



Revista Internacional de Folkcomunicação
ISSN: 1807-4960
revistafolkcom@uepg.br
Universidade Estadual de Ponta Grossa
Brasil

Sabbatini, Marcelo
Grafite em tempos da pandemia de Covid-19: uma análise folkcomunicação a partir da arte urbana 1
Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 19, núm. 43, 2021, Julio-Diciembre, pp. 97-126
Universidade Estadual de Ponta Grossa
Ponta Grossa, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.5212/RIF.v.19.i43.0007>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=631769581008>

- ▶ [Cómo citar el artículo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Más información del artículo](#)
- ▶ [Página de la revista en redalyc.org](#)



Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Grafite em tempos da pandemia de Covid-19: uma análise folkcomunicação a partir da arte urbana¹

Marcelo Sabbatini²

Submetido em: 26/10/2021

Aceito em: 07/12/2021

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 e especificamente o grafite urbano. Como premissa, consideramos que esta forma de expressão imagética consiste em 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 em plano individual, coletivo e político, atuando tanto de forma aliada ao discurso hegemônico em relação às ações preventivas como de maneira contestadora, reivindicando necessidades das classes populares e questionando do ponto de vista político a atuação de líderes nacionais na condução da pandemia.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; Grafite; Covid-19; Pandemia; Arte urbana.

¹ Esta versão do artigo aprofunda e expande a análise realizada no texto 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, em 2021.

² Doutor em Teoria e História da Educação - Universidad de Salamanca (Espanha) em 2004. Pós-doutorado realizado no Programa de Extensão Rural e Desenvolvimento Local - POSMEX da Universidade Federal Rural de Pernambuco, 2006. Professor Adjunto I do Departamento de Fundamentos Sócio-Filosóficos da Educação do Centro de Educação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e professor pesquisador da Universidade Aberta do Brasil (UAB-Capes). Correio eletrônico: marcelo.sabbatini@ufpe.br

Graffiti in times of the Covid-19 pandemic: a Folkcommunication based analysis of urban art

ABSTRACT

With the year 2020 being marked in History by the worldwide pandemic caused by the new coronavirus and the Covid-19 disease, all traces of human sociability were impacted, not only from the perspective of social isolation, but from the effects of disease and death. Given this commotion, our proposal is to analyze how the various themes of the pandemic were approached from the alternative non-hegemonic and popular communication system, specifically urban graffiti. As a premise, we consider that this form of image expression consists of a channel of Folkcommunication, through which the marginalized layers of society apply a new meaning to “official” communication flows and messages. From image analysis applied to urban graffiti pandemic themed around the world, we explore the capacity of this type of expression to serve as a communicational tool on individual, collective and political levels, acting both in conjunction with the hegemonic discourse in relation to the preventive actions, as in a contesting way, claiming the needs of the popular classes and questioning from a political point of view the actions of national leaders in the pandemic management.

KEY-WORDS

Folkcommunication, Grafitti, Covid-19; Pandemics; Street art.

Graffiti en tiempos de la pandemia del Covid-19: un análisis basado en la Folkcomunicación del arte urbano

RESUMEN

Con el año 2020 marcado en la Historia por la pandemia mundial provocada por el nuevo coronavirus y la enfermedad Covid-19, todo rastro de sociabilidad humana se vio impactado, no solo desde la perspectiva del aislamiento social, sino desde los efectos de la enfermedad y de la muerte. Ante esta conmoción, nuestra propuesta es analizar cómo se abordaron los distintos temas de la pandemia desde el sistema alternativo de comunicación no hegemónico y popular, específicamente el graffiti urbano. Como premisa, consideramos que esta forma de expresión a través de la imagen consiste en un canal de comunicación popular, a través del cual los estratos marginados de la sociedad proveen un nuevo significado a los flujos y mensajes de la comunicación “oficial”. A partir del análisis de la imagen aplicada a los grafitis urbanos documentados en todo el mundo con la temática de la pandemia, exploramos la capacidad de este tipo de expresión para servir como herramienta comunicacional a nivel individual, colectivo y político, actuando en conjunto con el discurso hegemónico en relación a las acciones de prevención, como en contestación, reivindicando las necesidades de las clases populares y cuestionando desde un punto de vista político las acciones de líderes nacionales en la gestión de la pandemia.

PALABRAS-CLAVE

Folkcomunicación; Grafitti; Covid-19; Pandemia; Arte urbano.

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 da *Forbes*, 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).

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 segundo a concepção de Jolly (1996), 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.

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 entender as culturas populares e os processos por elas criados “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 antissistema e dos subúrbios norte-americanos da década de 1960, e 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, construindo e reconstruindo a cidade a partir de sus agentes habitantes. fluxo perene (SOUZA; MELLO, 2017). Uma expressão, entretanto, que possui o objetivo de “tornar comum”, tematizando o cotidiano, revelando e valorizando os espaços da cidade, tornando possível a comunicação popular, “do povo par 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. Entendido como texto, o grafite possui significação que se produz a partir da conjunção de seus recursos (desenhos, elementos verbais) que revela também traços identitários de seus enunciadores, que exploram “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, p. 198) consideram o grafite um “processo folkcomunicação urbano”, identificando como seus elementos 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.

Retornando a seu aspecto de luta social, a dimensão emissor-receptor deve ser considerada em termos dos conflitos de poder, ao serem produzidos por “destinadores excluídos desses grupos dominantes, fundados em outros mundos e outras realidades de

vida” que fazem uso de u, mas nem por isso deixam de ser uma manifestação da com suporte simples, prático e viável para estabelecer a comunicação social (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, p. 113) 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. As autoras destacam o caráter político do grafite, entendendo os grafiteiros como 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 devido à abrangência complexidade das imagens configura-se 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,

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.

hierarquização e planificação da arte urbana, 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” (MARTINS, 2017, p. 126). Seria privada, talvez, de sua capacidade contestadora, pois o próprio caráter de suporte aberto revela-se um desafio, conforme “criticar a forma de andamento das escolhas políticas e das questões sociais de maneira diferente são atitudes que podem ferir os interesses dos poderosos” (ZUIN, 2004, p. 15).

O grafite como comunicação alternativa de resistência na ótica folkcomunicação ao se relacionar com grupos marginalizados que usam esta expressão artística em comunidades em oposição à imagem pública enviesada pelos meios de comunicação: “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” (FERREIRA, ARCO, 2014, 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?

Grafites 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, a arte urbana trouxe “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

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).

Hopper”⁵ (RICCI, 2020, s. p.).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.

Figura 1 – *Game changer* (Banksy)



Fonte: Reuters, 2020

Já em outra intervenção sua, Banksy ressignificou a clássica “Moça com brinco de pérola” de Vermeer, adicionando uma máscara facial. 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.

⁵ “However, while most people were at home – artists or not – street artists have found their way to bring urgent messages of hope, resilience, and dissent – sometimes with a dose of sardonic humour – performing as solitary actors in cities which unwittingly resembled the emptiness of Edward Hopper’s paintings”, no original.

Figura 2 – Referência meta-artística, com “A ceia de Emaús”



Fonte: Reuters, 2020

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. Refletem sobre as informações públicas e as exageram, consistindo assim parte do espectro de opiniões sobre a pandemia, ainda que não sujeita a controle editorial. Como consequência, o grafite poderia expressar coisas que de outra maneira seriam excluídas do debate público (MITMAN, 2020). Tendo em conta o caráter contestador do grafite, a arte de rua com sua “capacidade usual de agudamente expressar dissenso”⁶ realizaria uma crítica social das atuais contradições sociais – com destaque para a privatização, a marginalização e a vigilância – além de cobrar a atuação da classe política contra a qual volta suas acusações (RICCI, 2020, s. p.).

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

⁶ “Its usual ability to sharply express dissent?”, no original.

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 mais⁷ (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 *Urban Art Mapping*. Buscando analisar as respostas imediatas e fugazes da arte urbana à epidemia global num contexto de fechamento de museus e de falta de movimentação nos espaços públicos, a iniciativa teve 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 (URBAN ART MAPPING, 2020). Ao todo, foram criadas nove coleções temáticas organizando a produção em grafite pandêmico, conforme os aspectos abordados⁸:

⁷ “By mocking political leaders, laughing at the lesser aspects of our humanity, and recognising healthcare workers as superior to the heroes we traditionally mythologise, these murals offer us momentary respite from the constant news barrage and psychological weight of the global COVID-19 crisis. These artists help to express our collective rage, fear and frustrations, and in doing so they may help us to reduce those feelings just a little. They also express our collective hope and reverence – and just maybe they help increase the unity between us all a little bit more”, no original.

⁸ 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.

Tabela 1 – Coleções do projeto Urban Art Mapping

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

Fonte: URBAN ART MAPPING, 2020 (tradução nossa)

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.

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:

Tabela 2 – Categorias emergentes

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”	

Fonte: elaboração própria

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.

Da simbologia das cores

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.

Figura 3 – Um vírus verde?



Fonte: Deutsche Welle, 2021

Figura 4 – Ou um vírus vermelho?



Fonte: Urbana Art Mapping, 2020

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!⁹.

Super-heróismo em questão

Recorrente ao redor do mundo, a imagem do profissional de saúde como um super-herói, dedicado à causa de salvação da humanidade, foi amplamente utilizada no grafite pandêmico. Basta aqui recordar que o próprio Banksy utilizou este imaginário, possivelmente influenciando vários outros artistas urbanos. Mas se por um lado o super-heróismo está em voga devido a seu impacto na cultura popular, especialmente na produção audiovisual,

⁹ De uma maneira bastante sintética “vírus não tem cor porque são menores do que o comprimento de onda visível para os humanos” (KILHIAN 2020).

também cabe considerar sua influência na formação identitária e moral de jovens engajados em movimentos sociais, que se utilizam deste simbolismo para dar sentido a suas ações (CASTRO; PINHEIRO-MACHADO, 2021).

Figura 5 – Profissionais de saúde ou super-heróis?



Fonte: Reuters, 2020

Neste sentido, cabe considerar estas duas linhas de pensamento a respeito do processo de produção do grafite; a primeira de que atenderia a mensagens amplamente reconhecíveis ao público, conforme os super-heróis estão fortemente presentes na cultura popular. E logo, de que o próprio artista urbano passe a se identificar com o conceito, trazendo sua arte como uma forma de salvar pessoas.

Ressignificação e cultura pop

O super-heroísmo, de certa forma, pode ser considerado uma categoria particular de um recurso frequentemente utilizados pelos autores dos grafites, a saber, o uso de elementos da cultura pop, ressignificados em situações relacionadas à pandemia. Da mesma forma que no ponto anterior, personagens e imagens de amplo reconhecimento pelo público receptor são utilizados como “âncoras” para que o artista expresse então sua mensagem.

Figura 6 – Cultura pop contra o vírus



Fonte: Reuters, 2020

Figura 7 – Ícones da cultura pop como influenciadores da saúde



Fonte: Urban Art Mapping, 2020

Os personagens e situações se entrecruzam com outras categorias, dependendo da forma como foram ressignificados. Desta forma, podem tanto serem exemplos no uso de

medidas para evitar o contágio, como é o uso da máscara, como podem ser associados à salvação, conforme anunciam a vacinação.

Neste ponto, relembremos o trabalho de Souza e Mello (2017), apontando a dupla via de apropriação, entre o erudito e o popular e vice-versa, com dois momentos de interpretação diferentes, propondo a denominação “Folkcult” para esta síntese.

“Novo normal”

As mudanças de hábitos causadas pelo isolamento social, com a consequente adoção do teletrabalho e do ensino remoto, além de impactos em todas as esferas da vida cotidiana levou à criação do termo “novo normal”. Este conceito, tanto expresso verbalmente, como através das imagens foi utilizado por artistas urbanos como forma de comentário a respeito da pandemia. O trabalhador de terno e gravata, mas de cuecas, pois toda a parte inferior de seu corpo não seria visível nas videoconferências é uma imagem que foi recorrente em memes e piadas, mas que também encontramos.

Figura 8 – A “nova segunda-feira”



Fonte: Urban Art Mapping, 2020

Mas neste ponto, intuímos uma certa ironia em relação ao conceito de “novo normal”. Se por um lado Boaventura de Souza Santos, em seu *Cruel pedagogia do vírus*, acenava que a pandemia poderia acenar para uma sociedade baseada em soluções democráticas, participativas no âmbito de comunidades e da educação cívica, com valores de solidariedade e cooperação, muito cedo percebeu-se que o “novo normal” seria algo passageiro ou ineludível, como bem expressou o pesquisador Marcelo Pires de Oliveira.

O “novo normal”, será por um curto tempo, depois vamos nos esquecer das máscaras e de lavar as mãos. Vamos adotar o lema da *influencer* Gabriela Pugliesi, uma das primeiras infectadas pelo vírus em nosso país, mas que tempos depois decretou: “vamos viver o agora, por que o amanhã não interessa!”. O Covid-19 seguirá fazendo suas vítimas ocasionalmente, como são as outras doenças com as quais convivemos, e vamos voltar a fazer festas, andar de trem, metrô e ônibus lotados. Vamos nos beijar e nos abraçar. Vamos seguir enfileirados nos hospitais aguardando atendimento (OLIVEIRA, SABBATINI, 2020, p. 264-265).

Diante do desenvolvimento da pandemia, com o maior conhecimento sobre a ciência do vírus e com a habituação de certos hábitos, cabe considerar a evolução temporal dos grafites classificados nesta categoria; em outras palavras, coincidimos na hipótese de que o “novo normal” se normalizou.

O elemento religioso

Ao estar relacionada com a vida e com a morte, com o sofrimento e com a redenção, naturalmente o elemento religioso emergiu como temática nos grafites que retrataram a pandemia. Por um lado, o uso de imagens oriundas da arte clássica teve essa dupla atuação, isto é, como elemento presente na cultura geral de fácil reconhecimento pelo público, mas também com o conteúdo de mensagens expressando esperança e salvação.

Figura 9 – O santo e a vacina



Fonte: Reuters, 2020

Contudo outra expressão associada à religiosidade amplamente utilizada foi a dos anjos. As angelicais asas, aplicadas aos profissionais da linha de frente, especialmente os trabalhadores da saúde, resultaram em expressões gráficas de impacto visual, ao mesmo tempo em que traziam uma mensagem positiva similar a encontrada no super-heróiismo: estas pessoas, através de suas ações, de sua dedicação e coragem, estavam ali para proteger e salvar a todos nós.

Figura 11 – Anjos para nos proteger



Fonte: Urban Art Mapping, 2020

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.

Figura 11 – Uso da máscara, uma mensagem dominante



Fonte: USA Today, 2021

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 escassas, com somente três representações, de uma amostra de oitenta e três imagens coletadas.

Figura 12 – Teoria da conspiração?



Fonte: Howard, 2020

Neste exemplo raro, mais do que o pictórico, o artista utiliza texto e dados para elaborar sua mensagem, expressa na frase “controlados pelo medo” e associando a emergência de epidemias virais aos anos eleitorais e trazendo, dessa forma, uma conotação política a mesma.

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 o presidente Jair Bolsonaro ao lado do vírus, disputando um cabo de guerra com profissionais de saúde com capas de super-heróis, acompanhado da legenda “de que lado você está?”.

Figura 13 – Tomando um lado do debate



Fonte: Reuters, 2020

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.

Figura 14 – Vandalismo ou diálogo?



Fonte: Urban Art Mapping, 2020

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.

Figura 15 – Doutrinação ou proteção?



Fonte: Urban Art Mapping, 2020

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.

Por último, a carnavalização entendida como uma inversão das normas sociais é encontrada na caricatura dos líderes políticos, especialmente aqueles que tiveram um papel de resistência ou mesmo negacionismo diante da pandemia, como Bolsonaro e Trump. Tais imagens, em grafites de forte cunho político.

Figura 15 – Carnavalização



Fonte: Urban Art Mapping, 2020

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.

Figura 17 – A corrida pelo papel higiênico



Fonte: Reuters, 2020

Logicamente, esta temática desapareceu com o decorrer da pandemia, assim como acontecimentos pontuais, a exemplo da sugestão do então presidente norte-americano, Donald Trump, de ingestão de água sanitária para combater o vírus.

Figura 18 – A vacina como arma



Fonte: Urban Art Mapping, 2020

Já a categoria “vacina” somente emerge a partir dos primeiros resultados positivos obtidos pelas companhias farmacêuticas. No momento da coleta dos dados a vacina ainda surgia como uma promessa, cujos efeitos reais de aplicação em escala epidemiológica ainda eram incertos. Por este motivo, interpretamos sua representação imagética associada aos conceitos de “esperança” e de “luta”, mais do que como um conjunto de recomendações de ação por parte da população, propriamente dito.

Metarrepresentação: fotografia do grafite urbano e novos significados

Por último, nossa análise exploratória também identificou uma característica importante do grafite enquanto canal folkcomunicação, relacionada a dupla via que a comunicação popular estabelece com a comunicação de massa. Neste sentido, nossos dados apontam para a uma metarrepresentação 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. 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.

Figura 19 – Representação do grafite em seu entorno



Fonte: Reuters, 2020

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, em outras palavras, 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 nacionais que atuaram de forma contrária às diretivas 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?

Figura 20 – O “periférico” na periferia



Fonte: Urban Art Mapping, 2020

Um segundo ponto seria aprofundar o entendimento do artista urbano enquanto líder de opinião, ou no conceito mais elaborado, enquanto “ativista folkmediático”, conceito que vem sendo elaborado por Osvaldo Trigueiro, assim como pelas novas gerações de pesquisadores da folkcomunicação. Se esta relação já foi identificada anteriormente pela pesquisa folkcomunicacional, 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 metarrepresentação dos grafites estudados nos leva a pensar na reapropriação transmediática 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, as 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.
- CASTRO, A., PINHEIRO-MACHADO, R. Super-heróis manifestantes? Simbolismos da cultura pop performatizados em movimentos sociais. **Estudos De Sociologia**, v. 25, n. 49, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.52780/res.12873>
- DEUSTCHE WELLE. A year of COVID in international street art. **Deutsche 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/18934>
- 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>
- JOLLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papirus, 1996.
- MAIA, A. K. A.; GADELHA, F. G. R. Grafite urbano como processo folkcomunicacional. 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>

OLIVEIRA, M. P.; SABBATINI, M. Perspectivas contemporâneas da Folkcomunicação. In: Nair Prata, Sônia Jaconi e Genio Nascimento. (Org.). **Desafios da comunicação em tempo de pandemia**: um mundo e muitas vozes. São Paulo: INTERCOM, 2020. p. 246-265.

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-street-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/571/40>