

Cultura jovem, produção de sentidos e expressão de afetos: “Zico guerrilha” pelas ruas de Juiz de Fora¹

Culturas juveniles, la producción de significado y la expresión de afecto: “Zico guerrilla” por las calles de Juiz de Fora

Youth culture, production of meaning and expression of affections: “Zico guerilla” on the streets of Juiz de Fora

Francisco Ângelo Brinati²

Denise da Costa Oliveira Siqueira³

Resumo *As culturas jovens constroem-se partindo da formação de um laço social que tem a cidade como meio de comunicação. O espaço urbano se torna local de interação no qual construções simbólicas trabalham na configuração de identidades e afetos, de um sentimento de pertencimento. Neste artigo, observamos que a repetição de uma imagem simbólica de um ídolo, o jogador de futebol Zico, por meio de intervenções artísticas urbanas funciona como elemento agregador de identificação e de afeto para um grupo de moradores de Juiz de Fora.*

Palavras-chave: *Culturas jovens; arte urbana; expressão de afetos; Zico; Juiz de Fora.*

¹ Versão inicial deste artigo foi apresentada na mesa redonda Comunicação, Arte e Cidade do VII Fórum de Debates Povos e Culturas das Américas – Cidades em Debate, em 2013, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

² Professor doutorando no curso de Comunicação Social, Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de São João del-Rei – UFSJ, São João del-Rei, MG, Brasil. E-mail: chicobrinati@yahoo.com.br

³ Professora doutora e coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. E-mail: denise.siqueira@pq.cnpq.br

Resumen *Las culturas jóvenes se construyen a partir de la formación de un lazo social que tiene la ciudad como un medio de comunicación. El espacio urbano se convierte en lugar de la interacción en lo cual las construcciones simbólicas trabajan en la configuración de las identidades y las emociones, de un sentimiento de pertenencia. En este artículo, observamos que la repetición de una imagen simbólica de un ídolo, el futbolista Zico, a través de intervenciones artísticas urbanas, actúa como elemento agregador de identificación y de afecto para un grupo de residentes de Juiz de Fora.*

Palabras clave: *Culturas juveniles; arte urbano; expresión del afecto; Zico; Juiz de Fora.*

Abstract *Young cultures are constructed starting from the formation of a social bond that has the city as a medium. Urban space becomes place of interaction in which symbolic constructions work in the configuration of identities and emotions, of a sense of belonging. In this article, we note that the repetition of a symbolic image of an idol, the footballer Zico, through urban artistic interventions, acts as aggregator element of identification and affection for a group of residents of the city of Juiz de Fora.*

Keywords: *Youth cultures; urban art; expression of affection; Zico; Juiz de Fora.*

Data de submissão: 09/03/2014

Data de aceite: 08/12/2014

Introdução

Espaço social, lugar de pertencimento, a cidade contemporânea constitui um *carrefour* de culturas e se apresenta como importante objeto de pesquisa no âmbito dos debates relativos à constituição de relações sociais contemporâneas. Sob os efeitos de um mundo econômica e midiaticamente globalizado, a cidade constrói suas particularidades locais a partir de uma mescla de demarcações físicas e simbólicas baseadas no imaginário e no cotidiano de seus moradores e de informações e experiências de pessoas que vêm de fora e que acrescentam elementos à “cultura” local. Um espaço dialógico, dialético, mas que os protestos e as manifestações ocorridos nas ruas das grandes cidades brasileiras têm feito pensar também como lugar de embate, disputa, confronto.

Acrescentar, aliás, é um bom verbo para se empregar quando se reflete sobre o espaço urbano: as camadas de vozes, polifonias – como quis Canevacci (1993) – se somam, sobrepõem-se na construção da cidade. A cidade é, de fato, palco privilegiado onde a diferença se manifesta localmente. Tais camadas tanto se referem à arquitetura, às ruínas de cidades anteriormente estabelecidas no mesmo lugar quanto às camadas de informações culturais das mais distintas origens que se somam, mesclam-se e, ainda, às vozes de diferentes grupos sociais que chegam e se estabelecem. Todas essas camadas e vozes dialeticamente interagem e entram em conflito interminavelmente. Podemos, então, olhar os protestos não em uma perspectiva pessimista, mas também “pelo ângulo do caráter sociologicamente positivo do conflito” (SIMMEL, 1983a, p. 123), aquele que entende que, a partir da interação conflituosa, também podem surgir negociações interessantes para a sociedade.

É nessa perspectiva que este artigo se constrói: um olhar sobre as intervenções artísticas no espaço urbano, mescla de transgressão e representação coletiva de valores, ideias, sentimentos, visões de mundo, conflitos, mas também de modas e “tendências”. Fruto de “culturas jovens” e que apontam para a cidade como mídia, meio de comunicação de valores, essas intervenções sintetizam visões de mundo, *l’air du temps*.

Neste texto, estudamos especificamente intervenções, sob a forma de *stickers*, com a imagem do ex-jogador de futebol Zico. Coladas em muros, postes, lugares públicos da cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais, essas imagens de um “ídolo” tanto incomodam – porque invadem o espaço público – quanto agregam – porque reúnem fãs do jogador de um time importante e da Seleção Brasileira.

Em termos metodológicos, partimos de uma observação dos *stickers sur place*, ou seja, nos lugares onde foram instalados na cidade. Recorremos também a um estudo documental, reunindo material midiático e, finalmente, realizamos uma entrevista com o autor das peças. Nosso referencial teórico parte da leitura de autores como Canevacci (1993), Simmel (1903; 1983) e Le Breton (2009) para pensar sobre como intervenções artísticas constroem processos de significação e podem trabalhar na produção de sentidos e na expressão de afetos nos espaços urbanos.

A cidade como espaço de comunicação

Muitas vezes pensada em termos econômicos – em consonância com as abordagens de Weber (1973) e Simmel (1973) –, a cidade é também, além de espaço arquitetônico, urbanístico, lugar de questões sociais e culturais, um complexo espaço de comunicação. Em certo sentido, é mesmo em torno da comunicação que a cidade pode ser lida. Como escreveu Caiafa (2007, p. 119), “a cidade se constitui como exterioridade, como exposição”. É espaço onde o diferente, o estrangeiro se mostra e se mescla.

Park (1973) mostrou que, na Chicago dos anos 1930, fronteiras étnicas se erguiam na cidade, delimitando mundos cujos códigos funcionavam como verdadeiras balizas identitárias. É dele a noção de homem marginal, cuja definição abriu um horizonte para as análises centradas nas interações dos tipos sociais que habitam a cidade. Esse olhar sobre o de fora aparece na leitura de Caiafa (2007) quando escreve que

nas cidades se gera um poderoso espaço de exterioridade, em contraste com o interior dos espaços fechados dos meios familiares e provincianos.

Um espaço que precisamente recebe esses estranhos, egressos de fora, mas também da própria cidade, uma vez que ela se constitui como exterior (CAIAFA, 2007, p. 119).

Nesse jogo de amálgamas entre dentro e fora, interior e exterior, identidade e alteridade, forjam-se os deslocamentos que explicitam as transformações identitárias. A metrópole é múltipla em realidades urbanas e sociais, em memórias, linguagens e representações particulares dos diversos grupos ou indivíduos que a constituem. Seus moradores são afetados por essa multiplicidade ao mesmo tempo que dinamizam esse processo. Tal perspectiva vai ao encontro do pensamento de Simmel quando escreve que “a base psicológica do tipo metropolitano de individualidade consiste na intensificação dos estímulos nervosos, que resulta na alteração brusca e ininterrupta entre estímulos exteriores e interiores” (SIMMEL, 1973, p. 12).

A quantidade de estímulos que a metrópole provoca, ao mesmo tempo que pode atordoar, gera busca de vínculos de relacionamento e sociabilidade. Aquela sociabilidade que Simmel chama de “superficial” e que “se poupa dos atritos com a realidade por meio de uma relação meramente formal com esta” (SIMMEL, 1983b, p. 169).

Desse modo, de forma individual ou coletiva, a vida no espaço urbano implicará sociabilidade, afetos e desafetos, construção de emoções e sua expressão. Le Breton (2009, p. 111) resume esse pensamento ao escrever que “o homem está afetivamente presente no mundo. A existência é um fio contínuo de sentimentos mais ou menos vivos ou difusos, os quais podem mudar e contradizer-se com o passar do tempo e de acordo com as circunstâncias”. O homem também está afetivamente na cidade, mesmo que sua atitude seja *blasée*, atordoada por tantos impulsos.

As afetividades advindas das relações sociais se aliam para favorecer o olhar do espaço urbano como espaço também midiático, de convergência e interculturalidade que, no entanto, mantém laços de pertencimento, de afetos. A cidade surge como objeto que admite um coro de muitas vozes. Como escreveu Canclini (2007, p. 107) ao pensar sobre os imaginários urbanos, “*la ciudad se vuelve densa al cargarse com*

fantasías heterogéneas. La urbe programada para funcionar, diseñada en cuadrícula, se desborda y se multiplica en ficciones individuales y colectivas". A cidade se torna, então, cidades, comportando tantas quanto forem as vozes que nela se querem fazer escutar. São tantas as cidades quantos os pontos de vista.

Lugar de afetos, de comunicação, de grandes espaços nem sempre bem definidos em termos de função, as grandes cidades também se tornam *locus* de reunião de jovens. Desses grupos surgiram, ao longo do século XX, em várias metrópoles, uma série de manifestações estéticas cultural e corporalmente ricas como *graffiti*, *hip hop*, *funk*, *break dance* e o recente "passinho do menor", no Rio de Janeiro. Tais espaços, *à la fois* físicos e simbólicos,

são locais de encontro de amplos grupos de adolescentes e estudantes que marcam a recuperação festiva da rua como lugar de articulação das relações sociais; são espaços de interação imediata. As esquinas são o espaço "privado" dos grupos juvenis: ali se encontram, apropriam-se do território, constroem sua identidade; deixam suas marcas, explicitam suas ideias, exercitam a sensibilidade estética, ocupam a cidade (OLIVEIRA, 2007, p. 67-68).

A reunião de grupos em torno de uma prática esportiva, corporal ou estética gera interação, conflito, identificação, em uma palavra, produz efervescência. As pessoas vivem situações, sensações em grupo, em uma efervescência partilhada. Como diria Maffesoli, "comunidade de ideias, preocupações impessoais, estabilidade da estrutura que supera as particularidades dos indivíduos, eis aí algumas características essenciais do grupo que se fundamenta, antes de tudo, no sentimento partilhado" (1987, p. 138).

Nessa perspectiva, a cidade é espaço também físico no qual grupos se encontram, partilham, compõem, expressam-se. É lugar de arte na rua.

A cidade e suas ruas são espaço de visibilidade e de convergência de múltiplas ordens, onde convivem o colonial e o pós-moderno, o tradicional e o tecnológico, o contato direto e o amplamente mediatizado. Nesse ambiente urbano, a arte ocupa lugares nem sempre convencionais [...],

pode estar em espaços públicos inusitados e recuperar a praça como lugar também para arte ao vivo (SIQUEIRA, 2009, p. 119).

Intervenções urbanas e juventude em JF

Todos intervêm na cidade, seja intencionalmente ou não. As intervenções juvenis retratam, de maneira simbólica, “a história visual da nossa época, documentam situações, estilos de vida, apontam atores sociais e rituais, revelam e alimentam imaginários, afetos, relações, medos, desejos, frustrações” (OLIVEIRA, 2007, p. 70). São práticas cotidianas que reforçam a construção das identidades e dos pertencimentos grupais que resistem à homogeneização e à indiferença da sociedade midiática.

Entre as inúmeras formas de arte utilizadas por grupos de jovens para organizar sociabilidades, pertencimentos, apropriações simbólicas e reconhecimento de identidades e ainda para compartilhar estéticas, o *sticker* ganha espaço.

Proveniente do grafite, o *sticker* (ou lambe-lambe, como também é conhecido no Brasil, em referência a seu tradicional formato na cultura popular) invadiu recentemente as ruas das grandes metrópoles. Articulados às artes gráficas, os *stickers* são pequenos pedaços de papéis ou plásticos adesivos produzidos artesanalmente e em número suficiente para serem espalhados pela cidade, criando percursos, apropriações territoriais e reconhecimento em bairros distintos (OLIVEIRA, 2007, p. 70).

Com a facilidade de aplicação e a versatilidade da técnica, o *sticker* pode ocupar lugares inusitados, pouco adequados para o grafite, por exemplo. A técnica é “representante de uma nova vertente da filosofia *do-it-yourself*, não há limite de tamanho e as figuras são feitas com caneta, xerox, serigrafia ou tintas plásticas num forte diálogo com as artes gráficas” (OLIVEIRA, 2007, p. 70).

Como o grafite, o *sticker* começa em um processo mais ou menos refinado de produção do desenho. No entanto, diferentemente do grafite, que exige tempo para sua execução, o lambe-lambe tem aplicação rápida e, por isso, pode ser colado mais discretamente. Sua existência

tende a ser mais breve que a do grafite, porque o papel é menos resistente que a pintura feita no muro – mesmo que o grafite possa ser tampado por outras camadas de grafites, pichações ou cartazes e que o *sticker*, por vezes, dure anos.

Independente da técnica utilizada, da forma adotada, a relação entre os jovens e a cidade por meio da arte urbana deve ser compreendida pelo âmbito da cultura, onde são construídas identidades por experiências compartilhadas em práticas cotidianas. O universo simbólico dessas práticas cotidianas faz parte do imaginário comum aos grupos e sujeitos; por isso, reforça o sentimento de pertencimento.

[O] imaginário, as apropriações simbólicas e as relações estéticas aí envolvidos apontam sujeitos ativos que atuam na cidade, ressignificam formas e conteúdos, expressam-se por meio de seus corpos, assim como das paredes, dos postes e muros urbanos. É possível, desse modo, captar os significados que as formas culturais assumem para os indivíduos, assim como as dimensões simbólicas e os imaginários que são articulados por meio das imagens e das ações (OLIVEIRA, 2007, p. 65).

Se o imaginário parte de apropriações simbólicas do “real”, a percepção da realidade que os indivíduos têm é influenciada pelos códigos apreendidos durante os processos de socialização – ou seja, os discursos presentes nas interações sociais acabam por designar algumas chaves de leitura preferenciais sobre a realidade. É sempre no espaço social compartilhado que determinadas leituras do mundo se impõem a outras – logo, identidades (de indivíduos, grupos ou espaços geográficos) também devem ser assim explicadas. Segundo Berger e Luckmann, “a identidade é evidentemente um elemento-chave da realidade subjetiva, e, tal como toda realidade subjetiva, acha-se em relação dialética com a sociedade” (BERGER, LUCKMANN, 1995, p. 228).

O município mineiro de Juiz de Fora, situado na divisa com o estado do Rio de Janeiro – e fonte de vários estudos sobre sua chamada “crise identitária”, como os realizados por Musse (2008) e Rodrigues e Faria (2012) –, é conhecido por ter uma identidade marcada pelo sentimento fronteiriço (em que se é algo e sua alteridade ao mesmo tempo). A

relação de afetividade com personagens e situações do Rio de Janeiro são marcantes nos moradores da cidade. Parece coerente, então, nesse contexto, uma intervenção artística urbana juizforana ter como temática um jogador de futebol de um clube carioca.

Ao se utilizar de símbolos para resgatar personalidades e visões de mundo, os jovens se mantêm reunidos em laços de pertencimento e identidade construídos nessas interações entre os moradores que possuem a mesma relação afetiva com o mito retratado. Ao estudar as imagens coladas em muros da cidade, buscamos reconstruir esse percurso de pertencimentos. Assim, em um espaço urbano intercultural, onde a arte se revela múltipla, é interessante analisar o resgate simbólico do ex-jogador de futebol Zico pelas ruas de Juiz de Fora.

Futebol, Zico e a produção de sentido

Arthur Antunes Coimbra, conhecido como Zico, jogou futebol profissionalmente entre os anos de 1971 e 1994. Apesar de aposentado como jogador há mais de 20 anos, ainda é considerado o ídolo maior do Clube de Regatas do Flamengo, do Rio de Janeiro, e um dos principais atletas da Seleção Brasileira nos anos 1970 e 1980. Muitos torcedores se identificam ainda hoje com o ex-atleta. Como observou Helal, “capaz de mobilizar e atrair milhares de pessoas, o futebol pode ser entendido como uma forma cultural que promove a integração do país, fazendo com que a sociedade encontre um sentido de totalidade raramente encontrado em outras esferas da vida social” (1997, p. 5).

O futebol viabiliza à população e à audiência dos meios de comunicação de massa uma aproximação com símbolos nacionais. O futebol no Brasil, além de ser um esporte, é também uma forma de socialização de pessoas, um sistema altamente complexo de comunicação de valores. DaMatta (1982, p. 29) já havia observado que

o futebol brasileiro pode ser estudado como sendo capaz de provocar uma série de dramatizações do mundo social. Um dos traços essenciais do drama é a sua capacidade de chamar atenção, revelar, representar e descobrir

relações, valores e ideologias que podem estar em estado de latência ou de virtualidade num dado sistema social.

As narrativas das trajetórias de vida dos ídolos esportivos frequentemente focalizam características que os transformam em heróis. De acordo com Helal (2003, p. 20), Zico foi o maior ídolo do futebol brasileiro e estrela de uma geração de jogadores vitoriosos em seus clubes, mas que não venceram Copas do Mundo com a Seleção. Desse modo,

a narrativa em torno de Zico enquadra-se no rol dos arquétipos universais dos heróis. Ela nos mostra que não basta o ato heroico em si, de forma isolada – no caso, as vitórias, as realizações e os gols no futebol. O herói tem que preencher outros requisitos – tais como perseverança, determinação, luta, honestidade, altruísmo – para se firmar no posto. E Zico os preenche com bastante eficácia. As biografias de Zico destacam os constantes desafios que ele superou com “armas” da sua personalidade para lograr êxito (HELAL, 2003, p. 23).

A repetição de uma história e da imagem de um jogador acima da média, que representa uma geração vitoriosa para os torcedores do Flamengo, acaba por modelar um mito de Zico. Sendo o mito algo verdadeiro, que tem um sentido, que transmite conhecimento, a imagem do jogador, sempre em construção, atualiza essa história para novas gerações, enquanto a versão de uma história vitoriosa do clube do Rio de Janeiro se apropria do simbolismo para se constituir. A repetição da imagem de Zico mostra sua validade e reforça o seu valor explicativo. O rosto de Zico durante o seu auge no Flamengo representa o resgate de valores como talento e esforço que levam a vitórias e títulos. Um ídolo com traços de herói, um símbolo, lembrando que “o símbolo é, portanto, uma representação que faz aparecer um sentido secreto; ele é a epifania de um mistério” (DURAND, 1988, p. 15).

“Zico guerrilha”

Em dezembro de 1989, em uma partida de futebol entre Flamengo e Fluminense, Zico marcou o último gol de sua carreira pelo time carioca.

A partida aconteceu emblematicamente em Juiz de Fora. Vinte anos depois, em dezembro de 2009, um grupo de torcedores relembrou o gol, o jogador, sua imagem e suas representações com uma intervenção urbana na cidade mineira. Em um movimento que os próprios organizadores denominaram “Zico guerrilha”,⁴ cerca de 100 imagens do rosto do jogador durante o seu auge foram espalhadas pela cidade mineira usando a técnica do *sticker*.

As “armas” dos participantes do grupo, segundo o vídeo por eles postado na plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube, eram: “spray, papel, amor e guerilla” (<http://www.youtube.com/watch?v=ke1uIRHoBxI>). Foi com esses instrumentos que criaram, reproduziram e colaram, em várias partes da cidade, cartazes pintados com uma imagem do rosto do jogador pintada com *spray*. Devido ao efeito da tinta, o rosto não apresenta traços; o que se vê, então, é o contorno com o interior pintado de um perfil do jogador. Uma imagem para se ver e entender ao caminhar pela cidade. Uma imagem que só quem conhece Zico reconhece e que permite entender por que pessoas a confundiram ou a transformaram, por exemplo, em Che Guevara, fazendo intervenções sobre a intervenção do grupo. Uma obra aberta, para lembrar Umberto Eco.

Ao reproduzir e colar imagens do jogador Zico, moradores de Juiz de Fora se apropriam de um evento do passado recente – a partida com o último gol do jogador –, reconstruindo sua memória e atualizando-a de tempos em tempos. Para essa reconstrução, eles se apropriam dos espaços das ruas, como pontos de ônibus, latas de lixo, postes de energia elétrica, paredes de prédios comerciais das principais vias da cidade.

A arte com o rosto do jogador, “Zico guerrilha”, reuniu diversas pessoas em intervenções organizadas. Um dos organizadores da ação e criador da imagem, João Paulo de Oliveira, justificou a escolha pelo jogador de futebol.

⁴ A ação foi registrada em um vídeo disponível no YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=ke1uIRHoBxI>.

É um símbolo, como se fosse um herói brasileiro. Acho que por causa disso, por essa identificação com ele e por saber que outras pessoas se identificam muito com ele. É uma maneira de eu me aproximar dessas pessoas, mas, mais do que isso, é talvez aproximá-las não só dessa visão em relação ao que o Zico simboliza, mas também à questão da cidade, da vida urbana, numa época em que a gente está perdendo um pouco o contato com o espaço urbano. A vida da gente está cada vez mais em velocidade e isso leva as pessoas, às vezes, a não prestarem atenção onde estão passando, às ruas (OLIVEIRA, 2008).⁵

Se essa abordagem visa a uma aproximação e nela a figura do ídolo esportivo desempenha importante papel, a intervenção urbana na forma de cartaz colado com o busto do jogador em espaços públicos também é fonte de conflito. O artista explica: “incomoda o processo de colagem. Pessoas concordam com o Zico, mas têm vontade de tirar aquilo dali porque está errado” (OLIVEIRA, 2008).

A imagem pintada do rosto de Zico – esse símbolo iconográfico – é constituída de múltiplas redundâncias. E essa cópia redundante de um rosto é a representação pelo espectador daquilo que o artista já representou e que visa a “povoar a cidade”.⁶ Uma humanização do urbano pela estratégia artística.

Os participantes da ação se reúnem, encontram pares, exercitam-se no uso dos códigos comuns, apreciam os símbolos escolhidos para marcar as diferenças. E, ao mesmo tempo, tecem a rede de sociabilidade por meio da arte. Como escreveu Oliveira (2007, p. 68):

Grafites, pichações e *stickers* são, atualmente, quase sinônimos dos grandes centros urbanos e das potencialidades das culturas juvenis. Como frutos da vivência cotidiana, essas intervenções urbanas juvenis apresentam-nos formas, cores, texturas, conteúdos, visões de mundo e universos imaginários que compõem esses discursos. As manifestações gráficas juvenis tentam retirar o espectador da posição passiva de mero consumidor; são, antes de tudo, convites ao encontro e ao diálogo (GITAHY 1999:

⁵ Entrevista disponível no site: <http://www.youtube.com/watch?v=t3VEAddIPag>.

⁶ A esse respeito, ver o vídeo *Povoar as cidades – Indiferença* no YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=t3VEAddIPag>.

p. 16); propõem a discussão e a interferência na arquitetura das metrópoles; são produzidas incessantemente por jovens de variadas características e espalhadas pela cidade, formando múltiplos painéis fragmentados e coloridos que dão à metrópole a fisionomia desses nossos tempos. A cidade transforma-se em suporte.

É interessante observar que a intervenção urbana se alonga no espaço do YouTube para além da efemeridade do papel colado no poste e exposto ao tempo. O vídeo *Zico Guerrilha* mostra, em pouco mais de quatro minutos, uma síntese da intervenção: imagem do último gol, produção dos cartazes no chão, colagem, na altura dos olhos, em postes e pontos de ônibus, em lixeiras e em outros suportes urbanos, das imagens feitas com tinta preta sobre papel branco. Ao fundo, Jorge Ben canta “Falta na entrada da área / Adivinha quem vai bater / É o camisa 10 da Gávea”.

A colagem é feita durante o dia, com movimento grande nas ruas do centro, pessoas e ônibus passando ao lado dos rapazes que colam as imagens. O processo é rápido e discreto, mas não é escondido. Avenida Independência, rua Halfeld, avenida Getúlio Vargas podem ser reconhecidas nas imagens do vídeo como espaços nobres da vida comercial da cidade que foram escolhidos para receber o trabalho.

No comentário sobre o vídeo postado, João Paulo Oliveira explica:

Vídeo em homenagem aos 20 anos da despedida de Zico. Jogo realizado em Juiz de Fora, no dia 02 de dezembro de 1989. Flamengo 5 x 0 Fluminense.

Guerrilha urbana em que são colados cartazes com o rosto do galinho mandado no *stencil* (*graffiti*). As imagens foram espalhadas pelo centro de Juiz de Fora – Minas Gerais.

A ideia é aproveitar a semana que antecede a última rodada do Brasileirão 2009 para gerar uma energia positiva em torno de Zico, Andrade e cia. Aliás, o Tromba, como é conhecido o técnico rubro-negro, é nascido e criado nesta mesma cidade!⁷

⁷ Disponível no YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=ke1uIRHoBxI>.

Assim, ao usar o *sticker* como arte para reproduzir o rosto de Zico pelas ruas de Juiz de Fora,⁸ o grupo atualiza o mito do ídolo, do herói, enquanto resgata uma memória vitoriosa para alguns torcedores que se identificam com a imagem e o sentido que ela expressa.

Considerações finais

O espaço urbano é também espaço midiático no sentido de que expõe, compartilha informações, códigos, afetos bons e maus. Nele, cidadãos entram em conflito, encontram interesses comuns, partilham identidades. Nesse contexto, as formas de arte na rua assumem tarefa importante na formação do imaginário urbano, construindo laços de pertencimento ou gerando conflitos entre os habitantes e os espaços onde vivem.

Quando um grupo de jovens se une para colar cartazes com a imagem recriada de um antigo ídolo de futebol, move todos esses elementos: aciona o prazer de rever um esportista admirado, aciona um conjunto de representações sobre alguém que significou emoções duas décadas atrás; ao mesmo tempo, aciona o desgosto de outros moradores da cidade que veem nos *stickers* uma desarmonia no conjunto urbano, alguma coisa que está fora do lugar, sujeira que deve ser limpa e retirada. Enfim, arte urbana, feita sem pedido de autorização pública, sem intenção comercial, gera conflito, transgride, mesmo que o objeto retratado seja uma figura pública largamente aceita e admirada por uma maioria.

Ao viver na cidade, andar por suas ruas, percebê-la concretamente todos os dias, os indivíduos constroem representações que também decorrem de suas experiências vivenciadas e do imaginário sobre ela consolidado, das narrativas em que se baseiam os sentidos sociais sobre ela produzidos e partilhados no espaço público. O contato com grafites, *stickers* e outras manifestações não oficiais, assim como com estátuas e monumentos oficialmente plantados em espaços públicos, tem um papel nessa construção de imaginários. Grafites, *stickers* são expressão

⁸Além de Juiz de Fora, o mesmo grupo realizou ações no Rio e em São Paulo. “Recentemente, voltei à SP e tirei foto do Zico na Liberdade. Tinha ele na Augusta e, no Rio, na subida pra Santa Teresa, pela Glória – acho que fiz esse em 2010” (OLIVEIRA, 2012).

efêmera do contato com a cidade; estátuas, monumentos são retrato de um tempo que não passa, são aprisionamento de um tempo que passou.

A cidade interfere na vida das pessoas. Exige emocionalmente, como Simmel nos faz lembrar sempre. Assim, as pessoas são transformadas pela aglomeração, pela velocidade, pela poluição, pela necessidade de se disciplinar e de vigiar para se proteger. Ao mesmo tempo, as pessoas também transformam as cidades. As intervenções urbanas, atividades que exigem solidariedade na produção, manifestam-se em novas formas de sociabilidades juvenis pautadas mais por afinidades afetivas do que por contratos sociais. Implicam uma participação, a adesão a uma “causa” – a execução da intervenção – que pode gerar um resultado que não seja duradouro: o grafite se apaga, pode ser removido, pode ser pichado; o *sticker* se molha, desfaz-se, outros cartazes podem ser colados por cima.

Unir moradores em torno de uma intervenção criativa configura um exercício de estreitamento de laços. Como escreveu Durand (1988, p. 106), “a razão e a ciência apenas unem os homens às coisas, mas o que une os homens entre si, no nível humilde das felicidades e penas cotidianas da espécie humana, é essa representação afetiva porque vivida, que constitui o império das imagens”. A representação do afeto vivido é que vai fazer perdurar essas obras no imaginário, mais do que a materialidade do trabalho colado no muro.

A utilização da imagem de um mito – o de um jogador acima da média, um “craque”, um herói dos campos de futebol – atua na construção/produção de sentidos de certos moradores, indicando modos de reconhecer aquela manifestação. O atleta Zico tem uma biografia que o coloca como um importante jogador de futebol, e isso é explorado nos *stickers* colados em Juiz de Fora. Assim, talvez o *sticker* incomode ou esteja fora do lugar, mas e o jogador, incomoda também? Qual o lugar do *sticker* com a imagem do jogador?

Talvez Maffesoli (1987) nos dê uma chave para refletir sobre essas questões ao escrever que “uma subjetividade comum, uma paixão partilhada” pelo ídolo é o que une esse “tribalismo pós-moderno ou neo-tribalismo”. Mesmo assim, a adesão a grupos é sempre fugaz, não há um

objetivo concreto para esses encontros que possa assegurar a sua continuidade. Trata-se apenas de redes de amizade pontuais que se reúnem ritualisticamente com a função exclusiva de reafirmar o sentimento que um dado grupo tem.

Foi isso que observamos na intervenção “Zico guerrilha”, realizada em dezembro de 2009. A reunião de pessoas pelas ruas de Juiz de Fora em torno da reprodução das imagens de Zico na arte dos *stickers* pode ser entendida como um evento de sociabilidade, de interação, de efervescência, reflexo de culturas jovens em intervenções urbanas que produzem e reproduzem sentidos a partir de afetos. A maior parte das imagens já se desfez. Algumas ainda persistem nos muros da cidade. No YouTube resiste o registro da ação.

Referências

- BERGER, P. T.; LUCKMANN, T. *A construção social da realidade*. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.
- CAIAFA, J. *Aventura das cidades: ensaios e etnografias*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- CANCLINI, N. G. *Imaginários urbanos*. 3. ed. Buenos Aires: Eudeba, 2007.
- CANEVACCI, M. *A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana*. São Paulo: Studio Nobel, 1993.
- DAMATTA, R. (Org.). *O universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- DURAND, G. *A imaginação simbólica*. Trad. Eliane Fittipaldi Pereira. São Paulo: Cultrix: Cultrix-Edusp, 1988.
- GITAHY, C. *O que é graffiti*. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- HELAL, R. Futebol, cultura e cidade. *Logos*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 5-7, 1997.
- _____. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. *Alceu*, Rio de Janeiro, v. 4, n.7, p. 19-36, 2003.
- LE BRETON, D. *As paixões ordinárias: antropologia das emoções*. Trad. Luis Alberto Salton Peretti. Petrópolis: Vozes, 2009.
- MAFFESOLI, M. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.
- MUSSE, C. F. *Imprensa, cultura e imaginário urbano: exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora*. São Paulo: Nankin, 2008.

OLIVEIRA, R. C. A. Estéticas juvenis: intervenções nos corpos e na metrópole. *Comunicação, mídia e consumo*, São Paulo, v. 4, n. 9, p. 63-86, 2007.

PARK, R. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In: VELHO, O. G. (Org.). *O fenômeno urbano*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1973. p. 26-67.

RODRIGUES, F. L.; FARIA, M. C. B. *Cariocas do brejo entrando no ar: o rádio e a televisão na construção da identidade juizforana (1940-1960)*. Juiz de Fora: UFJF, 2012. p. 260.

SIMMEL, G. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, O. G. (Org.). *O fenômeno urbano*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1973. p. 11-25.

_____. A natureza sociológica do conflito. In: MORAES FILHO, E. de (Org.). *Simmel, sociologia*. São Paulo: Ática, 1983a. p. 122-134.

_____. Sociabilidade – um exemplo de sociologia pura ou formal. In: MORAES FILHO, E. de (Org.). *Simmel, sociologia*. São Paulo: Ática, 1983b. p. 165-181.

SIQUEIRA, D. da C. O. Dança na rua: arte, representação e comunicação na cidade. In: BORELLI, S.; FREITAS, R. *Comunicação, narrativas e culturas urbanas*. São Paulo: Educ, 2009. p. 119-138.

_____; REAL, L. Vozes da Vila: espaço e representações no entorno da universidade. *Contemporânea*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p. 37-50, dez. 2011.

VELHO, G. (Org.). *Antropologia urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal*. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

WEBER, M. Conceito e categorias de cidade. In: VELHO, G. O. (Org.). *O fenômeno urbano*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1973. p. 68-89.

Vídeos:

POVOAR as cidades – indiferença. Juiz de Fora: Facom/UFJF, 2008. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=t3VEAddIPag>. Acesso em: 28 out. 2014.

ZICO guerrilha – o camisa 10 da Gávea. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=keluIRHoBxI>. Acesso em: 28 out. 2014.

Entrevistas:

OLIVEIRA, J. P. de. Entrevista concedida para o vídeo *Povoar as cidades - indiferença*. Juiz de Fora: Facom/UFJF, 2008. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=t3VEAddIPag>. Acesso em: 28 out. 2014.

_____. Entrevista concedida em 13 nov. 2012.