

4

O design gráfico que encontramos nos diferentes produtos da indústria do skate

Neste capítulo serão apresentados alguns produtos selecionados da indústria do skate para que se observe a construção dos skates e as diferentes opções de acessórios, equipamentos e outros materiais onde é encontrado o design gráfico peculiar estudado nesta dissertação. Os objetos escolhidos são exemplos categóricos da aplicação, nos quais é possível verificar não só como se dá seu emprego em artefatos de formas distintas, mas também a existência de elementos que evidenciem a linguagem gráfica singular sugerida nos capítulos anteriores. A corroboração dessa linguagem comprova a utilização do design como uma tradução dos conceitos particulares da tribo, fazendo com que seja comum que somente seus integrantes entendam o porquê do uso de determinados símbolos. Toda essa verificação delibera uma análise gráfica cujo desenvolvimento é baseado na busca de associações entre as características encontradas e as conclusões que foram estabelecidas ao longo da pesquisa. Antes que se faça a análise gráfica, porém, é preciso descrever os componentes de um skate e como o mesmo é montado, pois, a partir da compreensão do design de produto das peças, pode-se apreender a finalidade de cada uma delas e os motivos pelos quais aplicam-se grafismos em lugares específicos do skate.

O skate é composto basicamente de uma prancha, um par de eixos e quatro rodas, em cada uma das quais se encaixam dois rolamentos, uma espécie de rolimã, que as farão girar de maneira veloz e firme. Os eixos, responsáveis por fazer as curvas, são fixados às pranchas por meio de parafusos e porcas. Embutido transversalmente em cada eixo há um outro parafuso onde se acoplam as rodas, que ficam presas também por meio de porcas. Hoje em dia os skates têm um formato padrão, embora estejam disponíveis no mercado tamanhos diferentes de rodas, eixos e pranchas. A combinação de peças maiores e menores é uma escolha particular de cada skatista, mas, ainda que um skate seja montado de acordo com o gosto pessoal ou as condições físicas (estatura, peso, idade...) de seu dono,

geralmente os skates mais altos e largos são usados em pistas ou rampas (na modalidade vertical, por exemplo), onde se adquire mais velocidade e se exige uma estabilidade maior, enquanto os mais baixos e estreitos são utilizados por adeptos do *street*⁵⁰. Rodas e eixos mais baixos fazem com que seja mais fácil a execução do *ollie*, uma manobra básica do skate de rua em que se bate a parte de trás do skate no chão ao mesmo tempo em que se dobra o pé da frente, colocado mais próximo do centro da prancha do que o normal, e o empurra para a frente, fazendo com que o skate saia do chão sem o auxílio das mãos. As pranchas mais estreitas auxiliam nas manobras em que o skate é girado após um *ollie*, muito comuns no *street* atualmente, justificando então a preferência por esse tipo de skate nessa categoria. Vale lembrar que, devido ao tamanho de seus componentes, os skates usados nas ruas são mais leves, o que também facilita as manobras e explica a citada prioridade. A prancha de um skate tradicional – aquele que hoje é o mais usado, independentemente da modalidade e do terreno onde será praticado – tem o comprimento de 80cm, em média, e as larguras costumam variar entre 18cm e 21cm, aproximadamente. Os eixos têm a largura proporcional à da prancha à qual serão presos, variando entre 13cm e 16cm, sem contar o parafuso onde se prende as rodas, e as suas alturas em geral ficam entre 5cm e 6cm. As rodas mais procuradas pelos praticantes na atualidade têm tamanhos que vão de 4,8cm a 6cm de altura e uma largura aproximada de 3,5cm. Quanto mais alta a roda, maior será a velocidade conseguida com ela. A dureza do uretano⁵¹ também é variada, e as rodas mais macias são destinadas a superfícies mais ásperas (ruas), enquanto as mais duras devem ser usadas em planos mais suaves (pistas).

Outros modelos de skate, porém, têm medidas diferentes, como o *longboard*, cujas pranchas chegam a ultrapassar um metro de comprimento e utilizam rodas e eixos maiores do que o convencional. A opção por esse skate é subjetiva, já que com ele se podem praticar modalidades distintas, embora seu uso pareça ser mais corriqueiro na categoria *downhill*, que consiste em descer ladeiras e colinas em alta velocidade e tem subdivisões como o *downhill slide*, na qual o skatista executa derrapadas (os “*slides*”) enquanto desce, e o *downhill speed*, onde se tenta atingir a maior velocidade possível. Outras modalidades também fazem

⁵⁰ Ver capítulo 2.

⁵¹ Ver capítulo 2.

emprego de skates específicos, menores e mais estreitos: a *freestyle* e a *slalom*. O *freestyle* se caracteriza pela realização de manobras (um tanto acrobáticas) consecutivas e sem colocar o pé no chão, em lugares planos. As manobras do *street* contemporâneo são uma evolução daquelas feitas no *freestyle*, que é uma das categorias mais antigas do esporte. Inclusive, o skate comum de hoje em dia é uma versão maior do skate de *freestyle*, cujas peças são todas menores que as habituais. Contudo, a semelhança atingida com as manobras modernas do *street* e do formato atual da maioria dos skates, além da quantidade de acessórios em tamanhos variados oferecidos pela indústria, faz com que muitos adeptos dessa modalidade já utilizem skates “normais” em vez dos tradicionais de *freestyle*. Finalmente, no *slalom* o skatista deve passar em ziguezague por cones alinhados, sem derrubá-los. O skate dessa categoria é um modelo muito específico: apesar da prancha e dos eixos mais estreitos, as rodas não são pequenas, fazendo com que o skate seja alto. O comprimento das pranchas pode variar entre *longboards* e exemplares mais curtos do que os skates comuns, e nem sempre elas são feitas de madeira, especialmente as menores, podendo ser de fibra ou outro material sintético. Seu formato é bem diversificado, mas predominam os modelos pontudos, com as laterais em curva, o que os torna parecidos com miniaturas de pranchas de surfe.

4.1. Análise gráfica

A multiplicidade estilística com a qual nos deparamos no simbolismo do design gráfico da indústria do skate torna sua análise gráfica complexa, pois essa pluralidade faz com que não seja simples a detecção de padrões – como diagramação, tipografia, cor, tipo de ilustração... – que nos permitiriam apontar características marcantes e triviais de maneira mais fácil. Como muitas das particularidades relevantes são divergentes, a busca por arquétipos acabou se revelando ineficaz, e por isso se fez necessário, em primeiro lugar, o levantamento dos elementos que compõem a estética e, em seguida, a compreensão de como se chegou a essa simbologia diversificada e o que cada signo e estilo de design aplicado denota, assuntos abordados no capítulo 2. Uma vez que os componentes da linguagem foram devidamente catalogados, chegou-se à conclusão de que se

poderia fazer a análise gráfica por meio de uma seleção de objetos que ostentem esse design de forma significativa, que sejam de fato usados pelos skatistas como mídia para propagar seus valores e nos quais as singularidades comentadas se fazem presentes em número de vezes razoável para que se possa considerar a linguagem ratificada. Assim, poderemos notar como os padrões citados acima se dão em diferentes ocasiões e nas formas distintas dos produtos onde se aplica o design gráfico. Os objetos escolhidos para a análise foram pranchas, rodas, eixos, logos, camisetas e adesivos, mídia impressa (revistas e anúncios) e equipamento de proteção (joelheiras, cotoveleiras, capacetes...).

4.1.1. Pranchas

As pranchas comuns, conforme já foi mencionado, atualmente apresentam o mesmo formato: têm cortes retos nos lados e curvos nas pontas. As extremidades da frente (o *nose*) e de trás (o *tail*) são parecidas no contorno e inclinadas a partir do espaço em que se prende cada eixo. Embora sejam semelhantes, o *nose* geralmente é mais comprido do que o *tail* (mede-se a distância entre o eixo dianteiro ou traseiro e a respectiva extremidade), e os dois podem ter cortes em arcos de diâmetros diferentes, se uma ponta (usualmente o *tail*) for mais estreita do que a outra. As inclinações têm alturas variadas e servem tanto para firmar o pé da frente – no caso do *nose*, já que o pé de trás fica mais próximo da beirada, sobre a inclinação – quanto para auxiliar em manobras e no controle do skate. Além delas, há uma concavidade ao longo da prancha, entre as suas bordas laterais, que também têm a finalidade de impedir que os pés escorreguem.

Antes de chegar a essa forma padrão, na primeira metade da década de 1990, as pranchas tiveram muitos formatos diferentes. Os primeiros skates industrializados tinham pranchas menores do que as atuais, de aproximadamente 17cm de largura e 70cm de comprimento, sem elevações e concavidades, e com *tail* e *nose* curtos – o *tail* era mais extenso – enquanto o contorno era baseado no das pranchas de surfe. O progresso do esporte levou à fabricação de modelos cada vez mais largos, nos quais aos poucos iam aparecendo as concavidades e a inclinação do *tail*, que foi aumentando gradativamente de tamanho. Essas modificações do *tail* se justificam pelo fato de que através dele se dá todo o

controle do skate, em relação à direção (juntamente com os eixos) e à execução de movimentos básicos. No final dos anos 1970, as pranchas já tinham dimensões próximas das contemporâneas, com *tails* longos e inclinados, e *noses* ainda curtos. A forma delas, entretanto, não se alterou muito, e elas continuaram parecendo adaptações de pranchas de surfe, porém, agora com novas medidas.

Finalmente, na década seguinte os fabricantes começaram a produzir pranchas em formatos diferenciados, com laterais em S, ou que subitamente se tornavam mais aproximadas, e recortes singulares nas pontas. Havia inclusive modelos mais inusitados, como, por exemplo, os que tinham ondulações nas laterais, o *hammerhead* (que se parecia com um tubarão-martelo), ou o que tinha o contorno de um caixão funerário. Foi um período muito criativo no que diz respeito ao design de produto, e em cada modelo de prancha que era lançado parecia haver a intenção de criar uma forma exclusiva. Todavia, a evolução da prática do skate trouxe manobras cada vez mais intrincadas e obstáculos cada vez maiores, que exigiam mais atenção e, principalmente, maior equilíbrio do skatista. Por conta disso, pouco a pouco as pranchas foram novamente ficando parecidas, acompanhando essa evolução do esporte, pois os formatos que vinham sendo produzidos não tinham condições de oferecer aos praticantes o desempenho necessário para os novos movimentos. Primeiramente, o *nose* ganhou elevação e depois teve a extensão e a largura aumentadas, pois o pé da frente passou a ser tão requerido quanto o de trás no controle de algumas manobras que surgiram. Em seguida, as laterais das pranchas foram gradualmente adquirindo cortes retos, até que resultou nas pranchas da atualidade, que, em sua maioria, se diferenciam na forma apenas pelas suas dimensões.



Figura 15 – Pequeno exemplo da evolução do formato das pranchas (fonte: CLIVER, Sean. *Op. Cit.* e BURGOYNE, Patrick; LESLIE, Jeremy. *Op. Cit.*).



Figura 16 – Modelos de prancha da década de 1980 com formatos insólitos. À esquerda, o *hammerhead* e o *caixão* (fonte: CLIVER, Sean. *Op. Cit.* e www.skateboardgraphics.com).

Diferentes motivos podem explicar a tradição de aplicar o design gráfico na face inferior das pranchas, mas todos eles decorrem de um fato simples: é na face superior que se apóia os pés. Ainda nos anos 1970, já com as pranchas maiores, os skatistas criaram o hábito de usar folhas de lixa coladas nos skates para que seus pés não deslizassem sobre a prancha. Nessa época, as lixas eram coladas habitualmente na área onde se apoiavam os pés, ou seja, no *tail* e entre a extremidade do *nose* e o centro da prancha. Sobrava, portanto, pouco espaço para

que se pudesse criar alguma arte elaborada. Antes disso, quando ainda não se usava lixa e as pranchas eram menores, é provável que os fabricantes – sem prever o desenvolvimento do esporte e de manobras em obstáculos que arranham a prancha – preferissem utilizar seus logos na face inferior porque ali eles durariam mais e teriam mais visibilidade, já que a movimentação dos pés poderia sujar ou apagar o design com o tempo. Durante muito tempo, já com o design gráfico estabelecido na indústria, as empresas aplicaram estampas nos dois lados das pranchas (a de cima na área que sobrava entre as folhas de lixa), mas as muitas manobras de *flip* (quando se gira o skate com os pés após um *ollie*) que apareceram no skate de rua no começo da década de 1990 e hoje são consideradas básicas exigem que se posicione os pés em diferentes lugares da prancha, e então os skatistas começaram a usar a lixa em toda a sua face superior, fazendo com que a maioria das marcas desistisse dos grafismos – geralmente logos ou ilustrações pequenas – ali. Vale lembrar que os skatistas de *freestyle* já usavam a lixa dessa maneira, pois executavam os *flips* como são feitos hoje antes dos praticantes de outras modalidades, e também existem exemplos de pranchas que vinham de fábrica com um tipo de lixa transparente e uma grande estampa por baixo dela, tal qual as que se encontram nas faces inferiores. Possivelmente não se fez mais isso devido ao custo que encarecia esses modelos.

Nos designs gráficos localizados na face inferior das pranchas percebe-se a preocupação de posicionar os elementos principais da composição no espaço que fica entre os eixos. Além de se tratar de um arranjo um tanto óbvio, por ser a região central do skate, esse costume vem da época em que os *noses* eram curtos e os *tails* eram a área que sofria mais danos, sendo comum o uso de um acessório que os protegia, inclusive (hoje praticamente não se usam mais artefatos que protejam a prancha, pois, além de deixarem-na mais pesada, a breve durabilidade delas não justifica um investimento maior nesses produtos, tanto para o fabricante quanto para o consumidor. Atualmente, o *nose* e o centro da prancha sofrem tantos danos quanto o *tail*, principalmente no skate de rua. O modo de andar de cada skatista é que determina essa característica). Desse modo, as artes poderiam ter uma vida útil mais longa. Ainda que normalmente se evite dar ênfase no *nose*, no *tail* e no espaço ocupado pelos eixos, pode-se classificar os designs em três tipos de aplicações mais comuns: os que se limitam ao centro da prancha, os que a

aproveitam por completo, mas concentram o assunto principal no meio, e os que parecem não dar importância à sua leitura ou conservação depois que o skate for montado.

A primeira classe (figura 17) é a mais antiga e, talvez por isso, ela tenha um aspecto mais “clássico”, tradicional, independente do estilo do grafismo. Os designs geralmente são mais simples, se comparados aos dos outros dois grupos, e é comum que muitos acabem tendo uma aparência de marca ou emblema, possivelmente devido à área restrita à qual estão destinados. A maioria dos trabalhos pesquisados foi projetada para ser aplicada na prancha na posição vertical (o *nose* para cima) e contém uma figura acompanhada do nome do fabricante ou do skatista, no caso dos *pro-models*, nos quais freqüentemente se nota uma hierarquia envolvendo o nome do atleta e o da empresa: o primeiro quase sempre tem mais destaque. Essa tipografia, em sua maior parte, se encontra acima ou abaixo da figura, próxima a um dos eixos, e as ilustrações podem ser sangradas, ultrapassando os limites laterais da prancha e dando uma impressão de continuidade, ou se manter completamente dentro do espaço. Esse tipo de design gráfico também costuma ser aplicado sobre uma cor de fundo (que pode variar) ou diretamente sobre a madeira das pranchas, o que reforça o mencionado aspecto sóbrio e simples.



Figura 17 (fonte: CLIVER, Sean. *Op. Cit.*).

O segundo e o terceiro exemplo são reflexos da evolução sofrida por esse design, que levou os responsáveis por ele a cada vez mais desenvolverem projetos gráficos que aproveitassem a maior área possível das pranchas. A segunda divisão (figura 18) é um incremento da primeira: as artes ficam maiores e ganham mais elementos, mas mantêm aquilo que é relevante (a mensagem ou o motivo principal da figura) em meio aos eixos, para que permaneça, na medida do possível, evidente e a salvo de arranhões. Há, portanto, um cuidado em manter a obra compreensível ao mesmo tempo em que ela avança para espaços da prancha que ainda não haviam sido explorados, mesmo que ali sofram danos. Assim, encontram-se características como figuras de fundo, que podem ser uma textura, uma abstração ou composto de elementos gráficos secundários, não figurativos. Esses fundos ocupam a prancha inteira e a figura principal é estampada por cima

dele, no centro, como na classe descrita anteriormente. Nos trabalhos em que não há fundo, percebe-se que a ilustração cresce por toda a área da prancha, mas, além de nem sempre ela sangrar, em geral os autores evitam ocupar de forma expressiva o *tail* e o *nose*, onde há maior risco de arranhões, e o espaço sob os eixos e as rodas, onde a arte fica escondida. Quando se faz uso dessas superfícies, é usual que elas sejam reservadas para detalhes ou informações de menor importância. Porém, é curioso observar que nessa categoria há diversas tentativas de usar os logos e os nomes de atletas em novos lugares, inclusive nas extremidades da prancha, onde eles podem ser danificados. Isso



pode significar que as empresas já são reconhecidas não só pelas suas marcas mas também pelos projetos gráficos de seus produtos. A marca do fabricante em uma prancha torna-se essencial apenas no momento da compra – as peças que montam um skate são vendidas separadamente, principalmente por causa dos diferentes tempos de vida útil de cada uma. São raras as ocasiões em que se encontram skates já montados para a venda –

quando o consumidor decide entre um ou outro modelo, ou quando ele vê algo novo e interessante, e o logo é necessário para que se identifique o produto como obra de determinada empresa. Uma vez que essa associação é feita, o design gráfico da prancha faz o papel de marca, pois a partir daí o consumidor e os demais skatistas próximos a ele saberão quem é o responsável pela fabricação do modelo em questão.

Essa característica é ainda mais perceptível na última classe pesquisada (figura 19), onde se tem a impressão de que não há a preocupação de adaptar adequadamente o design gráfico ao formato da prancha e à construção dos skates, como se faz nas outras duas divisões. Ao que parece, os designs são feitos para chamarem a atenção do skatista (ou de outro espectador) exclusivamente quando ele vê a prancha em anúncios ou exposta no ponto de venda. Depois que se monta o skate, muitos atributos proeminentes da arte e essenciais para a sua apreensão acabam encobertos pelos eixos e pelas rodas ou são logo destruídos pelo uso, pois os designers criam sem levar muito em consideração o fato de que se usa os

Figura 18 – A arte ocupa a prancha inteira, mas os nomes da coleção de pranchas, do atleta e do fabricante encontram-se acima e abaixo dos eixos

grafismos como um meio de expressão e, conseqüentemente, eles deveriam permanecer visíveis em qualquer situação. Porém, a efemeridade do produto justificaria essa atitude, pois o estrago do design em poucos dias faz com que alguns julguem-no como mais significativo antes do uso do que com a prancha montada no skate.

Assim, os trabalhos dessa categoria – que, assim como a segunda, apresenta maior número de designs horizontais – costumam ocupar toda a superfície da prancha, sangrando-a, e, como não há um padrão estabelecido em relação ao posicionamento dos elementos gráficos, eles podem ser encontrados em qualquer lugar. Uma particularidade interessante é que, mesmo que não se faça uso de toda a área e haja espaço para alocar informações importantes (marcas, tipografia, personagens

principais...) de modo que fiquem aparentes, nem sempre isso é feito. Alguns modelos têm um design menos elaborado, apenas com uma figura e um nome, por exemplo, e mesmo assim os objetos avançam para onde os eixos são fixados, dificultando a sua visão. A ausência de padrões ou diagramas que instituiriam possíveis regras permite a produção de composições mais complexas e variadas, o que parece impulsionar a criatividade dos artistas e designers. Um bom exemplo são as representações de cenas e episódios de maneira fiel e detalhada, típicas desse grupo. Quando a ilustração é desse tipo mais sofisticado e cobre completamente a face inferior da prancha, é corriqueiro que não se usem logos ou tipografias: se eles não forem colocados na face superior ou deixados de lado, geralmente são arranjados para fazer parte da figura de forma harmônica, sem que fique por cima de outro elemento ou destoe dos demais componentes. Nessa classe, também é habitual a criação de designs a partir da distribuição (ou repetição) de símbolos de modo que formem uma textura ou uma espécie de colagem, e a produção de obras abstratas. Nesses dois casos, a sobreposição das outras peças e os danos sofridos pela prancha não comprometeriam tanto a visibilidade e o entendimento do design, resultando na falta de preocupação a respeito dessas características, já que a própria construção



Figura 19 – O texto, que explica a piada, e o logo do fabricante ficarão sob os eixos, o que impedirá a leitura. Além disso, eles estão localizados no *nose* e no *tail*, que provavelmente sofrerão muitos arranhões (fonte: CLIVER, Sean. *Op. Cit.*).

em textura ou colagem se vale da exposição de signos, e a natureza das abstrações não é figurativa, ou seja, é baseada na indeterminação.

4.1.2. Rodas

Assim como as pranchas, as rodas de skate já tiveram diferentes formatos ao longo da história e atualmente as mais usadas têm uma forma parecida, mas com alturas (principalmente) e larguras variadas. Elas são vazadas por um orifício de aproximadamente 2cm de diâmetro para que possam ser presas ao parafuso do eixo. O diâmetro desse orifício fica menor no miolo da roda e depois se abre novamente, formando dois compartimentos, um de cada lado, para o encaixe dos rolamentos. Desde o final dos anos 1980, a maioria dos modelos de roda é praticamente simétrico, isto é, tem os dois lados semelhantes, como pneus de carro, porque, à medida que são gastas, as rodas adquirem um aspecto cônico, ficando com um lado mais alto do que o outro e limitando a performance do skate, e esse formato permite que os skatistas invertam os lados quando isso começar a acontecer, para que eles gastem por igual. Antigamente, o formato das rodas, além de ser mais diversificado, determinava claramente que um dos lados era o “da frente”, ou seja, deveria ficar voltado para fora do skate, e o outro, geralmente com um corte reto e rente ao rolamento, o “de trás”. O lado “da frente” dessas rodas tinha uma cavidade entre sua superfície e o primeiro rolamento, que, em sua maioria, começava maior na superfície e se fechava até atingir o diâmetro do rolamento. Como muitas rodas eram mais largas do que as atuais, não era qualquer modelo que permitia o rodízio de lados, pois os mais extensos, com cavidades mais profundas, poderiam resvalar nos eixos, ficando impedidos de girar normalmente. Hoje em dia as modalidades que costumam utilizar rodas mais largas, devido à estabilidade requerida, são o *downhill* e o *slalom*, sendo difícil encontrar no mercado a variedade de larguras que já se ofereceu.

A citada cavidade na frente das rodas mais antigas podia ter diâmetro maior – o de fora, oposto ao diâmetro do rolamento – equivalente à altura da roda ou um pouco menor, quando havia um corte que deixava uma superfície, reta ou abaulada, contornando a cavidade. Assim, de acordo com a forma da roda, seu molde já continha o nome do fabricante (e eventualmente outras informações,

como o modelo, o tamanho, a dureza...) gravado na cavidade ou na circunferência em volta dela, ou estampado em serigrafia, depois do produto pronto. Como se tratava de espaços muito pequenos, o design gráfico aplicado nas rodas se resumiu a essas tipografias até o final da década de 1980, quando elas começaram a ficar com um formato cada vez mais padronizado: mais estreitas, com os lados simétricos e a cavidade, que passou a existir dos dois lados, cada vez mais rasa, o que criou uma área maior para a estampagem, mais utilizada na atualidade, e para gravuras de elementos mais complexos. Hoje, a maioria das rodas nem apresenta mais essa cavidade, havendo uma única superfície convexa, ou mesmo reta, entre a altura da roda e o compartimento do rolamento. Desse modo, passou a ser comum as rodas conterem artes gráficas nas suas faces laterais, em torno de seus orifícios, e é habitual que elas apresentem o logo do fabricante e/ou do modelo do produto e seus detalhes técnicos. Em muitos casos as duas faces recebem grafismos, que podem ser repetidos ou diferentes em cada uma delas. No anel formado pela área onde é possível aplicar estampas, pode-se detectar três tipos de design que prevalecem e são baseados nos seguintes elementos: tipografia, texturas e símbolos ou ilustrações.



Figura 20 – Antigos modelos de rodas das décadas de 1970 e 1980 (fonte: www.503skate.com e www.tailtap.com).

Os designs tipográficos (figura 21) fazem uso do logotipo da empresa juntamente com as demais informações necessárias para a identificação do produto, sendo estampados sobre fundos coloridos ou diretamente no uretano. Eles podem seguir a influência das primeiras aplicações de estampas nas rodas, acompanhando a circunferência, ou terem seus elementos dispostos em posições e tamanhos distintos, o que é permitido pelo maior espaço disponível, assim como a possibilidade de utilizar diferentes tratamentos em cada objeto, levando à criação de hierarquias que quase sempre seguem a seguinte ordem: fabricante - modelo -

tamanho - dureza. Quando se opta por não colocar a tipografia em círculo, os dados geralmente são alocados em lados opostos do anel, como se este fosse dividido em partes (o número de partes varia de acordo com cada arte), e há uma grande tendência, tal qual acontece nas pranchas, de fazer os elementos – especialmente os logotipos, que são mais fáceis de serem reconhecidos – sangrados, atravessando a face horizontal ou verticalmente.



Figura 21 (fonte: www.skatewarehouse.com).

A criação de texturas é uma solução muito notória no design gráfico das rodas (figura 22). Elas são construídas com a repetição ou a aglomeração de símbolos, o uso de tramas já consagradas, como o xadrez ou a camuflagem militar, ou a criação de artes originais. As texturas ocupam todo o anel da estampagem, enquanto os outros elementos podem ser aplicados de diferentes maneiras: diretamente sobre elas, em concordância com sua composição, ao seu redor (ou contornando o rolamento), interrompendo-as ou mesmo separados, visto que existem modelos que trazem a textura de um lado e os logos e a tipografia do outro. Nota-se que, em geral, a utilização de texturas resulta num design mais conservador, porque não há tanta ousadia e inovação na diagramação dos demais objetos, ainda que a textura tenha aparência não-convencional, pois os designers tendem a arranjá-los com frequência dentro dos limites da roda – muitas vezes em circunferência – e sem apelar para tratamentos distintos para cada informação.



Figura 22 (fonte: www.skatewarehouse.com).

Finalmente, os designs que têm ilustrações ou símbolos como elemento principal (figura 23) se caracterizam por desenhos destinados especificamente para a superfície externa das rodas e outros cuja aplicação parece ter sido improvisada. No primeiro caso, encontramos desde designs mais simples, como pequenas ilustrações – que podem ser o símbolo do logo do fabricante ou qualquer outra figura – colocadas junto ao texto que circunda o perímetro, até obras mais complexas, que ocupam completamente a face e apresentam elementos diversificados (objetos principais e secundários, fundo, tipografia...). Alguns desenhos são igualmente elaborados, mas preenchem apenas uma parte do espaço e deixam o restante para a marca e as informações de praxe. Pode-se concluir que essas artes são criadas com o intuito de permanecerem inteligíveis, mesmo que sua vida útil seja tão curta quanto a da arte de uma prancha. O segundo caso mencionado não nos leva à mesma conclusão porque apresenta ilustrações que não se ajustam ao formato da roda, seja pelo seu tamanho ou pela sua composição, e são aplicadas de maneira que acabam não aparecendo por inteiro e muitas vezes têm sua compreensão prejudicada, principalmente quando se trata de uma figura de aspecto intrincado. O entendimento do design, então, se dá por meio dos detalhes que ficarem visíveis ou que possam ser distinguidos pelo espectador. Porém, é comum que a figura escolhida seja alguma que já faça parte da identidade visual do produtor, como o símbolo da sua marca ou alguma alegoria já conhecida, o que facilita o reconhecimento. Esses designs podem exibir sua ilustração por toda a circunferência da roda, com os outros objetos por cima ou contidos nela, ou tê-la cobrindo somente um pedaço do anel, enquanto o espaço remanescente fica reservado para o logo e os dados técnicos.



Figura 23 (fonte: www.skatewarehouse.com).

4.1.3. Eixos

Os elementos que compõem o eixo são a base, a trave e um par de amortecedores cilíndricos de alturas diferentes, feitos do mesmo material das rodas. Ele é montado da seguinte maneira: um parafuso central sai da base (a peça que fica acoplada à prancha) e nele é colocado o amortecedor maior. Em seguida são colocados a trave (a parte onde se prende as rodas), que fica encaixada no parafuso e num pequeno buraco na base, e o amortecedor restante. Por fim, prende-se tudo com uma porca no parafuso. De acordo com a altura em que essa porca é deixada, o skate fica com mais ou menos molejo. Quando o skatista joga seu peso para um lado determinado da prancha, os amortecedores fazem com que as traves se direcionem para a direita ou para a esquerda, realizando, assim, a curva desejada. Apesar de cada empresa produzir seus eixos com detalhes próprios no formato, sua construção básica é a mesma desde que os primeiros eixos exclusivos para skate (e não adaptados de patins) foram fabricados. Conforme já foi mencionado, os atuais são mais largos e altos do que os de antigamente, e essas características variam de acordo com cada modelo.

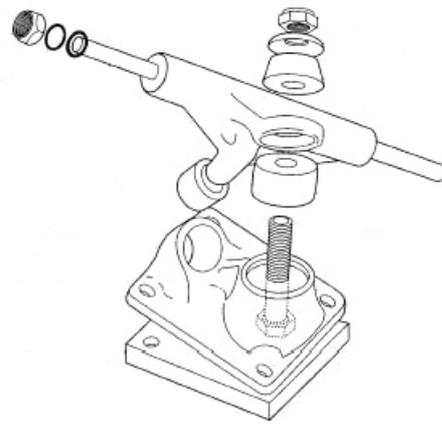


Figura 24 – Montagem do eixo
(fonte: www.madehow.com).

Após muitos anos trazendo apenas o nome do seu fabricante gravado na parte plana da base, às vezes acompanhado por algum símbolo, os eixos passaram a ser pintados em diferentes cores, e é comum que se ofereçam exemplares com a base numa cor e a trave noutra (além da cor dos amortecedores), e, posteriormente, conterem – quando seu formato permite – logos ou pequenas artes na face frontal da trave, que fica direcionada para fora do skate. Nos primeiros exemplos essas artes eram aplicadas por meio de adesivos, e hoje se utiliza serigrafia. A criação de designs gráficos para as traves se difundiu e levou ao desenvolvimento de artes mais trabalhadas, que cobrem a peça totalmente, e cujas particularidades são semelhantes às dos grafismos aplicados nas rodas. Assim, além das pequenas figuras no centro das traves, observamos ilustrações

maiores que revestem toda essa parte do artefato e também texturas e abstrações que se estendem pelo eixo inteiro. Diferentemente das rodas, não se encontram nos projetos gráficos tipografias que identifiquem o tamanho do eixo ou outra informação técnica, que normalmente vêm gravadas por baixo da base. Juntamente com as figuras, é normal que se vejam apenas marcas e nomes dos modelos.



Figura 25 – Exemplos da aplicação de grafismos em eixos (fonte: www.skatewarehouse.com).

4.1.4. Logos

Como em qualquer mercado – e tal qual acontece com as pranchas de skate – é grande a diversidade de designs entre os logos das empresas produtoras de peças de skate, o que não permite que se aponte prontamente um padrão ao qual eles estariam submetidos. Porém, em meio ao material pesquisado, é possível distinguir algumas características comuns e até dividir algumas marcas em grupos, de acordo com as soluções criadas pelos designers. Em relação às características comuns, observa-se que há uma intenção de traduzir conceitos referentes à prática do esporte, como agressividade, movimento, dinamismo e velocidade. A escolha dos elementos gráficos corretos é fundamental para essa tradução, pois suas formas são eficazes na transmissão de idéias que se tenta atingir. Assim, tipografias pesadas (presentes em praticamente todos os logotipos – ver figura 26), com fontes grandes ou nas versões negrito, *black* e *heavy*, e objetos desfigurados ou aparentemente mal acabados (figura 27) são usados para representar a agressividade do desporto, assim como o uso de símbolos já citados, como caveiras, monstros (figura 28) ou armas. Os outros conceitos mencionados são correlatos e são interpretados por meio de estratégias usuais que às vezes

acabam servindo para mais de um deles. A utilização de elementos em diagonal ou tortos, por exemplo, podem denotar movimento e velocidade, enquanto a aplicação de formas irregulares se relaciona com dinamismo e, novamente, com movimento, conceito que também está associado ao uso corriqueiro de curvas. Objetos que são colocados de modo que interrompam a harmonia da composição (figuras 29 e 30) lembram dinamismo, e outros cujos traços tenham espessuras que variam remetem à velocidade. É normal que essas características se combinem (traços curvos de espessura irregular, por exemplo), unindo ainda mais os três conceitos.



Figura 26 (fonte: www.brandsoftheworld.com).



Figura 27 (fonte: www.skatewarehouse.com).



Figura 28 (fonte: www.brandsoftheworld.com).



Figura 29 (fonte: www.brandsoftheworld.com).



Figura 30 (fonte: www.brandsoftheworld.com).

Certos logos são criados a partir de um mesmo tipo de recurso, o que permite a identificação de alguns grupos formados por marcas cujos designs recorrem a soluções semelhantes. O primeiro deles é composto por logos que aludem diretamente ao skate ou ao skatista. Os exemplos pesquisados apresentam a figura de um dos dois como símbolo ou têm o logotipo estilizado em forma de skate ou posicionado dentro da ilustração de um skate. Outro grupo é integrado por marcas cujos símbolos fazem referência ao nome da empresa ou ao tipo de produto que ela fabrica. A fabricante de amortecedores para eixos Moog, de São Paulo, tem as duas letras O do seu nome substituídas por um par de amortecedores, por exemplo, e a revista carioca *Pense Skate* tem como símbolo a silhueta de um skatista na mesma posição em que se encontra o personagem da obra “O pensador”, do escultor francês Auguste Rodin.



Figura 31 – As marcas da Moog e da *Pense Skate* (fonte: arquivo pessoal).

O terceiro conjunto é influenciado pela cultura existente ao redor do skate e pelos elementos que fazem parte do cotidiano da sua prática: as culturas urbanas, a música, o grafite, a cultura de massa, as informações visuais encontradas nas ruas... A quantidade de referências é grande e faz com que esse grupo seja formado por logos com designs mais diversificados, ao contrário dos dois descritos anteriormente. No material analisado foi possível reconhecer a

influência do “faça você mesmo”⁵² do movimento punk em marcas com palavras ou símbolos supostamente feitos à mão, ou que simulam uma falta de acabamento ou cuidado (e, conseqüentemente, má qualidade) na sua produção. Próximo à ideologia punk, há os logos que utilizam elementos gráficos agressivos, já comentados, como alegoria ou fazem menção, através de tipografias e figuras típicas, a outras manifestações de caráter marginal ou transgressor, como, por exemplo, a tatuagem, filmes de terror (figura 32) ou a música *heavy metal*. Dentro dessa subcategoria se encontram também as marcas desenhadas como se tivessem sido grafitadas, o que pode ser feito das seguintes maneiras: imitando os efeitos da tinta spray ou das canetas comumente usadas pelos grafiteiros, simulando o uso de *stencils* (moldes com formas recortadas – ver figura 33) ou apelando para o estilo peculiar dessa arte, principalmente da vertente ligada ao movimento *hip-hop*, que geralmente apresenta trabalhos mais detalhados e coloridos do que o habitual. Também por influência do *hip-hop*, e da sua associação com o basquete, notam-se marcas de aspecto semelhante àquele dos emblemas de equipes esportivas, por meio da utilização e criação de elementos como escudos (figura 34), brasões e estrelas, além da tipografia característica desse meio. A respeito da assimilação de ícones da cultura popular, o costume de fazer ilustrações de cartum nas pranchas, que acabou se estabelecendo como uma característica marcante do design gráfico relacionado com skate, levou à criação de personagens desenhados nesse estilo para serem usados como logo por algumas empresas – como o já mencionado Devil Man – deliberando mais uma subdivisão. Uma outra particularidade levantada foi o emprego, na forma de símbolos, de componentes da iconografia da sinalização urbana, como setas, faixas e figuras que indicam ou identificam lugares e atividades.



Figura 32 (fonte: www.creatureskateboards.com).

⁵² Ver capítulo 1.



Figura 33 (fonte: www.brandsoftheworld.com).



Figura 34 (fonte: www.independenttrucks.com).

Muitos logos pesquisados não pertencem a nenhum grupo específico, mas é possível apontar neles pelo menos uma das características mencionadas no início desse subtítulo, o que permite, quando se leva em consideração todo o conjunto de marcas das empresas da indústria, que se reconheçam tais logos como exemplos típicos do design gráfico relacionado com skate.

4.1.5. Camisetas e adesivos

Decidimos analisar juntamente as camisetas e os adesivos produzidos pelos fabricantes de peças de skate porque ambos recebem o mesmo tipo de tratamento gráfico: contêm logos – originais ou estilizados, conforme foi comentado no capítulo 3 – ou designs similares aos das pranchas, com símbolos, ilustrações e marcas. Além disso, freqüentemente se produzem adesivos e camisetas com as mesmas artes (a qual pode ter sido usada também em alguma prancha). Enfim, trata-se simplesmente da aplicação do design gráfico típico do skate em produtos que não são específicos do esporte, mas, devido aos grafismos que ostentam, acabam sendo identificados como tal. É possível encontrar camisetas e adesivos nos catálogos de praticamente todas as companhias da indústria. Deve-se salientar

que nos restringimos às camisetas porque outros itens de vestuário habitualmente usados pelos skatistas, como bonés e bermudas, geralmente se limitam à aplicação de logos (quase sempre pequenos ou em etiquetas), não havendo neles nada que se destaque como elemento diferenciador em comparação com produtos de outras áreas, a não ser a marca.

No caso das camisetas, atualmente as mais comuns recebem as estampas, de alturas entre 15cm e 20cm e larguras variadas, na altura do peito. Estampas muito grandes ou que se repetem por toda a malha não parecem ser muitos populares, mas algumas empresas fazem modelos com esse tipo de trabalho. Eventualmente se aplicam estampas em lugares inusitados da camiseta, como nas laterais, próximo ao pescoço ou à cintura. Esse tipo de aplicação pode ser considerado um reflexo da já citada inventividade dessa linguagem gráfica, que permite que se façam – e se aceitem – projetos mais ousados e experimentais do que o geral.

Os adesivos têm tamanhos e formatos variados, podendo ser retangulares, redondos ou cortados de acordo com o contorno da arte. Independentemente de serem grandes ou pequenos, todos são produzidos em tamanho suficiente para que caibam numa prancha, a não ser aqueles destinados a pontos de venda, propositalmente produzidos em dimensões maiores do que a média e em quantidade menor, devido ao custo. Não existe uma aplicação propriamente dita do design gráfico nos adesivos, uma adaptação ao objeto, como acontece nos outros produtos, porque nesse caso o produto é o próprio design gráfico (ou é o produto que se adapta ao design gráfico, já que é o grafismo que determina o corte do adesivo). O conteúdo das artes, assim como nas pranchas, é diverso, mas nota-se que a maior parte traz a marca da empresa em diferentes versões ou acompanhada de alguma ilustração. Se a figura utilizada já for consagrada entre os skatistas, ela pode vir sozinha, pois sua popularidade assegura a identificação do produtor.

4.1.6. Mídia impressa

Dos meios de comunicação especializados em skate, as revistas sempre foram o principal veículo, e seu sucesso entre os praticantes é notável. Elas geralmente trazem informações sobre eventos, entrevistas com atletas, dicas de

lugares que os skatistas deveriam conhecer, matérias sobre cultura (música, arte...) e grandes seções de fotos. Existem muitos títulos hoje em dia, e cada um deles busca um projeto gráfico próprio para se distinguir dos outros, tal qual os fabricantes de peças⁵³, mas pode-se afirmar que a diagramação dessas revistas é planejada para que se dê prioridade às fotografias, que, seja qual o for o assunto abordado na reportagem, costumam ocupar páginas inteiras. Assim como se desenvolveu um gosto pelas artes gráficas no campo do skate, parece que o mesmo acontece em relação à fotografia, o que pode ser explicado pelo fato de que os skatistas têm prazer considerável em assistir à performance de outros praticantes, por amor ao esporte ou pela vontade de executar as mesmas manobras. O ápice desse comportamento é notado em competições, onde é comum atletas vibrarem com a atuação dos próprios adversários. Portanto, esse prazer esclarece a ênfase nas fotos que direciona o projeto gráfico das revistas de skate. Muitas vezes quando se observa alguma reportagem, percebe-se que o aspecto de uma página – suas cores, sua tipografia e suas ilustrações – é determinado de acordo com a foto que a ilustra, sendo ela o elemento a partir do qual se buscará a harmonia.

Face à variedade de projetos gráficos, destacam-se aqueles que procuram fugir do convencional, já que nem todos se caracterizam por isso. Na escolha dos objetos que vão compor a identidade visual da revista (fontes tipográficas, elementos decorativos, mancha gráfica...), esses designs tentam estabelecer associações com o universo do esporte pelo uso de soluções que, por serem incomuns, acabam remetendo à natureza transgressora do skate, chamando a atenção dos leitores. É usual que essas soluções se dêem a partir de quebras de padrões e regras, como o uso de fontes e tratamentos inconstantes nos títulos das matérias e seções, a inexistência de um *grid* que estabeleça o posicionamento de cada item e a utilização irregular de elementos decorativos (como indicadores de seção, fundos de página, ícones...), que, além de terem estilos que variam de uma reportagem para outra, podem ser encontrados sobre as fotos ou em desacordo com a suposta mancha gráfica, invadindo a área das margens ou sangrando a página. Uma revista pode conter tratamentos gráficos diferentes em cada uma das suas seções ou que mudem a cada edição, mas, apesar da volubilidade desses

⁵³ Ver capítulo 2.

projetos gráficos, é preciso ressaltar que, em geral, elementos principais, como o logotipo da revista e as tipografias das chamadas de capa e dos textos, não costumam desobedecer ao padrão escolhido para eles, mantendo-se o mesmo em todas as edições.



Figura 35 – Numa mesma edição, a revista paulistana 100% Skate apresenta tratamentos gráficos distintos para cada uma de suas seções e matérias (fonte: acervo pessoal).

Nos anúncios que as empresas da indústria fazem para serem veiculados nas revistas de skate, a despeito de seguirem as identidades visuais de cada companhia, é possível identificar uma espécie de arquétipo adotado pela grande maioria, que, semelhantemente ao que acontece nas revistas, é a criação do design a partir da utilização de uma foto de página inteira (ou página dupla, se for o caso) de algum atleta da equipe realizando alguma manobra. Em vez de uma foto, a manobra também pode ser apresentada numa seqüência de fotos, mas é provável que esta igualmente ocupe toda a página. Ao redor da imagem, dentro da foto ou

dividindo a página com ela, são colocados os nomes da empresa e do atleta, além do texto publicitário. Pode haver também ilustrações diversas e um retrato do skatista, e quando se trata de propaganda que divulga um produto específico inclui-se uma ou mais fotos do mesmo, e ainda há exemplos em que as fotos de manobra são substituídas por retratos ou mesmo caricaturas dos membros da equipe. No caso de o anunciante não patrocinar uma equipe de skatistas, é usual que se foque no produto anunciado ou que se crie uma arte baseada na sua identidade visual, por meio de ilustrações ou fotos. O estilo dos elementos gráficos utilizados nos anúncios é variado, mas segue as influências do design do campo do skate. A imagem adotada pelo fabricante é que define quais das tendências eles seguirão e a que se vai aludir.



Figura 36 – Alguns anúncios de empresas brasileiras e estrangeiras (fonte: www.megagroupint.com.br, www.toymachine.com, www.kulturstudio.com e acervo pessoal).

4.1.7. Equipamento de proteção

Os acessórios de proteção comumente usados pelos skatistas são joelheiras, cotoveleiras, capacete e protetores de pulso. Os praticantes das modalidades vertical e *downhill* são os que rotineiramente usam esse equipamento, enquanto no *street* e nas outras categorias sua utilização é mais rara, apesar de algumas ocasiões oferecerem tanto risco quanto uma pista alta, devido ao nível de complexidade que o skate de rua atingiu, com escadas, corrimãos e até marquises como obstáculos. Como antigamente a prática do *street* não era tão agressiva, não se usava o equipamento de proteção regularmente, e isso acabou se tornando um hábito. Além disso, os adeptos dessa modalidade alegam que as joelheiras atrapalham a flexibilidade das pernas para se executar o *ollie* de forma satisfatória, o que é uma realidade, conforme o caso.

As joelheiras e as cotoveleiras têm, na área das respectivas articulações, placas plásticas chamadas casquilhos, que, além de auxiliarem no amortecimento do impacto, são usadas pelos skatistas para deslizarem seguramente até a base das rampas, no caso de errarem uma manobra. Os capacetes também são feitos de material plástico e contêm em seu interior peças de esponja para atenuar colisões, enquanto os protetores de pulso são uma espécie de luva que cobrem a palma da mão e uma parte do antebraço, com placas no seu interior que imobilizam a munheca e impedem lesões graves na região. A maior parte desses acessórios não apresenta designs gráficos elaborados. Quase sempre os capacetes, que vêm em diferentes cores, costumam trazer adesivos com logos na sua superfície (a frente e as laterais são mais usadas) e os outros materiais – que praticamente não se diversificam nas cores como os capacetes, sendo o preto a mais usada – têm etiquetas com as marcas do fabricante nas tiras de velcro que os mantêm presos ao corpo do skatista. Ainda que sejam minoria, existem modelos nos quais há preocupação com o tratamento gráfico. Um exemplo são os capacetes cobertos por texturas ou que têm figuras similares às das pranchas num dos seus lados. Essas figuras não costumam ser muito grandes e são aplicadas em tamanhos que permitam sua captação, quando forem vistas no capacete, e dividem o espaço com o logo do produtor e, eventualmente, com a assinatura de algum atleta profissional. Todos esses elementos não precisam estar necessariamente juntos e

podem ser encontrados em lados opostos do acessório. Na maioria das vezes o logo vem na parte da frente e os demais objetos ficam nas laterais ou na parte de trás. Em relação às outras peças, alguns modelos são revestidos por tecidos estampados, apresentando diferentes tipos de textura, como camuflagens, peles de animais selvagens, xadrez e outras feitas a partir de caveiras e outras figuras típicas. Esses foram os poucos exemplos de equipamento de proteção com design gráfico encontrados durante a coleta de material para ser pesquisado. O capacete é o acessório que tem mais área para se aplicar grafismos, além de ser o de maior vida útil, e talvez por isso ele seja o que apresenta maior diversidade – ainda que pequena – enquanto os outros sofrem mais danos, por estarem constantemente em contato com o chão, e não têm um espaço muito propício para investir em design gráfico, o que leva freqüentemente as empresas a deixá-lo de lado.