

6

Referências bibliográficas

ARGEL, Billy. *Revista Vista Skateboard Art*, São Paulo, nº 8, p. 58-67, julho 2006. Entrevista;

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 2001;

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva. 1974;

BRANDÃO, Leonardo. Corpos deslizantes, corpos desviantes: a contracultura e o skate no Brasil. *Revista 100% Skate*, São Paulo, nº 96, p.114, março 2006;

BRITTO, Eduardo (Ed.). *A onda dura – 3 décadas de skate no Brasil*. São Paulo: Parada Inglesa. 2000;

BROWNER, Steve; GALL, John. Skateboard Art. *Print – America's Graphic Design Magazine*, Nova York, v. 50, nº 6, p.52-55, novembro 1996;

BURGOYNE, Patrick; LESLIE, Jeremy. *Boards – Surf/Skate/Snow Graphics*. Nova York: Watson-Guption Publications. 1998;

CAIAFA, Janice. *Movimento punk na cidade – A invasão dos bandos sub*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 1985;

CARSON, David; BLACKWELL, Lewis. *The end of print: the graphic design of David Carson*. São Francisco: Chronicle Books. 1995;

CELESTINO, Helena. A rua no museu. *Jornal O Globo*. Rio de Janeiro, 9 de julho de 2006. Segundo Caderno, p. 8;

CHEVITARESE, L. As “Razões” da Pós-modernidade. *Analógos. Anais da I SAF-PUC*. Rio de Janeiro: Booklink (ISBN 85-88319-07-1). 2001;

CLIVER, Sean. *Disposable – A history of skateboard art*. Ontário: Concrete Wave Editions. 2004;

CORREIA, João Carlos. Pierre Bourdieu – Sociólogo cidadão. *Jornal de Letras, Artes e Idéias*. Lisboa, ano XXI, nº 818, p. 38-39, 6-19 de fevereiro de 2002;

DUNNING, Eric; ELIAS, Norbert. *A busca da excitação*. Lisboa: Difel. 1992;

FORTY, Adrian. *Objetos de desejo – Design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac Naify. 2007;

FRIEDMAN, Glen E. *Fuck you too*. Los Angeles: Consafos. 1996;

GOTLIEB, David; REEVES, J. A questão das subculturas juvenis. *Sociologia da Juventude*, vol. II – *Para uma sociologia diferencial*. Rio de Janeiro: Zahar Editores. 1968;

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora. 2005;

HARVEY, David. *Condição pós-moderna – Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Edições Loyola. 1992;

HÜHNE, Leda Miranda. *Metodologia científica: cadernos de textos e técnicas*. Rio de Janeiro: Agir. 2002;

LAVILLE, C.; DIONNE, J. *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Porto Alegre: Editora Artes Médicas Sul Ltda.; Belo Horizonte: Editora UFMG. 1999.

MAFFESOLI, Michel. Ética da estética. *Papeis avulsos* 3. Rio de Janeiro: Centro Interdisciplinar de Estudos Contemporâneos. 1990;

_____. *O tempo das tribos – O declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária. 1987;

MATIAS, Alexandre. A grande farsa do rock n' roll. *Revista Rock Press*, Rio de Janeiro, nº 27, p. 25-31, setembro 2000;

McNEIL, Legs; McCAIN, Gillian. *Mate-me por favor – Uma história sem censura do punk*. Porto Alegre: L&PM. 1997;

MUNSON, Mark; CARDWELL, Steve. *Skateboard stickers*. Londres: Laurence King Publishing. 2004;

PASTOUREAU, Michel. *O Pano do diabo – Uma história das listras e dos tecidos listrados*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 1993;

POLHEMUS, Ted. *Streetstyle*. Nova York: Thames and Hudson. 1994;

ROSE, Aaron. *Dysfunctional*. Londres: Booth-Clibborn Editions. 1999;

SKATE arte. *Revista Tribo*, São Paulo, nº 19, p. 6, janeiro 1996;

VIANNA, Hermano. *Galeras cariocas: territórios de conflitos e encontros culturais*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 1997;

_____. *O mundo funk carioca*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 1988

Sites:

ALBA, Steve. *Music*. Disponível em: <http://www.salbaland.com/music.html>;

_____. *Skate Rock*. Disponível em: <http://www.salbaland.com/skaterock.html>;

CARDOZA, Isabela Fonseca. *A sociedade pós-moderna e o fenômeno das tribos urbanas*. Disponível em: <http://www.nead.unama.br/bibliotecavirtual/revista/lato/pdf/lato42a4.5.pdf>. Acesso em 24 out. 2006;

COSTA, Maria Regina de Menezes; COSTA, Vera Lúcia Menezes. *As vagabundagens de Dioniso apresentadas na tribo de skatistas streeters*. Disponível em <http://www.efdeportes.com/efd74/skat.htm>;

Dogtown Skateboards – History. Disponível em: <http://www.dogtownskateboards.com/history.php>;

HeadBob – Hip Hop History. Disponível em:
<http://www.headbob.com/hiphop/hiphophistory.shtml>;

KP, Juny. *Um pouco da história do hip-hop*. Disponível em:
<http://www.realhiphop.com.br/institucional/historia.htm>;

Skateboard Graphics. Disponível em: <http://www.skateboardgraphics.com>;

Sony Pictures – Dog Town & Z-Boys: Disponível em:
<http://www.sonypictures.com/classics/dogtown/>;

Filmes:

PERALTA, Stacy. *Dogtown & Z-Boys*. EUA: Sony Pictures. 2001;

HARDWICKE, Catherine. *Os reis de Dogtown*. EUA: Sony Pictures. 2005.

7

Anexos

7.1.

Entrevistas

Os skatistas entrevistados responderam às seguintes perguntas, pessoalmente ou por e-mail:

- 1 - Nome, idade, naturalidade.
- 2 - É skatista desde quando?
- 3 - Você acha importante que os *shapes* (e outros produtos relacionados com skate: camisetas, adesivos, peças etc.) que você usa tenham uma boa arte estampada neles? Por que?
- 4 - Se a resposta acima for afirmativa, diga que tipo de arte que você escolhe quando adquire um *shape* ou outro produto de skate.

A seguir, as respostas de todas as entrevistas realizadas.

7.1.1.

Respostas positivas

- 1 - Marcelo Bassul, 20, Brasília.
- 2 - 2001.
- 3 – Em *shapes*, não. A arte em si não é tão importante quanto qualidade, durabilidade, peso e duração. A arte do *shape* é um simples complemento estético. Agora para acessórios em geral de blusas, adesivos e outros acho que a arte é interessante já que o material da blusa ou o adesivo não é de tamanha qualidade (em alguns casos).
- 4 - Eu sempre procuro artes ligadas ao meio urbano e à *skate music*. Acho que tudo isso influência em um *rolê*.

1 - Felipe de Santana Coutinho, 30, brasileiro.

2 - 1991.

3 - Com certeza, "a imagem é tudo".

4 - Nenhuma específica, mas que seja interessante.

1 - Diogo Souza Jr., 26 anos, Ilhéus.

2 - Desde 1998

3 – Varia. No caso dos *shapes*, pouco importa, o desenho some com o tempo. O que importa no *shape* é o "toque", não o desenho. Mas quando falamos de camisas e adesivos, a coisa muda de figura. O comprador sempre procura nestes produtos uma identificação, algo que o aproxime do que ele está comprando, o que pode ser tanto um desenho maravilhoso, como uma frase que resume o que ele sente. Assim sou eu.

4 - Normalmente escolho o que mais reflete o que penso, que pode estar contido em um grafite ou em um desenho abstrato.

1 - Leonardo Gonçalves Mendonça, 28 anos, Brasília.

2 - Skatista desde 1993.

3 - Muito importante, caracterizando a identidade de cada marca específica. Só assim teremos um mercado consolidado e segmentado.

4 - Depende muito da marca escolhida. Creio que, a cada coleção, uma marca tem que se renovar sem perder a identidade.

1 - Raphael C. Buarque, 27 anos, Rio de Janeiro.

2 - 1999.

3 - Sim, pois o skate não é só o esporte em si, é uma cultura que envolve arte, música e esporte, e o skatista quer ver essa cultura estampada nos materiais de seu cotidiano.

4 – É difícil dar uma resposta específica a essa pergunta, mas geralmente algo que represente um estilo mais ligado à vertente *rock and roll* do skate.

1 - Ilio Schwab Burruni, 32 anos, natural de Guarapari.

2 - 1987.

3 - Sim, acredito que uma boa marca com estampas legais e não chamativas ou apelativas são importante para a escolha. Mesmo que eu não me importe com estampas, acho que são importantes para a afirmação da marca.

4 - Gosto de desenhos mais simples e objetivos, mas prefiro os desenhos “*old school*”⁵⁴ com caveiras e dragões bem elaborados.

1 - Marcelo Viegas, 32 anos, natural de São Paulo.

2 - Skatista desde 1988

3 - Sim, acho importante. Aliás, fundamental. Pois do contrário seria muito triste, tanto no caso de não haver arte estampada em lugar nenhum (*shape*, camiseta etc.) quanto no caso de ter que conviver com estampas horríveis, de mau gosto. A boa arte caminha lado a lado com o skate.

4. Meu gosto é variado, desde a simplicidade da Stereo até a complexidade dos velhos desenhos da Powell (McGill, por exemplo), do retrô ao moderno. Obviamente não tenho tubos de dinheiro pra comprar o que bem desejo, o que me limita como consumidor. Brasil é f... Mas quando posso, gosto dos *models* do Geoff Rowley da Flip, gosto também dos desenhos que o Fabio Luiz Parteum fazia para a John Skates, gosto das artes do Ed Templeton, do Chris Pastras e do Gonzales, mas não tenho dinheiro para adquiri-las. Gosto de coisas *vintage*, estilo Hollister e American Eagle, que, apesar de não serem do skate, têm muito a ver com a estética setentista *Dogtown*, muito mais do que a própria marca Dogtown, que não costuma acertar muito bem o seu *target*, creio eu.

1 - Lizandro Miranda Teco, 22 anos, Rio de Janeiro.

2 - 2000.

3 - Sim, porque é uma forma de identidade visual que o skatista passa para as pessoas.

4 - Sou um cara mais simples, mas com uma pitada de extravagância. Tipo algo casual com um pontinho de festa carnavalesca.

1 - Daniel Azeredo, 33 anos, Belo Horizonte.

2 – 1991.

3 - Sim! Faz parte. Dá prazer você ver uma foto de um cara mandando uma manobra e o *shape* ter uma estampa bacana embaixo, por exemplo. Ajuda a compor. Colar um adesivo no monitor do computador ajuda nas horas de stress a lembrar que daqui a pouco acaba o expediente e rola de fazer uma *session* pra relaxar. E por aí vai. Mas se o adesivo não tem um layout legal... Atrapalha ao invés de ajudar. Imagina você trabalhar o dia todo olhando pra uma coisa feia na sua frente?

4 - Arte abstrata, *cartoon*, alguma ilustração legal.

1 - Matheus da Silva Guinancio, 13 anos, São Gonçalo.

2 - 2006.

3 - Sim, porque, além do *shape* arranhar todo em dois dias, a gente precisa de uma boa arte estampada neles para mostrar nosso estilo de skatista!

4 - Gosto de desenhos bem neutros, com o nome ou o símbolo da marca.

1 - Luis Augusto de Britto, 31, carioca.

2 - 1986

3 - Não considero fundamental, mas se puder conciliar um bom corte de uma madeira com um gráfico maneiro acho válido. Até porque a arte dura pouco, após umas sessões já está tudo desfigurado.

4 - Eu curto artes simples, nada poluído visualmente, agradável aos olhos. Nada sombrio ou que venere alguém.

1 - Uilson Rangel, 32, Rio de Janeiro.

2 - 1990

3 - Sim, podem transmitir ótimas mensagens.

4 - Bandeiras nacionais, nome de amigos profissionais do skate, monumentos, frases interessantes, natureza e outras.

1 - Luís Sérgio Teles, 28 anos, carioca.

2 - Skatista desde os 11 anos.

⁵⁴ “*Old school*”: velha escola, à moda antiga. Neste caso, seriam os designs gráficos inspirados naqueles mais antigos.

3 - Sim, porque a cultura da prática do esporte se mistura com a cultura artista urbana contemporânea, e uma complementa a outra. Por essas e outras que o mercado geral do skate nos Estados Unidos se desenvolveu tanto e atingiu um nível auto-sustentável.

4 - Eu considero três coisas extremamente eficientes em condições de marketing: sangue, sexo e palavrão. Funcionam bem separados, combinados ou todos juntos.

1 - Révisson Silva, 25, brasileiro.

2 - 1990

3 - Sim, porque o skate é um objeto que gosto muito e desejo ver ele bem bonito, com detalhes e personalização na lixa. Expressa meu modo de pensar.

4 - Uma arte que seja diferente da maioria, que ajude a qualificar a imagem do skate, sem figuras muito agressivas ou que façam apologias negativas para o skate.

1 - Rennê Nunes, 24, Rio de Janeiro.

2 - 1998.

3 - Sim, o design de um produto é essencial e determinante na hora da compra. Quem entende de skate pode comprar um *model* de *shape*, por exemplo, sem ligar muito pro desenho, mas é sabido que a maioria da molecada que está começando compra *shape* pelo desenho. Se falarmos de produtos como blusas, adesivos, tênis, bermudas... Aí é que o design influência ainda mais!

4 - Não avalio somente a arte, tem que ser um conjunto. Não adianta ser só bonito e agradável visualmente, tem que ter bom desempenho, afinal, normalmente é pra ser usado e não só apreciado, certo?

1 - Henrique Branco dos Santos, 14 anos, Rio de Janeiro.

2 - Desde 2005.

3 - Sim, porque os produtos, quando têm uma arte na estampa, é algo a se valorizar, pois arte, não importa qual, é sempre algo muito bom.

4 - Em *shapes* eu gosto muito de artes abstratas e com cores uniformes. Já em outros produtos, não tenho preferência de arte.

1 - João Vilhena, 24 anos, natural do Rio de Janeiro.

2 - Mais ou menos 1997.

3 - Eu acho importante ter uma arte com que eu me identifique, mesmo sabendo que ela não vai durar, mas não é o principal critério para eu escolher um *shape* na hora de comprar. Eu não pego madeira ruim, ou com um formato que não me sirva, só porque o gráfico é bom. Se tiver vários *shapes* que eu goste, a arte serve como critério de desempate, mas se o gráfico for horrível, ou tenha alguma mensagem que eu realmente não goste, eu não uso.

4 - Eu tenho usado *shapes* nacionais e, sinceramente, atualmente não tem nenhuma marca de *shapes*, das que eu encontro para vender, que tenha gráficos que eu ache realmente interessantes. Eu acabo escolhendo pelas marcas que eu sei que fazem *shapes* bons e *models* que eu goste do formato. Então, acaba que eu não escolho tanto pela arte. Das marcas estrangeiras, algumas têm artes que eu considero muito boas, e realmente criam as identidades das empresas como: Girl, Chocolate, Habitat, Alien Workshop, Krooked, Toy Machine, Anti-Hero e Stereo, e os gráficos de alguns artistas como: Evan Hecox, Mark Gonzales, Michael Leon, Don Pendleton e Ed Templeton.

1 - Bruno Arcoverde, 29 anos, carioca.

2 - Desde os meus 10 anos.

3 - Sim, pelo fato de fortalecer vendas, ilustrar lugares, pessoas, coisas. Tenho uma amiga que trabalha com *shapes* e que adotou como pintura todos os lugares que os skatistas andam no Rio de Janeiro. Ótima idéia para divulgar os *picos*⁵⁵, atletas e paisagens. Enfim, vale a pena explorar o design gráfico de todos os produtos relacionados com skate, pois o skate tem em sua volta vários personagens que simbolizam suas idéias e produtos, sendo necessário um estudo acadêmico com amparo educacional, para melhorar e alavancar estas idéias.

4 - Para mim, as melhores artes são desenhos de coloração clara, de preferência com ilustrações de ondas ou praias, ou até cachoeiras, o que dificilmente eu vejo nas estampas. Apesar de serem praianas, serranas, os skatistas as adoram.

⁵⁵ Lugares onde os skatistas se encontram.

1 - Rodrigo Ferraz, 26, Brasil.

2 - 1989.

3 - Sim, para deixar a prática do skate ainda mais bela e incrementada, e através da arte o praticante demonstra um pouco de seu estilo.

4 - “*Old school*”: caveiras, fogo ou algo bem arrojado com mistura de cores.

1 - Yuri Amorim, Rio de Janeiro.

2 - Desde 2004.

3 - Eu acho que sim, para representar as marcas de uma maneira diferente, para divulgar o trabalho dos desenhistas e chamar atenção.

4 - Eu não costumo escolher o *shape* pelo desenho, mas sim pelo *model*. Mas até prefiro com desenhos de grafites, porque eu também sou desenhista e gosto muito dos trabalhos com grafites.

1 - Cássio Fernandes, 16 anos, Niterói.

2 - 2007 (sete meses).

3 - Não necessariamente, mas se tiver é bom, porque enfeita e deixa mais bonito. Fica melhor.

4 - Algo que não chame muita atenção, mas seja bonito. Gosto de grafite.

1 - Marcelo de Almeida, 18 anos, Niterói.

2 - 2007 (oito meses).

3 - Sim, mas não ligo muito pros desenhos em si, escolho pelas cores.

4 - Desenhos ligados ao *hip-hop*.

1 - Saulo, 16 anos, Niterói.

2 - 2005.

3 - Sim, porque tem o meu estilo.

4 - Caveiras.

1 - Francisco, 16 anos, Niterói.

2 - 2004.

3 - Acho importante, mas não tanto. Gosto sem desenhos também.

4 - Qualquer um, escolho mais pelas cores: preto ou azul.

1 - Danilo Michel, 16, Niterói.

2 - 2003.

3 - É importante pra divulgar a marca. Fica melhor, mais bonito.

4 - Um desenho bem trabalhado, mas não muito decorado, mais simples.

1 - Felipe de Lima Silva, 19, Niterói.

2 - 2002.

3 - Sim, porque mostra o seu estilo. Quando você escolhe uma roupa ou um *shape* e olha pro desenho, pro design, você escolhe de acordo com o seu estilo, com o que você gosta.

4 - Uma coisa mais *clean*, uma arte abstrata.

1 - Humberto Tadeu Batista, 23, Rio de Janeiro.

2 - 1996.

3 - Sim, é uma boa maneira de um artista divulgar o seu trabalho. O skate assim ajuda na arte e em outros meios, como a música, pois é tudo cultura. Também é bom para os skatistas se identificarem. As marcas devem usar elementos de culturas como o rock e o *rap* nas suas peças para dar identidade à própria marca mesmo.

4 - Procuro desenhos que tenham a ver com as coisas que eu gosto, como *rock and roll*, motocicletas... Algo que tenha uma identidade mais *punk rock*.

1 - Jorge Tadeu Martins da Costa, 31, Rio de Janeiro.

2 - 1995.

3 - Sim, desde que diga alguma coisa. Desenhos de caveiras, por exemplo, eu não gosto porque não dizem nada, não têm nada a ver.

4 - Gosto daquilo que passa uma boa mensagem.

1 - Alexandre Gonçalves Feitosa, 33, Rio de Janeiro.

2 - 1984.

3 - Sim, mas é importante que represente você, porque o skate nada mais é do que a sua imagem. No skate você expõe a sua arte, o que te é pessoal. Cada skate é diferente, cada um expõe o seu sentimento ali. É liberdade de expressão.

4 - Paisagens ou artes abstratas.

1 - Roberto Alves dos Santos Jr., 27, Rio de Janeiro.

2 - 1996.

3 - Sim, acho interessante. Se o desenho tiver algum significado ou algum conhecido seu fez, é legal você retribuir de alguma forma, ajudar a espalhar o trabalho desta pessoa. E se você gosta do trabalho, é bom para você usá-lo. É também uma forma de expressão, eu me caracterizo com isso, acho legal divulgar a maneira de pensar dos skatistas.

4 - Surreal ou abstrato.

1 - Igor Faria Braga Pereira, 23, Niterói.

2 - 2000.

3 - Sim, porque cria uma identidade, mas depende de cada marca, do que cada um está pensando e da própria pessoa que está usando. Quando você quer criar um estilo, isso interfere muito. Mas skate não é só um estilo, são vários, então, pra mim, qualquer coisa é válida.

4 - Gosto de coisas irreverentes, algo mais polêmico. Por exemplo, eu tinha uma camisa que tinha escrito “F...-se a Igreja Universal do Reino da Exploração”. Eu andava com aquilo na rua, as pessoas olhavam e achavam que eu era maluco e doente, mas e daí? Cria uma polêmica, e eu acho isso legal.

1 - Marcelo do Amaral, 26 anos, Novo Hamburgo.

2 - 1995.

3 - Sim. Porque eu me identifico mais com as marcas que exploram bem a arte nas estampas, adesivos e *shapes*.

4 - Uma marca que saiba remeter ao contexto urbano sem a necessidade de explorar ícones comuns, como *tags*, grafite e caricaturas de skatistas e personagens da rua.

1 - Leonardo Rodrigues, 15 anos, Rio de Janeiro.

2 - Ando de skate há três anos.

3 - Bem, na hora de escolher o *shape*, o desenho não conta muito pra mim, mas é sempre bom um design legal, com idéias originais e bonitas. Já nas camisas, é legal algo simples, mas com expressão.

4 - Respondi acima.

1 - Sidney Arakaki, 32, São Paulo.

2 - Tanto tempo que nem me lembro. Nakano conta? Eu não considero. Mesmo assim, meu primeiro skate “tubarão”⁵⁶ ganhei num aniversário. Eu achava que era no de 12, mas não tenho certeza. Agora eu falo que ando a mais de 20 anos...

3 - Depende. A importância vai depender do propósito e da situação. Pra peças, acho que em primeiro lugar vem a funcionalidade. Pra vestiário é óbvio que o gráfico e o design são fundamentais.

4 - O mais discreto possível.

1 - Marcos Almeida, 21 anos, Londrina.

2 - Skatista desde 2001.

3 - Com certeza. *Shapes* e acessórios de skate podem ser instrumentos de transmissão de informação, e é através da arte que os compõe que vai ocorrer a absorção destas idéias.

4 - Artes que transmitem contestações sobre os dogmas da sociedade.

7.1.2.

Respostas negativas

1 - Ricardo Magalhães, 32, Curitiba.

2 - 1987, aproximadamente.

3 - Não, não faço questão. Sou uma pessoa muito neutra e simples. Não gosto de muitos desenhos, prefiro coisas discretas.

⁵⁶ Skates antigos, com as pranchas estreitas, cujo formato lembra o de um tubarão visto de cima.

1 - Ulisses da Conceição Barreto, 30, Rio de Janeiro.

2 - 1991.

3 - Não. Acho importante apenas que o fabricante seja realmente envolvido com skate.