

Folkcomunicação, grafite e Covid-19: uma análise das expressões e significados da pandemia a partir da arte urbana¹

Marcelo Sabbatini²
Universidade Federal de Pernambuco, PE

RESUMO

Com o ano de 2020 sendo marcado na História pela pandemia mundial ocasionada pelo novo coronavírus e pela enfermidade Covid-19, todos traços da sociabilidade humana foram impactados, a partir não somente da perspectiva de isolamento social, mas dos efeitos da doença e da morte. Diante desta comoção, nossa proposta é analisar como as diversas temáticas da pandemia foram abordadas a partir do sistema alternativo de comunicação não-hegemônico e popular, especificamente o grafite urbano. Como premissa, consideramos que esta forma de expressão imagética consiste um canal de Folkcomunicação, através do qual as camadas marginalizadas da sociedade ressignificam os fluxos e mensagens comunicacionais “oficiais”. A partir da análise da imagem aplicada a grafites urbanos documentados ao redor do mundo com a temática da pandemia exploramos a capacidade deste tipo de expressão em servir como ferramenta comunicacional para o esclarecimento e conscientização em relação aos efeitos e prevenção do vírus.

PALAVRAS-CHAVE: Folkcomunicação, grafite, Covid-19, arte urbana.

Introdução

“O grafite nunca foi tão poderoso – ou urgente”. Assim começa a apresentação de uma galeria de imagens retratando os grafites que inúmeros artistas ao redor de todo o mundo realizaram no contexto da pandemia do Covid-19, conforme publicado na edição digital de uma das mais influentes revistas de negócios em âmbito internacional. Fato que não deixa de ser curioso, pois uma forma de expressão historicamente associada à marginalização e à transgressão é apropriada pela mídia empresarial, conforme esta reconhece que “estes grafites exibem medo e fúria, solidariedade e esperança – e praticamente gratidão universal aos trabalhadores da saúde” (HOWARD, 2020).

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Teoria e História da Comunicação. Professor do Centro de Educação e do Programa de Pós-Graduação em Educação Matemática e Tecnológica – EDUMATEC (UFPE), email: marcelo.sabbatini@ufpe.br.

Por outro lado encontramos uma citação clássica, utilizada por Luiz Beltrão na obra em que propõe a teoria da Folkcomunicação, aquela de Edson Carneiro em “Dinâmica do Folclore”, de 1977: “sob a pressão da vida social, o povo atualiza, reinterpreta e readapta constantemente os seus modos de sentir, pensar e agir em relação aos fatos da sociedade e aos dados culturais do tempo”.

É justamente neste momento de extrema pressão representada pelos efeitos da pandemia sobre todos os aspectos da vida humana, incluindo o isolamento social, a adoção de medidas sanitárias e de cuidados pessoais, as escolas, universidades e salas de aula fechadas, as mudanças nas relações econômicas sociais, as disputas sobre as narrativas científicas e o espectro de um “novo normal”, entre tantos outros, que o grafite surge com seu poder comunicativo e como um canal de expressão legitimamente popular.

Diante deste fenômeno, propomo-nos analisar como as diversas questões trazidas pela pandemia foram abordadas a partir deste sistema alternativo de comunicação não-hegemônico, um canal Folkcomunicacional por excelência. Para isso utilizamos a análise da imagem aplicada a grafites urbanos documentados ao redor do mundo com a temática da pandemia, com base numa coleta virtual. Numa perspectiva qualitativa e exploratória, buscamos identificar o potencial deste tipo de expressão em servir como ferramenta comunicacional para o esclarecimento e conscientização em relação aos efeitos e prevenção do vírus, assim como para engendrar debates necessários para a condução das orientações e políticas de enfrentamento da pandemia.

1 Grafite e a Folkcomunicação, um grito em imagens

Como ponto de partida, retomamos a contribuição do pensamento de Hall em relação às “culturas populares” e de seu “conteúdo político que se articula em torno das relações de poder que definem a luta cultural protagonizada por grupos sociais e comunidades que reivindicam direitos e dignidade”. Nesta perspectiva, os Estudos Culturais buscavam uma

compreensão sobre culturas populares e os processos educacionais que elas engendram, como terreno de luta, onde memórias, tradições e identidades são acionadas enquanto força motriz que demarca posições e faz reverberar vozes, que buscam reconhecimento e autonomia diante da cultura hegemônica (ABIB, 2019 p. 5).

Nesta perspectiva de luta cultural, encontramos então o reconhecimento do grafite como ferramenta de expressão popular, que atualiza e avança a teoria da Folkcomunicação. Numa análise histórica, a atual expressão do grafite, entendido como uma linguagem capaz de externar as experiências individuais e coletivas de um grupo, consistindo portanto seu reflexo cultural é herdeira de uma longa tradição imagética que remonta às pinturas rupestres. Como nota Martins (2017, p. 115), “a evolução cognitiva do homem impulsionou, portanto, o desenvolvimento e aprimoramento do abstrato” e com isso aprimorou o rol de situações e fenômenos sociais a serem registrados neste meio.

Por sua vez Zuin (2004) destaca que além do grafite possuir raízes multiculturais, historicamente esta expressão atendeu a reivindicações de grupos sociais em conflito, como podem ser os murais mexicanos do início do século XX, os movimentos estudantis franceses e anti-sistema e dos subúrbios norte-americanos da década de 1960, as expressões de luta contra a ditadura civil-militar no Brasil da década de 1950. Neste sentido, tanto o grafite como a pichação são “manifestações pintadas nos muros e paredes do espaço urbano, objetos de comunicação e de significação; manifestações parietais estas que estão conquistando os espaços nos suportes urbanos, ao mesmo tempo sendo apropriadas por outros meios de comunicação e projetos sociais” (ZUIN, 2004, p. 1). E assim,

O graffiti é um espaço de berro, de grito e afirmação. É um espaço de fala, mas não é bem um diálogo. Exatamente porque ainda não existe espaço para o diálogo. Nosso problema é esse: nós não conseguimos construir ainda uma organização da nossa sociedade em que o diálogo tenha um papel estruturante. Nossas regras são construídas por poucos, para poucos. Não incluem a maioria e suas demandas nas suas diversidades. Tem sempre uma tensão colocada. E quem fica de fora excluído desta ordem, está berrando. Tem várias formas de dar o berro e uma delas é o graffiti (BEDOIAN; MENEZES, 2008, p. 33 apud MARTINS, 2017, p. 126).

É importante ressaltar aqui a relação simbiótica entre a expressão do grafite e o contexto onde ele se produz, isto é, a urbe, entendida como um “espaço organizativo, estético, social e político; de apropriação e ressignificação da paisagem; de transitoriedade e intervenções individuais e coletivas” (MARTINS, 2017, p. 117).

Como tal, também possui uma natureza efêmera e dinâmica, em constante transformação:

O grafite funde-se ao movimento de permanente construção e reconstrução da cidade que, a partir de seus agentes-habitantes, transforma-se de maneira constante, como resultado claro dos conflitos ocorridos em seu espaço. Justamente por essa razão, carrega em sua estrutura os signos oriundos deste fluxo perene (SOUZA; MELLO, 2017, p. 197).

Uma expressão, entretanto, que possui o objetivo de “tornar comum”:

A comunicação proposta pelos grafites tematizam o cotidiano nos modos como se apresentam na topologia urbana. Por meio de como se manifestam, abandonam o rotineiro, causando ruptura. O grafite não é uma pintura nas telas convencionais, pois ele executa suas ações e conta suas histórias nos suportes da própria cidade, trabalhando a própria superfície, colocando-se nos muros e paredes, postes e fachadas pelo emprego do spray, do pincel, das máscaras. Desta maneira, essa comunicação revela e valoriza todos os espaços da urbe e a ele se integra num todo, e mais: continua além, expandindo-se em outras urbes do mundo. Com isso, ele acaba realizando a tarefa de contar a história para sustentar a si mesmo, para tornar possível a sua existência, (e daqueles (as) que pintam pelas ruas afora), seu “corpo”, sua própria realidade. Nesse ato de “narrar”, de contar, o grafite se faz comunicação popular do povo, para o povo (ZUIN, 2004, p. 14).

No “desvendar do universo visual do grafite” é possível situá-lo com um texto visual e histórico, passível de ser encontrado em diversos suportes, estilos, propostas de figuratividade e temas, representando determinados sujeitos sociais a partir de uma visualidade específica que concorre com outras manifestações de caráter imagético.

Como todo texto, o grafite é portador de significação, que, nesse caso, é dada pela visualidade em que são conjugados recursos da linguagem dos desenhos, do verbal escrito, da pintura, que, juntos, nas suas articulações, concretizam e incorporam através dessa bricolagem de linguagens uma identidade de grupo e/ou tribo, a dos chamados grafiteiros, ou de uma cidade/comunidade, em produções que trazem o cotidiano e os elementos identitários de seus enunciadores, explorando experiências de mundo e de enfrentamento da realidade que se dão nas ruas, aos olhos de todos os que nelas circulam (ZUIN, 2004, p. 2).

Souza e Mello (2017) consideraram o grafite como um “processo folkcomunicacional urbano”, identificando como elementos deste processo o grafiteiro (emissor), a mensagem (desenho), o código (letras desenhadas, estêncil), o canal (a parede) e os

indivíduos que compõe a sociedade (receptores). Contudo, como notam as autoras, o grafite possui uma particularidade em relação a outros meios de comunicação, ao não possuir um “receptor definido”, atingindo de forma ampla os habitantes da cidade. Além disso, em relação a sua interpretação, todos os elementos da paisagem urbana ao redor da obra também a compõe (SOUZA, MELLO, 2017).

Retornando a seu aspecto de luta social, a dimensão emissor-receptor deve ser considerada em termos dos conflitos de poder:

Os textos do grafite, em grande parte, são produzidos por destinadores excluídos desses grupos dominantes, fundados em outros mundos e outras realidades de vida, mas nem por isso deixam de ser uma manifestação da comunicação social; ao contrário, apenas escolhem suportes mais simples, práticos e viáveis para aparecerem, e acabam se oferecendo gratuitamente para o público (ZUIN, 2004, p. 15).

Uma vez estabelecido o caráter sociopolítico do grafite e seu dimensionamento histórico, as pesquisas contemporâneas vão à prática, investigá-lo enquanto fenômeno. Assim, a partir de uma “compreensão sociológica do grafite e da pichação na paisagem urbana”, Martins (2017) relacionou o caráter folkcomunicação do grafite com ações recentes em São Paulo, capital, que retomaram o entendimento desta expressão artística na esfera da criminalidade e dando um passo atrás (ou vários) no processo de democratização dessa manifestação artística juvenil, que paulatinamente conquistava seu espaço para além da condição de marginalidade e de anonimato.

Já Maia e Gadelha (2013) analisaram as ações comunicacionais de empresas através do grafite a partir da ótica folkcomunicação, estabelecendo uma relação entre processos pedagógicos e de inclusão social, valorização da arte popular e o alcance de objetivos mercadológicos e de comunicação empresarial. Em sua análise, as autoras destacam o caráter político do grafite, entendendo seus agentes os grafiteiros como os líderes de opinião³, capazes de ressignificar a comunicação de massa em comunicação popular através da reconversão de símbolos e códigos culturais. O papel do líder de opinião é ressaltado, então, quando consideramos que

3 Cabe notar que algumas características do líder de opinião, conforme entendido pelos teóricos da Folkcomunicação, são seu prestígio em seu meio social, sua capacidade de inspirar confiança, seu conhecimento em determinado assunto, seu trânsito em relação a grupos e fontes de informação externas, além de sua consciência e convicção ideológica.

Os respectivos processos criativos estão inseridos em uma dinâmica folkcomunicação urbana, em que elementos de expressão popular de seus artífices – uma vez que se dirigem a muitos simultaneamente – encontram o contexto metropolitano como o mais adequado e acolhedor às suas produções. A abrangência e a complexidade das mensagens acabam por caracterizar a figura do grafiteiro como formadora de opinião, pois é fator propagador de significados e materializador imagético das contraposições urbanas (SOUZA, MELLO, 2017, p. 199).

Para Maia e Gadelha (2013), apesar do caráter contracultural, alternativo e contestador do grafite, sua apropriação pelo mercado vem se naturalizando, num processo que integra o reconhecimento de uma arte de caráter popular à difusão de uma identidade institucional e outros objetivos de caráter mercadológico, sem que estas vias sejam excludentes entre si. Dessa forma, o grafite enquanto expressão possuiria capacidade de se reinventar e de criar novas possibilidades de interpretação.

Neste ponto situamos um dilema, pois na medida em que uma intencionalidade pedagógica do grafite no contexto da crise pandêmica possa atender à institucionalização, hierarquização e planificação da arte urbana, como nota Martins (2017), esta expressão perderia seu caráter de “contramaré”, no sentido de buscar a representatividade do artista e de “seu chamamento, seu grito, sua emoção, sua liberdade”. Privar-se-ia, talvez sua capacidade contestadora, pois

apontar as problemáticas do povo, criticar a forma de andamento das escolhas políticas e das questões sociais de maneira diferente são atitudes que podem ferir os interesses dos poderosos e, por isso, é bem provável, não ser possível manifestá-las nesses meios. Desta forma, escolher estar no suporte aberto da cidade e do mundo é um desafio (ZUIN, 2004, p. 15).

Ferreira e Arco (2014) também exploraram o “modo de resistência e meio de comunicação alternativa” do grafite através de uma ótica folkcomunicação relacionando os grupos marginalizados com esta expressão artística a partir da obra de Acme 23, um grafiteiro da comunidade do Pavão-Pavãozinho, no Rio de Janeiro. Em sua pesquisa, as autoras detectam a influência do tratamento dos meios de comunicação massivos, de forma que “enquanto a mídia tratava o graffiti como vandalismo, grande parcela do público também o via assim e havia menos espaço urbano destinado aos

desenhos. Quando o graffiti passou a ser visto como arte, o público também parece tê-lo aceito desta maneira” (p. 75).

Com esta constatação, voltamos à provocação inicial do texto e o reconhecimento do grafite enquanto uma expressão, como algo “necessário” para o enfrentamento coletivo da pandemia do Covid-19. Mas como chegamos a esta situação?

2 Grafite pandêmicos

Na esteira de um acontecimento de proporções globais, a pandemia do Covid-19 reuniu tanto elementos de medo, sofrimento, doença e morte como de união, solidariedade, heroísmo e fé nas capacidades humanas⁴. A arte, em particular, encontrou diversas formas de reunir e resgatar os sentimentos mais nobres da Humanidade, dos concertos improvisados nas sacadas de apartamentos, passando pelas “lives” beneficentes de todos os gêneros e formatos e chegando à arte urbana ou de rua, ainda que em ruas esvaziadas pelas medidas de isolamento social. Assim,

Os artistas de rua encontram seu modo de trazer mensagens urgentes de esperança, resiliência e dissidência – algumas vezes com uma sardônica dose de humor – atuando como atores solitários em cidades que involuntariamente lembravam a solidão das pinturas de Edward Hopper (RICCI, 2020).

Este movimento teve a participação de um dos artistas urbanos mais influentes da contemporaneidade, Banksy, que realizou “*Game Changer*” (virada de jogo, em inglês), com a imagem de uma criança brincando com uma boneca de enfermeira, enquanto os bonecos do Batman e do Homem Aranha são vistos numa lixeira próxima. O grafite foi pintado num hospital na cidade de Southampton, marcando uma das centenas (quicá milhares) de homenagens realizadas aos trabalhadores da saúde. Já em outra intervenção sua, Banksy ressignificou a clássica “Moça com brinco de pérola” de Vermeer, adicionando uma máscara facial⁵.

4 A epidemia de influenza no início do século 20 teve um grande impacto sobre o *zeitgeist* de sua época, influenciando os movimentos artísticos revolucionários de sua época, o “imediatismo poderoso” da arte urbana demonstrou sua capacidade de capturar o ânimo geral e de evidenciar as contradições de nossos tempos (RICCI, 2020),

5 Justamente, como nota Ricci (2020) os grafites pandêmicos fizeram uso abundante de referências meta-artísticas, entre elas as obras “A Ceia de Emaús” de Caravaggio e “O Beijo” de Francesco Havez. Em ambos os casos as intervenções acrescentaram luvas, máscaras faciais e álcool desinfetante às figuras representadas, refletindo as recomendações sanitárias propagadas de outra forma.

Mas de forma geral, de acordo com Ricci (2020) os artistas urbanos se tornaram os porta-vozes de comunidades inteiras, ao realizar suas interpretações, muitas vezes irônicas, sobre os diversos aspectos da pandemia.

Os artistas urbanos frequentemente tomam notícias, rumores e informação pública para refletir sobre e exagerá-los. A arte urbana é dessa forma um produto da comunicação de massa e um componente integrado dela. Ela é comentário que se torna parte de um espectro de opiniões a respeito da pandemia. Mas estas opiniões não são sujeitas a qualquer controle editorial, nem elas pedem pela permissão de autoridades para serem expressadas. Isso permite que os artistas de rua digam coisas que de outra forma poderiam ser excluídas do debate público (MITMAN, 2020).

E sempre tendo em conta o caráter contestador do grafite,

Mas o que seria da arte de rua sem sua capacidade usual de agudamente expressar dissenso? Se questões como a privatização, a vigilância, crescente marginalização, habitação já eram tratadas pelos artistas no espaço público, ainda mais com as circunstâncias recentes, a arte de rua se tornou parte do debate na política contemporânea. Acusações poderosas contra políticos apareceram nos muros das cidades ao redor do globo, lado a lado com uma crítica geral das atuais contradições sociais (RICCI, 2020).

Ainda segundo Mitman (2020), este tipo de expressão é importante pois ajuda a que coletivamente a sociedade possa identificar as “fronteiras das opiniões aceitáveis”, conforme aquelas que ultrapassem certos limites serão vandalizadas ou pintadas por cima. Sua natureza controversa e chamativa faz com que os assuntos por ela levantados sejam compartilhados e discutidos de forma mais ampla. Neste sentido, a arte urbana realizada durante os meses mais duros de isolamento social pode ser relacionada ao conceito de carnavalização de Mikhail Bakhtin, ou seja, dos momentos em que as regras e hierarquias sociais são temporariamente suspensas e que possibilita a identificação das (falsas) barreiras artificiais que nos separam uns aos outros. Em busca de uma forma mais livre e unificada de coexistência social, então,

Ao zombar de líderes políticos, ao rir dos aspectos menores de nossa humanidade, ao reconhecer os profissionais de saúde como superiores aos heróis que tradicionalmente mitologizamos, estes murais nos oferecem uma trégua momentânea da barragem constante de notícias e do peso psicológico da crise global do Covid-19. Estes artistas nos ajudam a expressar nossa raiva, medo e frustrações coletivas e, ao fazê-lo, podem nos ajudar a diminuir um pouco estes sentimentos. Eles também expressam nossa esperança e reverência coletivas – e talvez, só talvez, possam nos ajudar a aumentar a unidade entre todos nós um pouco mais” (MITMAN, 2020).

Especificamente, a arte urbana sobre Covid-19 é o tema do *Urban Mapping Project* realizado pelos pesquisadores Heather Shirey, David Todd Lawrence e Paul Lorah, da University of Saint Thomas, nos Estados Unidos. De acordo com a apresentação do projeto,

A natureza efêmera da arte urbana revela respostas muito imediatas e algumas vezes fugazes, frequentemente de uma forma que pode ser crua e direta. Ao mesmo tempo, no contexto de uma crise, a arte urbana tem o potencial de transformar o espaço urbano e fomentar um diálogo político sustentado, alcançando uma vasta audiência, particularmente quando museus e galerias estão fechados. Por todas estas razões, não é surpreendente ver uma explosão de arte urbana ao redor do mundo sendo criada em resposta à epidemia global do Covid-19, mesmo quando nossa movimentação através dos espaços públicos está limitada devido a preocupações de saúde pública (URBAN ART MAPPING, 2020).

Tendo como objetivo documentar exemplos de arte urbana relacionadas ao Covid-19 em todo o mundo e servir como repositório para acadêmicos e artistas com fins de pesquisa e educação, não comercial. O uso de metadados, por sua vez, não somente envolve uma análise temática e o levantamento das questões em debate, mas ajuda na identificação geográfica e autoral. Ao todo, foram criadas nove coleções temáticas organizando a produção em grafite pandêmico, conforme os aspectos abordados⁶:

Emergindo da pandemia: vacinas e recuperação
Combatendo o vírus: imagens didáticas
Novas normas e realidades sociais
Diversidade, inclusão e justiça econômica e social
Esperança, unidade e cura
Referências da arte e da cultura pop
Das linhas de frente: trabalhadores da saúde, professores e indústrias de serviço
Imagens politizadas e crítica aos governos e sistemas
Negação do Covid

Tabela 1 – Coleções do projeto Urban Art Mapping

Entre sua natureza de canal alternativo de comunicação e o papel da expressão artística em tempos de uma pandemia global encontramos, portanto ricas possibilidades para o grafite expressar, contextualizar e ressignificar os distintos impactos da crise sanitária.

⁶ Entre a coleta dos dados e a elaboração deste artigo foi acrescentada a última coleção, com a temática do negacionismo. Entretanto, trata-se de uma coleção limitada a duas imagens, documentando pichações e não obras de grafite propriamente ditas.

3 Explorando o universo do grafite em tempos de pandemia

Como metodologia, realizamos a coleta de dados pela Internet, a partir de galerias de imagens em meios de comunicação geral ou especializados, no ano de maio de 2021. Numa perspectiva qualitativa, procedemos à análise temática indutiva, com a identificação das seguintes categorias:

Vírus	Máscara	Cuidados higiênicos
Cultura popular	Trabalhadores de saúde	Heroísmo
Super heroísmo	Política	Esperança
Vacina	Religião	Distanciamento
Meios de comunicação	Cientistas	Arte clássica
Confronto	Monstro	Isolamento / prisão
Não conformidade	“Novo normal”	

Tabela 2 – Categorias emergentes

3.1 A reapropriação do alternativo pelo hegemônico

Seguindo o mote da introdução, um ponto a ser destacado é como os meios categorizados como hegemônicos capturaram o poder comunicacional do grafite, situando-o como uma expressão legítima de opiniões, seguindo o processo identificado pelas pesquisas folkcomunicacionais. Neste sentido, a principal fonte de coleta das imagens foram as galerias publicadas por grandes meios, notadamente com a data “comemorativa” do primeiro ano da pandemia. Dessa forma, Forbes (HOWARD, 2020), Deutsche Welle (2021), USA Today (2021) e Reuters (2020) foram alguns dos meios de comunicação que realizaram esta apropriação.

3.2 Da simbologia das cores: o vírus, verde ou vermelho?

A partir de uma coleta ampla de imagens, um fato a destacar é a escolha da cor para representar o vírus SARS-CoV-2, em sua emblemática figuratividade. Assim, observamos uma predominância da cor verde, em diversas tonalidades, enquanto em algumas ocasiões foi utilizado o vermelho. Neste ponto caberia aprofundar os dados da

pesquisa, com o cruzamento da cor de representação com o país onde ela foi realizada, tendo como premissa de que pode haver uma influência cultural na significação das cores utilizadas. Como forma de investigar esta hipótese, seria possível triangular estes dados com as representações do vírus veiculadas nos meios de comunicação de massa destes países, especialmente os audiovisuais como são os telejornais. De qualquer forma, também cabe destacar que o uso da cor é uma escolha artística, uma abstração, a partir o momento de que um vírus não possui cor!⁷.

3.3 Da contradição de mensagens hegemônicas num meio contra-hegemônico

Num sentido geral, as obras analisadas adotaram o discurso dominante, endossado pelas agências de saúde em âmbito mundial, nacional e regional e amparado pelos meios de comunicação de massa. Ainda que nos momentos iniciais, com certo desconhecimento a respeito dos mecanismos de propagação e atuação do novo coronavírus, a mensagem de isolamento social, uso da máscara e de desinfetantes, comprometimento político para o combate da pandemia, apoio aos profissionais de saúde e enfrentamento de um inimigo perigoso e mortal foi a que se estabeleceu tanto nos canais hegemônicos como nas expressões do grafite. As obras que trouxeram interpretações contrárias, inclusive com o questionamento de um uso político-econômico de uma crise sanitária, assim como aquelas que podem incitar uma reflexão foram bastante escassas.

3.4 Do panfletário ao subjetivo-interpretativo

Entrando no âmbito da interpretação, mais além dos aspectos figurativos dos grafites encontrados, encontramos dois polos de representação. O primeiro seria o que chamamos de panfletário, com mensagens claramente posicionadas, geralmente dotadas de uma intencionalidade retórica (ou pedagógica) em relação a determinados comportamentos ou atitudes em relação ao agir individual e coletivo numa situação pandêmica. Neste polo situamos principalmente os grafites que trazem a temática “vacina”, “máscara”, “distanciamento” e “cuidados higiênicos”. Contudo também podemos situar grafites da categoria “política”, essencialmente críticos em relação à atuação da classe política. Temos como exemplo uma obra figurando um presidente Bolsonaro ao lado do vírus, disputando um cabo de guerra com profissionais de saúde

⁷ De uma maneira bastante sintética “vírus não tem cor porque são menores do que o comprimento de onda visível para os humanos” (KILHIAN 2020).

com capas de super-heróis, acompanhado da legenda “de que lado você está?”⁸. Em outra perspectiva, também encontramos uma categoria de grafites de natureza subjetiva-interpretativa, ou seja, deslocando ao receptor a responsabilidade pela interpretação da mensagem. Estes atendem ao chamado da arte, de causar inquietação e reflexão. Seria o caso de um trabalho com ovelhas usando máscaras de proteção facial ao lado de televisores, o que poderia representar uma crítica negacionista no sentido da domesticação da população em relação às medidas sanitárias ou evocar um sentido de proteção dos mais frágeis, de acordo com cada interpretação individual.

3.5 Evolução temática versus a temporalidade

Outro ponto a ser aprofundando a partir deste levantamento exploratório é a mudança ocorrida em relação aos temas abordados, de acordo com a evolução da pandemia e suas respostas. Entre situação de quase pânico inicial, as sucessivas ondas de fechamento e de reabertura, os avanços científicos a respeito do vírus e seus mecanismos, podemos detectar uma adequação dos assuntos tratados pelos artistas de rua. Uma obra que se tornou referência é uma sátira à estocagem de papel higiênico ocorrida em muitos países, utilizando um elemento da cultura popular; aqui o emblemático anel da trilogia o Senhor dos Anéis se transforma num “precioso” rolo de papel higiênico. Logicamente esta temática desapareceu com o decorrer da pandemia, assim como acontecimentos pontuais, a exemplo do então presidente norte-americano Donald Trump sugerir a ingestão de água sanitária para combater o vírus. Já a categoria “vacina” somente emerge a partir dos primeiros resultados positivos obtidos pelas companhias farmacêuticas.

3.6 Meta-representação: fotografia do grafite urbano e novos significados

Por último, nossa análise exploratória também identificou uma característica importante do grafite enquanto canal folkcomunicacional, relacionada a dupla via que a comunicação popular estabelece com a comunicação de massa. Neste sentido, nossos dados apontam para a uma metar-representação do grafite, a partir do momento em que são fotografias das obras instaladas nas ruas e muros das cidades e não as obras em si.

⁸ Em pelo menos um caso, este discurso foi rebatido através da vandalização da obra. Junto à representação de uma profissional de saúde furando com uma agulha de vacinação um balão na forma do coronavírus, foram pichadas uma frase questionadora e a expressão “*scamdemics*”, associando a pandemia a uma fraude.

Neste ponto encontramos fotografias de caráter documental, que buscam isolar o grafite e registrá-lo da forma mais neutra possível. E também detectamos o uso de fotografias que aportam uma camada a mais de significação, ao utilizar elementos da paisagem urbana, especialmente pessoas, estabelecendo algum tipo de relação com a obra. Em algumas delas, o transeunte chega a se tornar parte da obra, como no registro de um notável grafite brasileiro que mostra um senhor sendo pulverizado e “descontaminado”.

Considerações

Diante do objetivo de analisar como as diversas questões trazidas por uma crise sanitária mundial a partir da emergência do coronavírus foram tratadas por um sistema de comunicação alternativo como identificado pelo viés folkcomunicação do grafite, encontramos um rico repositório de expressões de arte urbana abordando a pandemia.

A partir das categorias temáticas levantadas, identificamos um alinhamento dos artistas de rua com o discurso hegemônico, no sentido de atuar de forma retórica e pedagógica em relação ao enfrentamento do Covid-19 tanto em plano individual, coletivo e político. Em relação a este último aspecto é quando identificamos a atuação contestadora, historicamente constituinte do grafite enquanto movimento de reivindicação das classes populares, especialmente no tocante à crítica pontual de certos líderes que atuaram de forma contrária às diretrizes de combate. Luta esta que se viu refletida em temáticas específicas, como a associação do vírus com a monstruosidade e a identificação dos profissionais da saúde e da ciência com super-heróis ou com personagens icônicos da cultura popular ou com a representação da vacina como arma. E não menos importante, os artistas urbanos foram capazes de criar através de suas cores e formas imagens evocadoras de união e de esperança, em mensagens que foram incorporadas e legitimadas socialmente através dos meios massivos de comunicação.

Ao se tratar de uma pesquisa exploratória identificamos pontos de aprofundamento, como são a evolução temática ao longo do tempo, o uso e significação das cores. Apontamos, além destas, algumas perspectivas a mais de pesquisa. Um primeiro ponto seria considerar o “periférico” na periferia, ou seja, em que medida esta expressão de certa forma marginalizada se situa nas cidades. Dito de outra forma, os grafites

pandêmicos são instalados em locais de maior visibilidade ou também são utilizados em bairros periféricos, onde possivelmente sejam inclusive mais necessários, no sentido de cumprir sua vocação folkcomunicação?

Um segundo ponto seria aprofundar o entendimento do artista urbano enquanto líder de opinião, ou no conceito mais elaborado, enquanto “ativista folkmidiático”. Se esta relação já foi identificada anteriormente pela pesquisa folkcomunicação, no caso dos grafites pandêmicos seria relevante investigar quais as fontes desta liderança, em termos de conhecimentos e de relacionamento com atores externos, como pode ser inclusive a comunidade científica.

Logo, a questão da meta-representação dos grafites estudados nos leva a pensar na reapropriação transmidiática e em seu uso nas redes sociais. Neste sentido, a arte urbana transcende os muros e paredes das cidades para assumir um estado ontológico próprio no meio digital, associadas a novas camadas de representação, a possibilidades de ressignificação (como podem ser os memes) e inclusive da interação e do debate público característicos deste meio.

Finalmente, é importante reconhecer que ao redor do mundo, mas especialmente em países como o Brasil e os Estados Unidos, o movimento negacionista da pandemia e de suas respectivas ações de combate foram capazes de moldar o debate público, influenciando atitudes e comportamentos. Enquanto arte urbana, fluida, efêmera e, de certa forma vulnerável, perguntamo-nos em que medida ocorreu a vandalização negacionista destes grafites, com o estabelecimento de um debate interativo para o esclarecimento e conscientização em relação aos efeitos e prevenção do vírus.

Referências

ABIB, P. R. J. Culturas Populares, Educação e Descolonização. **Revista Educação em Questão**, v. 57, n. 54, 20 dez. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.21680/1981-1802.2019v57n54ID18279>.

BEDOIAN, G.; MENEZES, K. (org.). **Por trás dos muros, horizontes sociais do Graffiti**. São Paulo: Peirópolis, 2008.

DEUSTCHE WELLE. A year of COVID in international street art. **Deustche Welle**, Culture, 11 mar. 2021. Disponível em: <https://www.dw.com/en/a-year-of-covid-in-international-street-art/g-56816716>

FERREIRA, S. V.; ARCO, D. G. De pichação à manifestação artística: um estudo dos graffitis de ACME 23 no âmbito da folkcomunicação. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 12, n. 26, p.59-77, set. 2014. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/1979/1401>.

HOWARD, C., Covid on the street: pandemic graffiti from around the world. **Forbes**, 2020. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/carolinehoward/2020/05/30/covid-on-the-street-pandemic-graffiti-from-around-the-world/?sh=78e1a7e21069>

KILHIAN, K. O coronavírus não tem cor. O Baricentro da Mente, 2020. Disponível em: <https://www.obaricentrodamente.com/2020/03/o-coronavirus-nao-tem-cor.html>

MAIA, A. K. A.; GADELHA, F. G. R. Grafite urbano como processo folkcomunicação. In: **XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Mossoró - RN – 12 a 14/06/2013**. Anais...São Paulo: Intercom, 2013. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-1170-1.pdf>

MARTINS, J. Cinza nos muros: gerenciamento da produção de grafite e criminalização da pichação na cidade de São Paulo. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, a. 21 n.21, p. 113-128, jan/dez. 2017. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/AUM/article/download/9332/6585>.

MITMAN, T. Coronavirus murals: inside the world of pandemic-inspired street art. **The Conversation**, 18 maio 2020. Disponível em: <https://theconversation.com/coronavirus-murals-inside-the-world-of-pandemic-inspired-street-art-138487>

REUTERS, Art of the pandemic: COVID-inspired street graffiti. **Reuters**, Pictures, 16 out. 2020. Disponível em: <https://www.reuters.com/news/picture/art-of-the-pandemic-covid-inspired-stree-idUSRTX82S3I>

RICCI, B. Coronavirus Street Art: how the pandemic is changing our cities. **Artland**, 2020. Disponível em: <https://magazine.artland.com/coronavirus-street-art-how-the-pandemic-is-changing-our-cities/>

SOUZA, T. R. S.; MELLO, L. J. A. O folk virou cult: o grafite como veículo de comunicação. **Revista de Estudos da Comunicação**, v. 8, n. 17, 2017. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/14537>.

URBAN ART MAPPING. Covid-19 Street Art Archive, **Urban Art Mapping**, 2020. Disponível em: <https://covid19streetart.omeka.net>

USA TODAY. Coronavirus inspires world graffiti. **USA Today**, 19 maio 2021. Disponível em: <https://www.usatoday.com/picture-gallery/news/world/2020/03/24/coronavirus-inspires-world-graffiti/2910639001/>

ZUIN, A. L. A. O grafite da Vila Madalena: uma abordagem sociosemiótica. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 2, n. 3, 2004. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/571/405>.