



RESISTÊNCIA CULTURAL NA COPA DO MUNDO 2014: FOLKCOMUNICAÇÃO E ATIVISMO NAS MENSAGENS DO GRAFITE

Larissa Rosa¹

Karina Janz Woitowicz²

Resumo: Ao observar as práticas de ativismo folkcomunicacional operadas nas ruas e nas redes sociais pelo Movimento Anti-Copa do Mundo no Brasil em 2014, o presente artigo propõe uma análise das mensagens produzidas através do grafite, tendo como objeto a página do *Facebook* “Movimento de Decoração Anti-Copa”. As imagens dos manifestos durante o evento, carregadas de mensagens política e socialmente engajadas, são observadas sob a perspectiva da comunicação dos grupos marginalizados, por haver processos informais da comunicação humana que carregam sentido contestatório. Com base no referencial teórico da folkcomunicação, e em diálogo com a comunicação dos movimentos sociais, identificam-se os processos culturais elaborados e reelaborados pelos grupos em suas práticas cotidianas de resistência.

Palavras-chave: Folkcomunicação; ativismo midiático; resistência cultural; grafite; Copa do Mundo.

Introdução: (Des)Vestindo a camisa verde e amarela

A Copa do Mundo de Futebol é considerada um dos mais importantes eventos esportivos. No dia 20 de outubro de 2007, foi divulgada a definição do Brasil como país sede da edição de 2014 da competição, colocando-o em posição de destaque em toda a mídia.³ Para sediar eventos deste porte, várias ações e investimentos consideráveis foram feitos em um curto período de tempo. Para o Brasil, a Copa era uma oportunidade de dar um salto de modernização, bem como atrair investimentos e turistas para o país, mesmo no período pós-Copa.

A população se dividiu: da euforia de ter a seleção canarinho jogando em casa, ao repúdio pelo dinheiro investido contrastar com outras áreas mais necessitadas, como saúde

¹ Acadêmica do 4º ano do Curso de Jornalismo, bolsista de iniciação científica (PIBIC/Fundação Araucária), pesquisadora do Grupo de Pesquisa Jornalismo Cultural e Folkcomunicação/UEPG. E-mail: laare.rosa@gmail.com

² Professora Dra. do Curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Jornalismo Cultural e Folkcomunicação/UEPG e orientadora do presente trabalho. E-mail: karinajw@gmail.com

³ **Brasil é confirmado como sede da Copa do Mundo de 2014.** Matéria do ESTADÃO (2014) de 30 de outubro de 2007.



e educação. O lema escolhido pelo movimento, "Não vai ter Copa"⁴, pode soar como uma demanda sem fundamento. Quem participou dos protestos, porém, acreditava que podia ao menos tentar atingir o objetivo. Se não fosse possível impedir a realização de um jogo, que ao menos se criasse mobilização suficiente para preocupar as autoridades e chamar a atenção da imprensa nacional e internacional⁵, ganhando espaço para debate na esfera pública.

Essa insatisfação levou os manifestantes às ruas com diversos recursos e estratégias de reivindicação. Os agentes sociais recorriam às próprias mídias, através de uma intervenção cada vez mais direta na decodificação, recepção e até na produção de mensagens. Em meio a protestos, aparecem novas e velhas formas de se fazer comunicação. Segundo Peruzzo (1995) a “nova” comunicação é um grito antes repleto de denúncia e reivindicação por transformações. Ela vai dos pequenos veículos de comunicação dirigida à comunicação grupal chegando, então, aos meios massivos.

Numa conjuntura em que vem à tona a insatisfação de amplos setores devido às precárias condições de existência do povo e as restrições à liberdade de expressão, desenvolvem-se meios de comunicação “alternativos” dos setores populares, não sujeitos ao controle governamental ou empresarial direto. (PERUZZO, 1995, p. 29)

As manifestações culturais de um povo possibilitam demonstrar as composições global, participativa e interativa dos variados cenários que estão em contato entre si. A folkcomunicação constitui-se como sistema de expressão cultural dos grupos marginalizados. O termo vem a partir das pesquisas do jornalista, pesquisador e professor pernambucano Luiz Beltrão que, ainda na década de 1960, desenvolveu as primeiras pesquisas sobre o assunto. Beltrão afirmava que a comunicação não se dava somente através da grande imprensa: televisão, rádio e cinema. Para ele, todas as linguagens (manifestações, por exemplo), muitas vezes desprezadas por aqueles dizem pertencer à alta cultura, demonstram uma expressão de pensar e sentir que podem estar na contracorrente das classes oficiais e dirigentes. Movimentos populares atrelados ao ativismo político se

⁴ **Quem grita ‘Não vai ter Copa’?** Reportagem da PÚBLICA (Barros, 2014) de 17 de fevereiro de 2014.

⁵ **Quem são e o que querem os líderes das novas manifestações contra a Copa?** Matéria do UOL (Dantas, 2014) de 31 de janeiro de 2014.



enquadram nas manifestações folkcomunicacionais justamente porque os objetivos de tais mobilizações são dar voz a um grupo que, oprimido pelo sistema político vigente e pelos meios de comunicação de massa, revolta-se contra a situação e tem suas reivindicações circulando por outros meios, informais e horizontais.

Não precisou nem a famigerada ‘Copa das Copas’ começar para que todos deixassem a euforia inicial de lado e focassem nos tantos problemas causados pelo megaevento⁶. Insatisfações por parte da FIFA, relacionadas aos atrasos nas obras de infraestrutura necessárias para a realização do Mundial, e denúncias de corrupção atreladas ao superfaturamento dessas mesmas obras, serviram de pontapé inicial para as manifestações e protestos populares que tomaram as ruas. Para sediar um evento desse porte se estimava que o Brasil investisse cerca de R\$ 36,4 bilhões, sendo R\$ 12,7 bilhões em transportes e mobilidade, R\$ 7,2 bilhões em reformas e construção de novos estádios e R\$5,3 bilhões em modernização dos aeroportos. Do mesmo modo, a Copa do Mundo de 2014 era a esperança de um lucro de R\$183 bilhões para a economia entre 2010 e 2019. Aliada a esses números, a expectativa de geração de 700 mil empregos, permanentes e temporários, estava presente. O impacto que estava impregnado ao evento era social, econômico e ambiental.

O poder da ação grupal: os movimentos sociais

“Dê-me um ponto de apoio e eu moverei o mundo”. Seguindo a linha de raciocínio do matemático grego Arquimedes, há uma emergência que precisa ser compreendida: novas e diferentes formas de organização, que estão surgindo das atuais condições de existência social e da vida cotidiana. Para John Downing (2002, p. 45),

Os movimentos sociais representam uma forma específica e historicamente diferenciada de organização social, surgida nos fins do século XIX, como manifestação de setores sociais fundamentalmente urbanos que cobraram consciência de ser encontrados sujeitos em condições de vida não só injustas ou restritivas, mas, além disso, compartilhadas por um setor ou grupo social identificável e identificado.

⁶ **Por que protestam contra a Copa.** Matéria da PÚBLICA (Amaral, 2013) de 19 de junho de 2013.



O conceito de movimento social se refere à ação coletiva de um grupo organizado que objetiva alcançar mudanças sociais por meio do embate político, conforme seus valores e ideologias dentro de uma sociedade e de um contexto específico, permeados por tensões sociais. Podem objetivar a mudança, a transição ou mesmo a revolução de uma realidade hostil a certo grupo ou classe social, seja a luta por algum ideal, seja pelo questionamento de uma determinada realidade que se caracterize como algo que impede a realização dos anseios deste movimento, este último constrói uma identidade para a luta e defesa de seus interesses. Gianfranco Pasquino, em sua contribuição ao *Dicionário de Política* (2004), afirma que os movimentos sociais constituem tentativas – pautadas em valores comuns àqueles que compõem o grupo – de definir formas de ação social para se alcançar determinados resultados. Por outro lado, conforme aponta Alain Touraine, *Em defesa da Sociologia* (1976), para se compreender os movimentos sociais, mais do que pensar em valores e crenças comuns para a ação social coletiva, seria necessário considerar as estruturas sociais nas quais os movimentos se manifestam. Cada sociedade e/ou estrutura social teria como cenário um contexto histórico no qual estaria posto um conflito entre classes, terreno das relações sociais, a depender dos modelos culturais, políticos e sociais. Assim, os movimentos sociais fariam explodir os conflitos já postos pela estrutura social geradora por si só da contradição entre as classes, sendo uma ferramenta fundamental para a ação com fins de intervenção e mudança daquela mesma estrutura.

Dessa forma, para além das instituições democráticas como os partidos, as eleições e o parlamento, a existência dos movimentos sociais é de fundamental importância para a sociedade civil enquanto meio de manifestação e reivindicação. Podemos citar como alguns exemplos de movimentos o da causa operária, o movimento negro (contra racismo e segregação racial), o movimento estudantil, o movimento de trabalhadores do campo, movimento feminista, movimentos ambientalistas, da luta contra a homofobia, entre outros que reivindicam igualdade de direitos para os distintos grupos sociais.

A existência de um movimento social requer uma organização muito bem desenvolvida, o que demanda a mobilização de recursos, pessoas engajadas e, cada vez mais, estratégias de comunicação. Os movimentos sociais não se limitam a manifestações públicas esporádicas, pois tratam-se de organizações que sistematicamente atuam para alcançar seus objetivos políticos, o que significa haver uma luta constante e em longo



prazo dependendo da natureza da causa. Em outras palavras, os movimentos sociais possuem uma ação organizada de caráter permanente por uma determinada bandeira.

#NãoVaiTerCopa: grafite ativista invadido as ruas

O cenário é um centro acadêmico de uma universidade na zona oeste de São Paulo, num início de noite de um final de janeiro surpreendentemente seco. Sentadas em roda estão cerca de 20 pessoas. Enquanto a reunião não começa, as pessoas conversam em voz baixa, fazendo críticas à polícia, à Copa, ao governo federal, ao governo do Estado de São Paulo. O grupo é heterogêneo: homens mais velhos, adolescentes de ambos os sexos, mulheres, trabalhadores, estudantes. Em comum, eles têm o fato de pertencer a movimentos sociais – dos mais tradicionais, experientes em protestos de rua, aos mais recentes, que ganharam notoriedade a partir da onda de manifestações de junho do ano passado. (BARROS, 2014)

O lema do grupo? “Não Vai Ter Copa!”. Durante dias, semanas e até mesmo meses, essas palavras tomaram conta das redes sociais e também de todos os portais de notícia, não somente no período do megaevento esportivo, mas desde as manifestações de junho/julho de 2013. Houve aqueles veículos de mídia que trataram o movimento como “terrorista”, “baderneiros” e “caso de polícia”. Porém, a adesão nas ruas propôs outros sentidos, fortalecendo as práticas de resistência.

Em 10 de junho de 2013, Dia Internacional dos Direitos Humanos, foi lançado um manifesto do movimento com o título *‘Se não tiver direitos, não vai ter Copa’*. “(...) Junho de 2013 foi só o começo! As pessoas, os movimentos e os coletivos indignados que querem transformar a realidade afirmam através das diversas lutas que sem a consolidação dos direitos sociais (saúde, educação, moradia, transporte e tantos outros) não há possibilidade do povo brasileiro admitir megaeventos como a Copa do Mundo ou as Olimpíadas. Isso significa que as palavras de ordem no combate a esses governos que só servem às empresas e ao lucro devem ser: *‘Se não tiver direitos, não vai ter Copa!’*”, dizia um trecho do manifesto. Os movimentos sociais que nortearam as mobilizações que aconteceram antes, durante e depois da Copa do Mundo de Futebol 2014 trouxeram a tona a facilidade e rapidez com que um grupo – e até mesmo um único indivíduo deste – pode ser mobilizado para algum tipo de causa. As pessoas buscam uma forma de se comunicar



para que a transmissão de seus ideais possa ser disseminada entre a sociedade de uma forma mais abrangente visando à coletividade. A sociedade não é vista apenas como um produto de seus membros individuais, mas também o produto dos grupos que a constituem.

A maioria das barreiras que eram impostas à ação grupal desmoronou, e sem estas os indivíduos estão livres para explorar novas maneiras de se comunicar, e comunicar a todos. Novas ferramentas sociais amenizam diversos problemas, permitindo novos tipos de criação dos grupos, como, por exemplo, o uso do grafite para ancorar as diversas mensagens de aversão ao megaevento esportivo, a Copa do Mundo de Futebol 2014.

Tendo se originado nos Estados Unidos, a primeira notificação do grafite contemporâneo deu-se particularmente nas estações de metrô de Nova York, onde os viajantes podiam ver garotos com latas de spray pintando os trens com diferentes formatos de letras e desenhos, fazendo do trajeto diário um divertido plano móvel. Ao longo da década de 1960, ao mesmo tempo como postura de inconformismo social e político e como tentativa de autopromoção individual ou grupal, o grafite – ou *graffiti* – constrói uma imagem diferente para a cidade. Imagem esta que, em várias capitais do mundo, possui um objetivo social e estético definido, qual seja, o de descortinar o que fere aos olhos, quebrar a monotonia das paisagens citadinas, estimular e divertir seus habitantes, ao confrontá-los com uma visão inesperada num lugar imprevisto. Esse costume de se expressar graficamente é uma manifestação do sistema de comunicação social. Como tal, a representação gráfica é portadora de uma mensagem cujo significado só pode ser compreendido no contexto social em que foi formulado.

À medida que os elementos gráficos permitem o reconhecimento de figuras e composições temáticas, existe também a possibilidade de identificação dos elementos do mundo sensível que foram escolhidos para serem representados. Essa escolha é de fundo social, sendo também caracterizadora de cada grupo, pois oferece indicadores sobre os elementos do entorno e as temáticas que são valorizadas por cada sociedade. Os grupos ativistas anti-copa se ancoraram em diferentes críticas sociais que englobavam um único apelo: o protagonismo mal colocado ao evento. Os grafites, diferentemente das pichações com seus símbolos pouco identificáveis, se utilizarão das paredes para satirizar, protestar ou expor uma situação vivida pelo grafiteiro ou pela sua comunidade. Nesse sentido serão vistas várias imagens com esse cunho de ruptura e protesto com os problemas e situações do dia-a-dia. Nesse caso, o grafite assume uma função de denúncia social.



Nas imagens que foram selecionadas na página do *Facebook* “Movimento de Decoração Anti-Copa”, para servir como objeto de análise dessa pesquisa, se identificou a presença de elementos que apresentam a força do apelo visual que o grafite traz às mobilizações populares. Além disso, por terem elementos que se interligam entre as imagens, a análise será feita em alguns conjuntos, definidos a partir dos argumentos comuns presentes nas imagens do grafite.

No primeiro grupo, o texto que acompanha as imagens é que dita a força da mensagem. A frase usada, “*Copa pra quem?*”, é característica do movimento Não Vai Ter Copa. A relação entre imagem e texto verbal permite uma maior e melhor interpretação da mesma, além de reforçar a caracterização de resistência proposta pelo movimento.

Figura 1: O Fuleco, mascote da Copa, também é usado como intervenção de protesto.



Figura 2: O apelo pela atenção a outras áreas mais necessitadas é presença constante nos grafites de protesto



Figura 3: As críticas sociais presentes nas intervenções de protesto também se ligavam a questões raciais e de classe



Fonte: Facebook 2014



Um tipo de representação aparece presente no segundo grupo de imagens para análise. Aqui, especificamente, questões étnicas e de classe são usadas para gerar um impacto no discurso imagético. A imagem do negro pobre predomina nos traços dos grafiteiros. Um grupo que diretamente é afetado pela realização do evento é também usado para transmitir o repúdio à realização da competição no Brasil.

Figura 4: Elementos alusivos à competição, como a bola, eram usados para a intervenção de protesto.



Figura 5: Impactar os estrangeiros com mensagens sobre fome e miséria aparece como propósito do movimento.



Figura 6: A competição, que também foi nomeada como 'Copa das Remoções', ganha um apelo dramático, a fim de sensibilizar através do imagético.



Figura 7: O negro pobre é retratado carregando o peso de um megaevento que tira suas oportunidades.





Mensagens subliminares aparecem nos grafites de protesto. A palavra ‘Copa’ é usada como dispositivo de impacto e chamamento. Contradições e disparidades vindas do próprio evento, como também daqueles que o rodeiam e estão diretamente envolvidos, fazem parte do grupo de elementos imagéticos e textuais desses grafites.

Aqui, além da junção imagem + texto, a cultura folk se faz presente na produção das mensagens que serão passadas ao público. Desde a maneira da escrita, até as palavras usadas metricamente, são elementos fundamentais para a precisão da mensagem a ser passada.

Figura 8: A frase usada contextualiza e dá sentido ao desenho, reforçando o argumento da falta de serviços públicos.



Figura 10: A educação sendo deixada de lado era uma das principais bandeiras do movimento ativista durante os protestos.



Figura 9: O grande número de protestos renomeia o megaevento. A imagem dos grafiteiros no desenho dá mais força à mensagem.



Figura 11: O uso de diversos elementos da competição esportiva, somados aos protestos, dá uma nova força a essa mobilização.





Os figurões do evento aparecem para dar uma pitada de humor às intervenções de protesto. Grafites caricaturados ressignificam as mensagens, transformando a imagem de ícones do esporte em meio aos contrastes sociais da cultura de periferia.

Figura 12: A privatização do estádio símbolo do futebol brasileiro foi elemento para o protesto.



Figura 14: O grafite com temas da Copa provoca interações no espaço urbano

Figura 13: Membro do Comitê Organizador Local da Copa do Mundo, o ex-jogador Ronaldo era figura recorrente nos grafites de protesto.



Figura 15: Nem mesmo o rei do futebol brasileiro escapou dos protestos anti-Copa



Fonte: Facebook 2014

Ciberativismo: as redes sociais ampliando a (folk)mídia

Segundo Joseph Luyten, folkmídia é a “iniciação entre os meios de comunicação de massa e a Folkcomunicação, ou seja, o uso tanto de elementos oriundos do folclore pela



mídia como a utilização de elementos da comunicação massiva pelos comunicadores populares”.

Redes eletrônicas estão permitindo uma inovação nas formas de ação coletiva, dando abertura à criação de grupos colaborativos maiores e mais distribuídos que em qualquer outro momento da história. Assim, as mobilizações se organizam via redes, colocando em pauta determinadas demandas, como a resistência à Copa, e antecipando outras bandeiras futuras, como no exemplo que segue.

Figura 16: Movimento anti-Copa recebe adesão de determinados grupos e antecipa protestos anti-Olimpíadas no Brasil



Fonte: Facebook 2014

A capacidade mobilizadora de ferramentas e redes sociais inverte a antiga ordem da atividade em grupo, transformando o “reúna, depois compartilhe” em “compartilhe, depois reúna”. Hoje há ferramentas de comunicação flexíveis o suficiente para corresponder a novas capacidades sociais, como por exemplo softwares, mídias colaborativas; além do aumento da capacidade de compartilhar, cooperar uns com os outros e empreender ações coletivas.

Uma singela frase reuniu milhares de pessoas, todas com um único ideal. A ação grupal confere à sociedade seu caráter particular, e tudo que altere a maneira como o grupo executa suas atividades afetará a sociedade como um todo. Os movimentos sociais, como o



grupo Não Vai Ter Copa, buscam construir e manter meios próprios que divulguem e repercutam suas ideias e seus ideais.

As redes sociais possuem papel fundamental nessa disseminação das intervenções nos espaços públicos, já que agem como atores sociais, canalizando a discussão e mobilizando as manifestações. Essa mobilização acontece não somente pelo registro – como é o caso da página “Movimento de Decoração Anti-Copa”, mas também organizando as ações do grupo que repercutem em outros espaços, nas redes e nas mobilizações urbanas.

Referências

AMARAL, Marina. **Por que protestam contra a Copa**. Disponível em: <<http://apublica.org/2013/06/por-protestam-contr-a-copa/>>. Acesso em 25 abr. 2015.

ARAÚJO, Marcelo da Silva. **“Juventude e grafite: imagens, comunicação e vitrines de concreto na cidade”**. In: Anais do 8º Encontro do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Escola de Belas Artes/UFRJ, 2002.

ARRUDA, Agnes de Sousa e MOREIRA, Hércules Silva. **Das Ruas Para a Web e Vice-versa: Os Cartazes de Protesto Como Folkcomunicação No mundo Real e No Mundo Virtual**. In Revista Internacional de Folkcomunicação, Ponta Grossa, v. 12, n. 26, mai./ago. 2014, p.121-134.

BARROS, Ciro. **Quem grita ‘Não vai ter Copa’?**. Disponível em: <<http://apublica.org/2014/02/quem-grita-nao-vai-ter-copa/>>. Acesso em 5 mai. 2015.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

DANTAS, Tiago. **Quem são e o que querem os líderes das novas manifestações contra a Copa?**. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/01/31/vai-ter-copa-pode-ate-ter-mas-os-black-blocs-prometem-atrapalhar.htm>>. Acesso em 10 mai. 2015.

DOWNING, John D. H. **Mídia Radical: Rebeldia nas Comunicações e Movimentos Sociais**. São Paulo: Senac, 2002.



ESTADÃO. **Brasil é confirmado como sede da Copa do Mundo de 2014.** Disponível em: < <http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,brasil-e-confirmado-como-sede-da-copa-do-mundo-de-2014,72847>>. Acesso em 17 mai. 2015.

FACEBOOK. **Grafites Decoração Anti-Copa.** Disponível em < <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.756093194425112.1073741828.756062381094860&type=1>>. Acesso em 20 jul. 2014.

FERREIRA, Jairo. VIZER, Eduardo. (Orgs.). **Mídia e Movimentos Sociais: linguagens e coletivos em ação.** São Paulo: Paulus, 2007, 232p.

FERREIRA, Soraya Venegas e ARCO, Deborah Galeano. **De pichação à manifestação artística: Um estudo dos graffitis de ACME 23 no âmbito da folkcomunicação.** In Revista Internacional de Folkcomunicação, Ponta Grossa, v. 12, n. 26, mai./ago. 2014, p.55-73.

GITHAY, Celso. **O que é Graffiti.** São Paulo Ed. Brasiliense. Col. Primeiros Passos, 1999.

LUYTEN, Joseph. **Folkmídia: uma nova visão de folclore e folkcomunicação.** In: SCHMIDT, Cristina (org.). Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

PERUZZO, Cicilia. **Comunicação e Culturas Populares.** São Paulo: INTERCOM, 1995.

PÚBLICA. **“Foi um teatro montado para entregar o Maracanã” diz manifestante.** Disponível em: < <http://apublica.org/2012/11/foi-um-teatro-montado-para-entregar-maracana-diz-manifestante/>>. Acesso em 15 mai. 2015.

RIBEIRO, Paulo S. **Movimentos Sociais: breve definição.** Disponível em: < <http://www.brasilecola.com/sociologia/movimentos-sociais-breve-definicao.htm>>. Acesso em 20 abr. 2015.

SALES, Ana Célia Garcia de. **Pichadores e Grafiteiros: Manifestações Artísticas e Políticas de Preservação do Patrimônio Histórico e Cultural da Cidade de Campinas-SP.** / Ana Célia Garcia de Sales – Campinas, SP: [s.n.], 2007.

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo – O poder de organizar sem organizações.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.