

5 Conclusão

Com o propósito de deliberar as razões pelas quais se forma o simbolismo característico do design gráfico relacionado com skate e esclarecer a consolidação das particularidades da sua linguagem, começamos esta pesquisa investigando o surgimento das tribos (ou culturas) urbanas, tal qual a dos skatistas, e descobrimos que o fenômeno do tribalismo ocorreu a partir do processo de massificação da cultura que se deu na pós-modernidade, momento histórico marcado pela ruptura com os conceitos modernistas através de uma mudança na sensibilidade, a qual constituiu uma resposta à elitização da arte e da cultura, responsável pelo fim do fascínio em torno do conteúdo inovador do modernismo. A passagem para uma sociedade pós-industrial baseada na informação, juntamente com outros eventos típicos do período pós-moderno, como o pluralismo, o questionamento da racionalidade, o niilismo e o declínio do individualismo, resultaram, entre outras coisas, na reaproximação entre a cultura popular e a alta cultura, o que levou ao surgimento das culturas jovens, criadas com o intuito de construir seus próprios valores e não seguir mais aquilo que era imposto pela indústria da moda.

Igualmente, ajuda-nos a entender a formação da tribo dos skatistas a união de pessoas em diferentes grupos segundo a sua condição de atleta ou admirador de um esporte específico, com o objetivo de promover diversão entre indivíduos com o mesmo gosto e manter evidente o esporte em questão. Tal união se dá a partir da busca pela excitação que uma atividade esportiva ocasiona, a qual é um reflexo da utilização do esporte – cujo desenvolvimento é simultâneo ao da sociedade onde ele é praticado – como uma das soluções para se atingir um equilíbrio entre o prazer e a restrição, durante o processo civilizador. As regras introduzidas nos desportos ao longo desse processo os transformaram em confrontos simulados, nos quais se pode sentir toda a agitação de um verdadeiro duelo sem o risco de consequências mais graves. A comunidade dos praticantes de skate é um exemplo que transcendeu a esfera esportiva, com características que levaram à criação de

um código de conduta responsável pela cabível classificação desses esportistas como um grupo social.

Assim, com base na hipótese de que o design gráfico aplicado à indústria do skate é um meio de expressão dos valores dos skatistas, surgidos no contexto da prática do esporte, fizemos um levantamento do perfil da tribo para posteriormente podermos compreender o porquê das peculiaridades desse design, a razão pela qual se faz uso de determinados elementos gráficos. Foi visto, então, que, em maior ou menor grau, sempre houve intransigência em relação ao skate por parte de pessoas que não pertencem ao seu meio. É um esporte geralmente marginalizado e cujos adeptos freqüentemente sofrem discriminação ou são impedidos de praticá-lo. Isso levou a uma atitude independente e revoltosa, que acabou aproximando os praticantes de skate a outras culturas e coisas que também são consideradas marginais, que surgem e se mantêm (ou tentam se manter) fora do *mainstream*. Juntamente com essas influências, a grande quantidade de informações disponível no cenário urbano e os fatos típicos do seu dia-a-dia, além de colaborarem na formação do perfil dos skatistas, oferecem conhecimento acerca de inúmeros eventos sociais, artísticos e culturais que, somados à conduta e à atitude peculiar do grupo, fornecem o material que compõe o conteúdo dos trabalhos de design gráfico que encontramos nesse mercado.

A arte de Wes Humpston nos anos 1970, seguida da estética agressiva vinda da associação com o movimento punk e a posterior assimilação em diferentes maneiras de elementos da cultura de massa – usados inclusive para retratar cenas do cotidiano do skate – são provas desses fenômenos apresentados acima. Outras características observadas foram a representação da personalidade de ídolos do esporte, por meio dos *pro models*, e a aplicação de obras de autoria de skatistas artistas. Ainda que essas duas tendências tragam soluções subjetivas, os estilos dos produtos que fizeram mais sucesso foram repetidos pela concorrência e se estabeleceram como mais um elemento típico desse design, demonstrando que a opinião de um skatista quase sempre é levada em consideração pelos outros. Em relação à rejeição àquilo que faz parte do *mainstream*, verificamos que o design gráfico é também uma ferramenta de identificação para os adeptos do skate, que o utilizam para se distinguirem como singulares, reproduzindo um hábito comum e antigo que ocorre entre as diferentes classes sociais, que se diferenciam umas das outras pelos produtos que consomem, o que faz com que haja categorias e

modelos distintos de bens manufaturados – e, logo, de designs – destinados a cada uma delas. Desse modo, os skatistas recorrem a soluções incomuns nos designs gráficos dos produtos da sua indústria (que já são naturalmente exclusivos, por praticamente não terem outro uso além do esporte) porque sabem que, em geral, elas não encontrariam lugar em outras áreas, garantindo assim a “identidade visual” da tribo. Outra constatação a que chegamos, ao nos depararmos com a pluralidade estilística desse design, foi que a divulgação da atitude através dele parece ser mais importante do que o estilo em que os trabalhos são feitos. Logo, pode-se afirmar que a estética visual do skate constrói-se a partir da necessidade de expressar os valores dos seus praticantes, oriundos da condição de esporte urbano e da imagem de marginal atribuída à atividade. Essa conjuntura fez os skatistas adotarem um design gráfico de conteúdo agressivo e transgressor, ou que faça algum tipo de menção àquilo vivido (ou visto) por eles enquanto praticam. A versatilidade própria do esporte reflete-se nas múltiplas e criativas formas empregadas até agora para expressar o caráter da tribo, criando vertentes distintas que costumam agradar o consumidor da mesma maneira.

Além disso, comprovamos a grande importância dada ao design gráfico no meio do skate, assim como uma veemência comumente desenvolvida pelos skatistas em relação às artes. A simultaneidade da afirmação da identidade própria dos praticantes de skate com o aumento do tamanho das pranchas, que permitiu a estampagem dos grafismos sofisticados que deram início ao simbolismo, deu ao design um *status* tão alto quanto o dado à identidade, mesmo porque ele é um dos principais meios pelos quais ela é anunciada. Ao estudarmos essa situação, percebemos evidências como a presença quase obrigatória dessa estética visual em todos os produtos relacionados com skate, a criação de identidades visuais exclusivas para cada produto que é lançado e o investimento incessante em novas artes e símbolos, havendo inclusive empresas que costumam usar mais de um logo concomitantemente. Essa conjuntura, juntamente com as circunstâncias nas quais surgiu a linguagem do design gráfico da indústria do skate, além da sua eficiência em transmitir idéias de diferentes maneiras, foi responsável por aproximar o skate das artes em geral, sobretudo as gráficas, e é muito comum skatistas envolverem-se com atividades artísticas, o que em parte justifica denominarmos esse meio de uma cultura, e não simplesmente uma tribo. O apreço dos praticantes de skate pelo seu tipo de design gráfico e a admiração pelas artes ratificam-se ainda pela

associação feita entre a cultura deles e a teoria de Pierre Bourdieu sobre a formação de um campo intelectual e artístico autônomo. O *habitus* de grupo do “campo do skate”, formado por skatistas que produzem para skatistas – que também legitimam a produção dos primeiros – levou seus agentes a buscarem uma independência daquilo que é exterior ao campo e a assumir o caráter *outsider*. Assim, surgiu outro *habitus*, específico do design gráfico do campo, que é o objetivo de divulgar essa atitude. O uso do design como instrumento de identificação e expressão atingiu um desenvolvimento tão grande, que, como vimos, acabou estabelecendo essa relação extraordinária entre esporte e cultura.