

"A RUA TORNOU-SE UM ESPETÁCULO PERMANENTE ..."(14)

Sob um ponto de vista restrito diretamente à mensagem que veicula, a gráfica comercial na cidade mostra-se capaz de revelar apenas parcialmente as relações que coexistem no ambiente urbano.

A superação deste restrito campo temático só tem ocorrido quando os artistas plásticos se ocupam em sair da sala para pintarem na cidade — indo de um campo do tamanho de uma tela para o de um edifício.

Para estes artistas, por sua vez, este gesto caminha no sentido de incorporar ao seu trabalho a enriquecedora convivência com a coletividade e com o ambiente urbano de que goza a gráfica comercial na cidade, que faz com que se amplie a sua consciência crítica e lhe reorienta o próprio trabalho. Um desenho torna-se elemento deste ambiente para o qual pode até mesmo criar referências e nele recriar uma paisagem esquecida ou intangível.

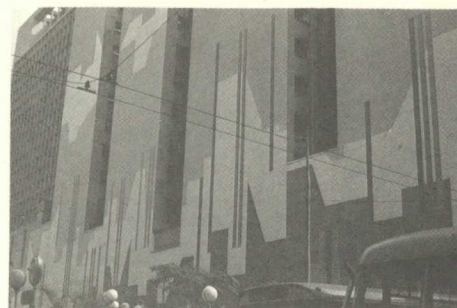
Esta capacidade que a publicidade adquire, de participar e às vezes mesmo de influenciar a vida no dia-a-dia de quem vive na cidade; este poder de abrangência e mais o seu peculiar modo de criação, por certo têm atraído a atenção, desde há muito tempo, de diversos artistas, estimulando-os a retomarem uma modalidade de trabalho que ficou por muito tempo esquecida.

Fernand Leger verifica que "os pintores modernos, que durante cinquenta anos produziram todos quadros de cavalete, são convidados a encararem o problema do mural"(15), aquilo que disse ser uma tarefa para os artistas de tornarem vivas as mortas superfícies da cidade: "... mas um acontecimento que ganha cada vez maior amplitude é a procura de pintura mural. Essa procura manifesta-se sob uma forma coletiva, perde a moldura, a dimensão pequena, para adaptar-se à parede ..."(16) E, em outro trecho: "Chegamos agora a uma época em que, acredito nisso, uma cultura artística massiva vai poder nascer, vai tornar-se possível. Estamos no começo desse acontecimento. Uma arte decorativa, uma arte mural, vai realizar-se, será essa a arte coletiva de amanhã. Mas essa nova arte dependerá ainda, como sempre, da criação individual"(17)

Contagiado por esta mesma linha de preocupação, Flávio Motta, em 1971, procura fazer com que sua pintura "direção Jaraguá", sob o Elevado Costa e Silva (Minhocão), um dos locais mais aridos da cidade de São Paulo, recupere para a cidade "superfícies habitáveis" e acrescenta a propósito: "O rico e luminoso colorido que os homens da Idade Média encontravam na 'publicidade religiosa' dos vitrais, no interior das catedrais góticas, passou através dos séculos para o exterior, para as ruas e estradas. Aquele cromatismo que estava na casa de Deus, como um grande cartaz de vidro colorido, ganhou, nos painéis publicitários, a cidade do homem, apregoando os mais variados produtos da vida cotidiana."(18)

Observa que nesta prática "o que torna uma superfície habitável é a sua capacidade para denotar a presença humana. Um trabalho com um sentido social necessário, uma visão mais completa desse campo de relações, torna a abrir novas perspectivas de compreensão sobre a totalidade do ambiente".(19)

Um trabalho que se coloque adiante da informação mercantil que hoje ocupa intensamente o campo visual das ruas, apresentando uma visão restrita do universo de relações vividas na cidade. Em contrapartida, que este trabalho de pintar a cidade revele com a mesma força "a totalidade das relações" que hoje habitam a cidade ... "a visão mais completa desse campo de relações".(20)



*Painel de Maurício Fridman Recanto Monteiro Lobato, centro de São Paulo*



*Painel de Maurício Nogueira Lima — Largo São Bento, centro de São Paulo*



*Painel de Di Cavalcanti Edifício Triângulo, Rua José Bonifácio, centro de São Paulo*

(14) Fernand Leger

(15) LEGER, Fernand. Funções da pintura. São Paulo, Difusão Européia do Livro, 1965. p. 87.

(16) Id., *ibid.* p. 110.

(17) Id., *ibid.* p. 92.

(18) MOTTA, Flávio. Memorial I: Superfícies habitáveis. O Estado de São Paulo, 12 maio 1974. Suplemento Literário.

(19) Id., *ibid.*

(20) Id., *ibid.*