotov, originalmente do Recife (PE), ganhando sua primeira edição em terras paulistas em 2018. No pós-pandemia, já em 2022 houve as edições do MITA Festival e do Primavera Sound ocorrendo tanto em São Paulo quanto no Rio, além da primeira edição do Arena Jockey (2023) no Rio de Janeiro. Durante o processo de pré-produção e agendamento de filmagem, o Baranda passou por colagens na Marina da Glória (Festival Clássicos do Brasil), e posteriormente acompanhamos suas atividades de colagem para o Arena Jockey 2024.

"Aqui nós já temos pra entrar em refilamento, já tá sendo feito Rock The Mountain em Itaipava e Ludmilla Numanice em São Paulo. [...] Sem contar que a gente tá lá colando e daqui a pouco tem Djavan lá passando o som. É bacana, é uma coisa que contagia" (Baranda, 2024).

Além destes fatores socioeconômicos e estruturais da indústria cultural, a perseguição a que foi sujeito acabou levando Baranda a deixar de lado o sistema produtivo serigráfico que nós analisamos aqui, para adotar procedimentos de impressão digital, à medida que seu território de atuação era cerceado e sua oferta de mercado, de certa maneira, minada. Uma conquista para monótonos, monotemáticos e monocromáticos higienizadores urbanos. Uma lástima para nós, amantes das artes gráficas. Vida que segue para nosso artífice.

A despeito da marginalidade a que foram submetidos, esses cartazes de lambe-lambe impressos em serigrafia tiveram presença massiva na cidade. Oscilando entre a formalidade e a informalidade, coibidos pela administração municipal, contratados pelas maiores produtoras culturais do país, facilmente identificados pelo formato e pelas soluções gráficas utilizadas, esses impressos deixaram uma marca na memória gráfica do Rio de Janeiro.

REFERÊNCIAS

CARDOSO, Pedro Sánchez. **A Lithos Edições de Arte e as transições de uso das técnicas de reprodução de imagens**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em História Social da Cultura, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

CARDOSO, Pedro Sánchez. **Gráfica de rua: estratégias e táticas na cultura visual de rua do Rio de Janeiro**. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

BANKSY EXPLAINED. Barely Legal. Los Angeles, October 2006. **Banksy Explained**, 2006. Disponível em: <https://banksyexplained.com/barely-legal-los-angeles-2006/>. Acesso em: 2 jan. 2025.

BARANDA, Fernando. **Fernando Baranda**: entrevista [12 jun. 2010]. Entrevistador: Pedro Sánchez. Rio de Janeiro: Engenho de Dentro, 2010.

BARANDA, Fernando. **Fernando Baranda**: entrevista [30 out. 2024]. Entrevistador: Alberto Pereira. Rio de Janeiro: Engenho de Dentro, 2024.

- BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In: BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2009. p. 99-181.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 2003.
- EICHEMBERG, Fritz. **The art of the print**. Nova York: Abrams, 1976.
- FERREIRA, Orlando da Costa. **Imagem e letra: introdução à bibliologia brasileira: a imagem gravada**. 2. ed. São Paulo: Editora da Cidade de São Paulo, 1994.
- FONSECA, Leticia Pedruzzi. Introdução: memória gráfica brasileira. **Chapon Cadernos de Design / Centro de Artes / UFPEL**, v. 2, n. 1, p. 6-24, 2021.
- HERSCHMANN, Micael. Crescimento dos festivais de música independente no Brasil. In: SÁ, Simone P. (Org.). **Novos rumos da cultura da música**. Porto Alegre: Sulinas, 2010. p. 267-304.
- HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. Tradução de Carlos Daudt. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- MOLES, Abraham Antoine. **O cartaz**. Tradução de Miriam Garcia Mendes. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- LESCHKO, Nadia Miranda; DAMAZIO, Vera Maria Marsicano; LIMA, Edna Lúcia Oliveira da Cunha; ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. Memória gráfica brasileira: notícias de um campo em construção. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 11., 2014. **Anais [...]**. São Paulo: Blucher, 2014. v. 1, n. 4. p. 791-802.
- MIRZOEFF, Nicholas. **An introduction to visual culture**. Londres: Routledge, 2000.
- NAVARRO, Luiz. **Pele de propaganda: lambes e stickers em Belo Horizonte [2000-2010]**. Belo Horizonte: edição do autor, 2016.
- RIO DE JANEIRO. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. **Choque de Ordem**. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <https://www.rio.rj.gov.br/web/guest/exibeconteudo?article-id=87137>. Acesso em: 2 jan. 2025.
- ROSA, Silvia. 30e, de Pepeu Correa, disputa a liderança na indústria de shows. **Valor**, 2024. Disponível em: <https://pipelinevalor.globo.com/negocios/noticia/30e-de-pepeu-correa-disputa-a-lideranca-na-industria-de-shows.ghtml>. Acesso em: 2 jan. 2025.
- SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo. razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.
- SENNETT, Richard. **O artífice**. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- TILL, Joy; SEGRE, Roberto. **Paisagem gráfica da cidade: flanando por Ipanema e Leblon**. 2011. Disponível em: <https://intervencoesemporarias.com.br/wp-content/uploads/2016/11/CIDI84774final.pdf>. Acesso em: 2 jan. 2025.

Sobre os autores

Pedro Sánchez: doutor em Design pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Alberto Pereira: mestrando em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Conflito de interesses: nada a declarar – Fonte de financiamento: nenhuma.

Contribuições dos autores: Sánchez, P.: Conceituação, Investigação, Metodologia e Primeira Redação. Pereira, A.: Investigação, Metodologia, Primeira Redação e Edição.

