

O design urbano e a união de mulheres no graffiti brasileiro

Urban design and the union of women in Brazilian graffiti

CAMPOS, Fernanda de Façanha e; Doutoranda; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

fernanda.facanha@estudante.ufjf.br

BRAIDA, Frederico; Doutor em Design, Professor Permanente do Programa de Pós Graduação em Comunicação UFJF; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

frederico.braida@arquitetura.ufjf.br

O graffiti possui métodos e técnicas próprias que emergem da hibridização da arte pública, do design urbano, do design gráfico e da comunicação visual. Mesmo que o público masculino de grafiteiros seja maior, o movimento de grafiteiras tem crescido no mundo. O objetivo deste artigo é analisar como o graffiti contribui na construção de um olhar de design crítico e social das mulheres grafiteiras que os faz, com base em exemplos ou trabalhos postados no *Instagram* de projetos, eventos e *crews* que envolvem o empoderamento feminino e a relação com a cidade. A pesquisa é do tipo exploratória em que se utiliza a pesquisa bibliográfica para discutir a construção política e crítica na produção de murais feitos por grafiteiras. Para isso, tem-se como base as competências midiáticas, com o intuito de entender murais de graffitis enquanto mídia e parte constitutiva do design urbano.

Palavras-chave: Mulheres no graffiti; Literacia midiática; Design urbano.

Graffiti has its own methods and techniques that emerge from the hybridization of public art, urban design, graphic design and visual communication. Even though the male audience of graffiti artists is larger, the graffiti movement has grown in the world. The purpose of this article is to analyze how graffiti contributes to the construction of a critical and social design view of the women graffiti artists who make them, based on examples or works posted on Instagram from projects, events and crews that involve female empowerment and the relationship with the city. The research is exploratory in which bibliographic research is used to discuss the political and critical construction in the production of murals made by graffiti artists. For this, it is based on media skills, in order to understand graffiti murals as media and constitutive part of urban design.

Keywords: Women in graffiti; Media literacy; Urban design.

1 Introdução

O graffiti, como arte presente na cidade, é uma linguagem que hibridiza a arte pública, o design urbano, o design gráfico e a comunicação visual. O graffiti conta com o olhar e a criação de indivíduos com diferentes histórias e origens diversas, os quais contribuem para a composição dos elementos visuais citadinos, para a paisagem das cidades. Sua origem pertence ao Movimento Hip Hop, com surgimento na década de 1970, nos Estados Unidos. Conforme Silva Junior (2014), esse movimento originou-se nos bairros de população negra de Nova Iorque, uma vez que, naquele período os Estados Unidos estavam passando por um momento de crescimento urbano e encolhimento do crescimento industrial de grandes cidades.

Dentro do Hip Hop, o graffiti está presente por ser uma das quatro linguagens originadas no movimento, entre elas há o *rap*, DJ e *break dance*. De acordo com Weller (2011 apud SILVA JUNIOR, 2014), o Hip Hop se desenvolveu enquanto uma cultura de rua, sendo uma forma de articulação de vozes oprimidas e marginalizadas, muitas vezes de jovens que são residentes em bairros periféricos. Além disso, Silva Junior (2014) explica que as ações de cantar e dançar, representadas pelo *rap* e *break dance*, a ação da escrita e ilustração de desenhos em muros e paredes da cidade, identificada no graffiti, firmou-se como um elemento da cultura Hip Hop (SILVA JUNIOR, 2014, p. 34).

O cenário dentro desse movimento tem despertado a atenção da academia, da ciência. Segundo Simões (2013), o discurso dominante no Hip Hop, mais especificamente em um estudo feito sobre o *rap*, tem a tendência de tratar como minoria a importância das mulheres nessa cultura. O autor ainda pontua que, “na maioria dos casos, a presença feminina apresenta-se como um acessório ou adorno da atividade masculina” (SIMÕES, 2013). Além disso, ele atenta a possibilidade desse tema ser um “alvo para o discurso masculino” em relação às diferenças de gênero, em que Simões (2013) pontua como sendo machismo e misoginia. Ao fazer uma análise, percebe-se que a relação da origem do Hip Hop possui conotações em três termos, sendo elas étnicas e sociais, como principais, e também a de gênero.

Conforme Matsunaga (2008), em uma pesquisa sobre a representação da mulher nas letras de *rap*, em que contemplam o universo do Hip Hop, pontua-se, concordando com Simões (2013), que ao observar shows e eventos promovidos pelos jovens do movimento, a participação feminina era tímida e pouca. “Nestes momentos de diversão, as mulheres quase sempre ‘acompanhavam’ os homens. Esta (in)visibilidade levou-me a investigar a participação e as representações sociais acerca da mulher presentes no hip hop” (MATSUNAGA, 2008, p. 109). No graffiti, contemplado dentro da cultura Hip Hop, a presença feminina está frequentemente em ascensão. Atualmente, no Brasil, há organizações de mulheres que visam apoiar, ensinar e acolher mulheres, promovendo eventos, como o projeto *Graffiti Queens*, *Graffiti Queens Festival*¹, Encontro Delas² e Yapai Waina³. Entretanto, é importante lembrar que eventos

¹ “Graffiti Queens Festival projeta obras de artistas grafiteiras em prédios”. Disponível em: <https://artluv.net/graffiti-queens-festival-projeta-obras-de-artistas-grafiteiras-em-predios/>. Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

mistos, que incluem homens e mulheres, também são importantes para a formação e conhecimento dentro do graffiti e contribuem para o fortalecimento do movimento. No Brasil, grandes eventos como *Meeting Of Styles* (MOS) e Bahia de Todas as Cores (BTC) também promovem a cena como um todo e têm buscado ainda mais o público feminino.

É interessante pontuar que, ao pensar nesse território, reflete-se também sobre uma as relações entre as linguagens do design presentes no ambiente urbano. Conforme Braga (2011 apud MARTINS; CAMPOS, 2016) na essência do design há o intuito de criar e transmitir mensagens aos indivíduos, consumidores, eleitores, espectadores ou quem pretenda ser atingido por ele. Portanto, ressalta-se que a presença de grafittis na cidade perpassa pelas questões das artes visuais e do design. Ao fazer uma análise correlacionando design gráfico e graffiti, Martins e Campos (2016) ressaltam qual seria a “força motriz” do design socialmente orientado e engajado: o poder de ação e transformação do indivíduo ou consumidor. “[...] no que se refere à arte urbana, esse “consumidor” passa a ser um indivíduo que pode ou não ser influenciado pela obra à qual é apresentado, e, a depender do impacto, pode se tornar um propagador da mensagem transmitida pelo interventor e autor da peça gráfica” (MARTINS; CAMPOS, 2016, p. 642).

O tema proposto neste artigo é o graffiti, abordado a partir de uma perspectiva do olhar sobre o design urbano e para a formação cidadã de grafiteiras na aprendizagem e uso do graffiti na cidade. Para tanto, são trazidos exemplos de projetos e grafittis a partir de postagens feitas no *Instagram* por grafiteiras brasileiras. Para isso, utiliza-se como referências relacionados a conceitos da literacia midiática, Ferrés e Piscitelli (2015), Scolari (2018), o olhar estético conforme Benjamin (1994), Beiguelman (2021) e Guimarães e Leal (2008). Além disso, o debate também suscitará sobre o lugar da mulher no graffiti, referenciando a Hooks (2019), Berth (2019), Silva (2008), Spivak (2010) e Ribeiro (2017).

O argumento principal desse artigo é que as mulheres também estão presentes em vários movimentos políticos e sociais, no graffiti não é diferente. A presença feminina no graffiti traz um olhar ainda mais crítico ao que se produz, com temáticas diversas, apropriando-se de assuntos do universo feminino, que se diz respeito ao lugar de fala da mulher, violência doméstica, identidade e questões relacionadas ao gênero. Assim, a questão a ser respondida é: como o graffiti contribui para a construção de um olhar crítico e cidadão das mulheres através da escolha da temática, produção e disseminação de grafittis feitos por elas na cidade e suas relações com o design urbano?

A pesquisa pode ser caracterizada como uma pesquisa bibliográfica, em literatura especializada sobre o tema, tendo como foco a compreensão do olhar crítico sobre a produção de eventos e projetos de grafittis feitos por mulheres grafiteiras. Assim, explica-se definições e compreensões sobre o olhar crítico. Em um segundo momento, reflete-se sobre o olhar estético e a relação com o conceito de empoderamento na contribuição ao graffiti, em relação a temáticas envolvidas e a sua produção. Em seguida traz-se exemplos de iniciativas feitas por mulheres para ensinar, incentivar e unir-se a outras mulheres nas ruas, com a categorização de três tipos, sendo eles: projeto, evento e *crew* ou coletivo.

² “Encontro Delas – projeto que tem a mulher no graffiti como tema ganha nova edição em BH”. Disponível em: <https://www.bheventos.com.br/noticia/06-17-2021-encontro-delas-projeto-que-tem-a-mulher-no-graffiti-como-tema-ganha-nova-edicao-em-bh>. Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

³ “No AM, primeiro Festival Internacional de Graffiti Feminino celebra arte indígena”. Disponível em: <https://revistacenarium.com.br/no-am-primeiro-festival-internacional-de-graffiti-feminino-celebra-arte-indigena/>. Acesso em: 24 de janeiro de 2022.

O objetivo deste trabalho é analisar como o graffiti contribui na constituição de um olhar crítico e social, de quem os faz, principalmente ao público de grafiteiras. Utilizou-se como auxílio teórico as competências midiáticas, para isso, será exemplificado por categorias de projetos postados no *Instagram* que envolvem o empoderamento feminino e a relação de grafiteiras com a cidade. Também se atenta para o design urbano e para os espaços citadinos que se configuram como palcos para as intervenções.

2 Olhar crítico: a literacia midiática e o graffiti

Com base nos indicadores pontuados por Ferrés e Piscitelli (2015), revela-se princípios essenciais para se entender a construção de uma educação que utilize a criticidade como questão principal ao jovem quando se pontua a temática do ensino midiático. Dessa forma, nessa pesquisa parte-se do pressuposto de entendimento do muro enquanto mídia, observando quem os faz e quem os vê, produtores e consumidores.

Ao pontuarem os indicadores que constroem as competências midiáticas, os autores abordam sobre a importância da proximidade com o público em que no processo de educação é necessário haver um olhar lúdico. Portanto, é recorrente a menção da necessidade de uma abordagem lúdica para a educação midiática; na reflexão sobre essa ludicidade pontua-se que, a partir de jogos, por exemplo, sem apresentações de teorias, especulações ou discursos semióticos, também consegue-se demonstrar as representações da realidade (FERRÉS; PISCITELLI, 2015, p. 6).

Fazendo uma comparação com o graffiti, identificando a importância dessa característica lúdica, observa-se que, pela representação visual, por meio de ilustrações em muros, com cores e traços próprios de cada artista ou designer, com temáticas diversas, uma realidade ou história pode ser contada. O interessante é que essa forma de linguagem tem a possibilidade de atingir jovens, crianças, adultos e idosos de uma realidade outra, muitas vezes periféricos e que não possuem contato direto com informações e conteúdos que o artista ou grafiteiro levou até determinado muro.

Para contextualizar, Ferrés e Piscitelli (2015) afirmam que o conceito de competências midiáticas nasceu com uma associação direta ao mundo dos trabalhos e negócios, mas que, com o tempo, passou a ser um conceito incorporado ao mundo acadêmico e usado nas reformas educativas. Cabe ressaltar que a competência pode ser entendida como “[...] uma combinação de conhecimentos, habilidades e atitudes consideradas necessárias para um contexto determinado.” (FERRÉS; PISCITELLI, 2015, p. 3).

Ao consultar Scolari (2018), tem-se algumas contribuições importantes ao conceito de competência midiática. O autor, assim como Ferrés e Piscitelli (2015), afirma que o campo das mídias passou por uma modificação com um novo ambiente e detalha que o antigo, com as “velhas mídias”, composto pelo rádio, cinema, televisão e livros, acaba por competir com as novas mídias, formado por *YouTube*, *Twitter*, *Facebook*, dispositivos móveis. Scolari (2013 apud SCOLARI, 2018) afirma que essas mídias devem competir entre si e se adaptar para sobreviver.

Ferrés e Piscitelli (2015) explicam que, conforme Jenkins (2009), as *new media literacies* deveriam incluir também as tradicionais, o que elucida a coexistência no ambiente tecnológico novo, há o velho e o novo, o tradicional e o tecnológico. Assim, observa-se que o poder midiático alcançou níveis que nunca haviam sido observados. Com isso, os autores explicam a necessidade da competência midiática nesse novo contexto. “A competência midiática confronta, portanto, essa complexidade, combinando o potencial oferecido pela cultura participativa com o desenvolvimento da capacidade crítica.” (FERRÉS; PISCITELLI, 2015, p. 5).

Ferrés e Piscitelli (2015) certificam que a educação midiática se destina a todos. Para isso, os autores acentuam a importância de os cidadãos desenvolverem a sua competência midiática, por meio de uma interação com as mensagens produzidas pelos demais. Além disso, é necessário que eles também possam produzir e divulgar suas próprias mensagens, a fim de construir um olhar crítico. Os autores estabelecem que, para essa construção crítica, deve haver uma educação lúdica, participativa, autonomia pessoal e emocional dos indivíduos que estão lidando com esse aprendizado.

Os autores explicam que as competências midiáticas envolvem o entendimento de conhecimentos, habilidades e atitudes definidas em seis indicadores, que são: linguagem, tecnologia, processo de interação, processos de produção e difusão, ideologia e valores e estética. Cada um deles são contemplados em dois âmbitos, o de análise e de expressão, contribuindo para o entendimento de conteúdo midiático e de produção de mensagens.

Scolari (2018) exalta que o antigo telespectador passa a ser um usuário ativo, que produz conteúdo, que busca informações em diferentes plataformas e migra de uma mídia a outra. O autor considera que muitos desses novos usuários são *prosumers*, aqueles que criam e compartilham conteúdos gerados pelo usuário (SCOLARI, 2018, p. 8).

É nesse contexto da competência midiática que podemos extrapolar as reflexões para o mundo do graffiti, sob uma perspectiva feminista e como uma linguagem crítica e de luta.

3 O olhar estético e feminino: o graffiti como linguagem crítica e de luta

Em relação ao significado de experiências, conforme Benjamin (1994), atribui-se que podem ser histórias contadas aos mais jovens em forma de provérbios e palavras sábias. O autor questiona se ainda existem pessoas que saibam contar histórias. As experiências que acontecem na cidade relacionadas ao graffiti feminino são únicas, pontuais e, com inspiração em Benjamin (1994), pode-se dizer que é possível entendê-la quando se escuta sobre ela ou quando se vive essa experiência. As imagens, sons, vídeos, registros dos momentos desses eventos de graffiti femininos também contribuem para compreender os momentos de se estar na cidade com outras mulheres, grafitando, trocando ideias e, de alguma forma, adquirindo conhecimento.

O graffiti está no céu da cultura urbana. Benjamin (1994) ao abordar a cultura, percebe a sua força para manter aquilo que se tem vivo. Quando se trata da cultura do graffiti e das relações de gênero, verifica-se, ainda, um espaço menor ocupado pelas mulheres. No entanto, sabe-se que uma cultura machista não muda de repente, mas é modificada com pequenas revoluções. “Em seus edifícios, quadros e narrativas a humanidade se prepara, se necessário, para sobreviver à cultura. E o que é mais importante: ela o faz rindo” (BENJAMIN, 1994, p. 119).

Guimarães e Leal (2008), ao refletirem sobre a experiência estética, citam pelo ponto de vista do pragmatismo de John Dewey (1980), o seu olhar em relação a arte como experiência. Nisso, Dewey (1980) afirma que a experiência é um resultado da interação do indivíduo com o mundo em que ele vive, relacionando diretamente a experiência com o ambiente em que ele está inserido. Com isso, os autores atentam para o fato de que estar nesse ambiente liga-se diretamente a identidade daquele ser, mantendo interconectado com aquele lugar.

Em outras palavras: a “experiência” exige a mobilização sensorial e fisiológica do corpo humano; ela é uma atividade prática, intelectual e emocional; é um ato de percepção e, portanto, envolve interpretação, repertório, padrões; existe sempre em função de um “objeto”, cuja materialidade, condições de aparição e de

circunscrição histórica e social não são indiferentes. (GUIMARÃES; LEAL, 2008, p. 06).

Dewey (1980 apud GUIMARÃES; LEAL, 2008), ao explicar sobre experiência, pontua a diferença entre “ter experiência” e “ter uma experiência”, em que a primeira seria ter essa experiência de forma frouxa e discursiva que não a considera uma experiência. Com a adição de “uma”, o autor afirma que o que as distingue é a unidade que ela possui. Ter experiência significa, para Dewey (1980), que ela é rotineira, repetitiva e submissa a práticas e procedimentos intelectuais, sendo dispersa e fragmentada. “Por outro lado, essa interação pode integrar as várias capacidades humanas, pode mobilizá-las livremente de modo que seu resultado seja uma experiência integral, forte, de rara intensidade” (GUIMARÃES; LEAL, 2008, p. 6).

Os eventos femininos no graffiti se encaixam como a exemplificação dada pelo autor de “uma experiência”. Isso por que são projetos, trocas, conhecimentos que ocorrem em poucas oportunidades, em momentos de grande mobilização para se estar ali presente, na maioria das vezes, e pela característica de ser um evento único, não se sabe quando ocorrerá novamente, diferente aos eventos nacionais de graffiti, a maior parte mistos, que tendem a acontecer uma vez por ano. É importante lembrar que a condição de vida de muitas mulheres grafiteiras é marcada por serem mães, terem baixa renda, cuidarem de suas casas, terem uma rotina multitarefada, dificuldades das mais diversas que ao participarem de atividades outras, como o graffiti, há uma logística de quem fará aquilo que ela faz para ela conseguir organizar eventos, ir aos encontros e estar presente no movimento.

A subalternidade feminina também é discutida por Spivak (2014), que busca entender a condição de subalternidade na vida social e traz a ideia de que não existe uma única forma de se contar a história e que ela vai além do olhar e versão dada pelos vencedores. Há sempre o outro lado da história. Para a autora, esse outro lado pode fazer parte daquilo que ela intitula de violência epistêmica, já que há outras trajetórias existentes. Assim, o surgimento do que a autora considera sujeito subalterno significa aqueles sujeitos que não são ouvidos e não possuem espaço de fala. “Ao buscar aprender a falar ao (em vez de ouvir ou falar em nome do) sujeito historicamente emudecido da mulher subalterna, o intelectual pós-colonial sistematicamente ‘desaprende’ o privilégio feminino” (SPIVAK, 2014, p. 114).

Hooks (2019) contextualiza as questões relacionadas às políticas e história feminista, trazendo como o movimento começou, o percurso histórico pelo qual o feminismo e o olhar às mulheres negras, periféricas, de classe trabalhadora teve seu crescimento e fortalecimento. A autora pontua que movimentos feministas criaram um contexto para as mulheres se conectarem, sendo uma união entre as mulheres para proteger seus próprios interesses.

Pensando sobre a experiência estética na cidade, Beiguelman (2021) explica que a cidade, apesar das novas tecnologias móveis, é um espaço que observa e também pode ser contemplado. A autora define que, “contudo, hoje, a cidade não é apenas o horizonte do olhar. É o lugar que nos olha. Compreendida como um espaço de intersecção entre territórios informacionais e físicos, ela se transforma na interface privilegiada das novas tecnologias de imagem” (BEIGUELMAN, 2021, p. 84). Ou seja, ações políticas e críticas que ocorrem na cidade estão em um espaço que afeta e é afetado, o que ocorre ali pode ser facilmente visto, registrado e colocado na rede.

A autora, ao mencionar as tecnologias mistas e o uso frequente do celular, lembra que a existência do ciberespaço, das realidades aumentadas são constantes e cada vez mais presentes na cidade. “Elas confirmam uma antiga hipótese aristotélica: o homem é um ser político. Seu lugar é a pólis. A cidade, a rua. Não o escritório. Mas essa cidade é cada vez mais um complexo de redes e ruas” (BEIGUELMAN, 2021, p. 85).

Com isso, é importante relembrar o poder que as imagens têm na cidade e de como a visibilidade urbana comunica e vai além de uma pintura em um muro, de uma manifestação, do design urbano. É comunicação, manifesto, crítica, política. Campos (2010) explica que há muito aprendizado ao explorar a cidade pelo olhar, por atribuir sentido ao mundo material e pelas imagens serem um importante veículo da comunicação humana (CAMPOS, 2010, p. 14).

Essas imagens podem ser carregadas por características originadas do design. Conforme Costa Júnior (2019), a definição do que a imagem pode ser está muito relacionada a quem a produziu. “Uma mesma imagem pode ser percebida como grafite, arte ou design. O que determinará sua aplicação é o objetivo de quem a produziu, seja o grafiteiro, um artista ou um designer, assim como a estrutura social que a receberá e a interpretará” (COSTA JÚNIOR, 2019, p. 31).

Sobre a presença do ciberespaço na cidade e a manifestação por meio de projetos que usam o aparato tecnológico da projeção, Beiguelman (2021, p. 92) comenta que “é difícil localizar quando começa esse tipo de ativismo, que combina a projeção em grande escala, no espaço urbano, com ação política”. Sobre esse tipo de intervenção, como exemplo o trabalho feito pelo projeto *Projetemos*⁴ em parceria com o *Graffiti Queens Festival*, que durante a pandemia do ano de 2020 realizaram, em conjunto, um festival de graffiti por meio de projeção. O que facilita o uso de projeções é que pode ocorrer em diversas cidades, mas apenas o registro das projeções que podia ser mostrado, como fotos e vídeos de graffitis projetados em diferentes cidades no Brasil.

Beiguelman (2021), para exemplificar as questões políticas em intervenções críticas, usa como exemplo o *Homeless Projection*, projeto realizado por Wodiczko (1980), que abordou a situação dos desabrigados em que para isso projetou nos monumentos da Union Square, em Nova York. “No entanto, para além das questões estéticas e políticas, características de sua obra, ela também é referencial para pensar a história da apropriação da cidade, por meio de imagens que reinventam o patrimônio e os edifícios como arena compartilhada” (BEIGUELMAN, 2021, p. 93). A autora reflete ainda que os monumentos e a arquitetura se tornam lugares de disputa ao serem ocupados de forma temporária para uma maneira de expressar a cidadania.

Nesse contexto, outro exemplo utilizado pela autora foi a ação feita pelo coletivo Re+Public, que, em 2011, realizou intervenções urbanas com realidade aumentada. Uma delas foi a restauração de um graffiti de Keith Haring, no Soho, de 1982, trazendo de volta intervenções que foram apagadas durante um processo de gentrificação daquele bairro (BEIGUELMAN, 2021, p. 94).

Sobre a forma como se realiza intervenções, a autora interpreta como sendo uma característica de organizações coletivas e participativas, principalmente as iniciativas do Sul Global, que utilizam plataformas digitais e aplicativos para reunir pessoas e ideias a fim de realizar alguma manifestação ou intervenção.

Não se trata de 'hackear' pura e simplesmente um sistema, mas acoplar-se para criar plataformas comuns, algo que é marcante no pensamento urbanístico contemporâneo especialmente nas iniciativas do Sul Global. Em síntese, estamos falando aqui da migração da apologia do individualismo DIY (Do it yourself, Faça você mesmo) para o coletivismo do DIWO (Do it with the others, Faça com

⁴ *Projetemos*. Disponível em: <https://www.instagram.com/projetemos/>. Acesso em: 23 de janeiro de 2022.

os outros), buscando soluções pontuais que mobilizem outras estratégias de cidadania, a partir de propostas que vão ao trânsito à moradia. (BEIGUELMAN, 2021, p. 95)

Beiguelman (2021) afirma que o uso do espaço urbano está relacionado ao uso comum e à necessidade do momento, não necessariamente com um planejamento regrado do espaço coletivo. Esse olhar e percepção ao colaborativo trazido pela autora, implica: “migrar da ideia de uma cidadania digital - que se esgota no uso de aplicativos - para as práticas de uma cidadania em rede, pautada por ações colaborativas entre diversas partes.” (BEIGUELMAN, 2021, p. 96). Com isso, é importante pontuar que iniciativas femininas que usam essa força do coletivo em prol da união e conhecimento. A exemplo desse caso, o *Graffiti Queens Festival*⁵, evento realizado em 2019, em São Miguel Paulista, São Paulo, reuniu mulheres grafiteiras de todo o Brasil para um evento de graffiti. As chamadas para o evento, a inscrição, seleção de grafiteiras e a organização foram realizadas de forma on-line. Nessa edição, teve a presença de cerca de cem grafiteiras, de diferentes estados brasileiros, além de outras participantes que vieram de outros países da América Latina.

Assim, ao refletir acerca desse espaço feminino na cidade, muitas vezes marcado por opressões, violências e silenciamentos, percebe-se questões próprias da cultura social. Conforme Magro (2003), em um estudo acerca das culturas juvenis contemporâneas com foco no Hip Hop, a autora explica que há uma constante invisibilidade das mulheres nos trabalhos sobre culturas juvenis, o que aparentemente evidencia de que as mulheres “[...] não possuem um papel ativo e crucial na produção dessas culturas. No entanto, a questão aqui levantada é se, de fato, essa perspectiva corresponde às experiências vividas pelos adolescentes no processo de construção das culturas juvenis.” (MAGRO, 2003, p. 49).

McRobbie e Garber (1982 apud MAGRO, 2003), em estudos sobre a participação feminina em culturas juvenis, têm-se que se a dimensão feminina estiver incluída nas análises dessas culturas juvenis, a visibilidade feminina nesses espaços e em outros será alcançada e melhor abordada. Além disso, Magro (2003) pontua que

elas apontam para alguns fatores críticos que nos podem auxiliar no entendimento dessa invisibilidade das mulheres: primeiro, os trabalhos sobre culturas juvenis, na maioria, são realizados por pesquisadores homens, e provavelmente isso tem implicações nos interesses, metodologia e análises dos resultados desses estudos; segundo, os relatos da mídia sobre as manifestações culturais juvenis enfocam quase que apenas os seus aspectos violentos ou a associação (às vezes intencionalmente forjada) entre violência e as culturas juvenis, decorrentes de atividades de que as mulheres são geralmente excluídas. Esses relatos tornam mais visíveis os homens e os valores masculinos dessas culturas e, dessa forma, reforçam a ideia de que as culturas juvenis são predominantemente masculinas. (MAGRO, 2003, p. 49).

Silva (2008), em um estudo sobre as grafiteiras de Porto Alegre, também atribui que a subordinação e opressão sofrida por mulheres é fruto de uma construção social na vida cotidiana delas. “Esse processo de subordinação e opressão dessas jovens se deve a uma construção social presente em diversas instâncias da vida cotidiana, ou seja, nas suas práticas

⁵ Vídeo *Graffiti Queens Festival* 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uQrvvD8PkY>. Acesso em: 17 de janeiro de 2022.

políticas, sociais, econômicas, culturais e inclusive nos novos movimentos sociais, como na expressão artístico – visual do hip hop, o grafite”. (SILVA, 2008, p. 39)

Ao deparar questões como essas, presentes no movimento Hip Hop, focando no graffiti, percebe-se que, com base nessa experiência de vida, de luta social e política, as mulheres confrontam o espaço com projetos que podem ir além das expectativas criadas até por elas. Questiona-se como se pode produzir eventos, projetos e até murais feitos por mulheres que esse olhar crítico seja elucidado. Eles podem trazer um embate cultural muito forte por proporcionarem uma vivência e autoestima feminina que socialmente não é estimulada a existir.

4 Iniciativas: projetos, eventos e *crew*

Ao se buscar projetos femininos que envolvem o graffiti, entre grupos que promovem eventos e executam projetos, foram encontrados 11 exemplos que se encaixam nessa perspectiva: são eventos ou projetos brasileiros, feitos por mulheres, organizados por grafiteiras, artistas ou designers. Para cada projeto, há sua página oficial, em que a maior parte delas são no *Instagram*. Para uma categorização, inicialmente, houve uma pesquisa a fim de descobrir iniciativas de mulheres que reunidas estimulam outras mulheres a terem mais conhecimento do movimento do graffiti. Ao se perceber uma similaridade entre os perfis, chegou-se a três categorias: evento, projeto e *crew* ou coletivo.

Em evento, estão grupos que fazem eventos e possuem uma página no *Instagram* para divulgá-lo. Esses, na maioria das vezes, reúnem grafiteiras de sua localização ou região para realizar alguma ação em determinado lugar na cidade, podendo ser em uma escola, ponto turístico da cidade, a pintura de um muro em um bairro específico e ter uma temática pré-definida ou não. Tendem a ser eventos locais com propulsão regional e nacional, em que convidam grafiteiras de outros estados ou daquela região para participarem. Estes eventos acontecem de forma pontual, muitas vezes em versões anuais. São eles: Gq Festival⁶, Yapai Waina⁷ e Mais Que Rosa⁸.

Já a categoria projeto destina-se aos que realizam algum tipo de ação no próprio *Instagram* ou que culmina em eventos, oficinas, *lives*, pesquisa e possuem atividade permanente no ano, sem ser pontual como na categoria eventos. Esses perfis possuem, na maioria dos casos, o objetivo de unir mulheres grafiteiras, mostrar o conteúdo feito por elas nas redes sociais com a publicação de artes, performances e realização de alguma mobilização a fim de dar visibilidade a essas mulheres artistas e/ou designers. Assim, esses projetos podem ser realizados por algum grupo de mulheres específico ou apenas pela união de grafiteiras amigas, não necessariamente uma *crew*. São eles: *Graffiti Queens*⁹, Rede Todas¹⁰, Urbana 61¹¹, Projeto Grafitar¹² e Rede Nami¹³.

⁶ Gq Festival. Disponível em: <https://www.instagram.com/gqfestival/> Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

⁷ Yapai Waina. Disponível em: <https://www.instagram.com/yapaiwainafestival/> Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

⁸ Mais que Rosa. Disponível em: <https://www.instagram.com/maisquerosa/> Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

⁹ *Graffiti Queens*. Disponível em: <https://www.instagram.com/graffitiqueens/> Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

¹⁰ Rede Todas. Disponível em: https://www.instagram.com/graffitodas_br/ Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

A terceira categoria é contemplada pelas *crews* ou coletivos, que são mulheres grafiteiras que se unem para realizar eventos em sua região e fazem algum tipo de evento ou iniciativa em que os próprios perfis dos grupos são usados para divulgar essas atividades. Na maioria das vezes são eventos destinados a público local e regional, podendo também ocorrer o mesmo da primeira categoria, convites para mulheres de outros estados também participarem. Além disso, no universo do graffiti, denomina-se *crew* um grupo de grafiteiros que grafitam juntos sob a mesma ideia do que significa graffiti. Nesta categoria há: Nunca Fui Barbie Crew¹⁴, Delas (Minas de Minas Crew¹⁵) e Mulheres Urbanas¹⁶.

Com isso, discute-se que, apesar de haver dados e pesquisas anteriores, como a realizada por Magro (2003), que revelam a necessidade de uma maior visibilidade feminina em projetos e iniciativas feitas, percebe-se que ao longo dos anos o movimento de mulheres tem tido uma força crescente. O conceito de empoderamento, tratado por Berth (2019), como sendo “pensar em caminhos de reconstrução das bases sociopolíticas, rompendo concomitantemente com o que está posto, entendendo ser esta a formação de todas as vertentes opressoras que temos visto ao longo da História” (BERTH, 2019, p. 23), pode muito bem ser aplicado a esses grupos.

Conforme Sandemberg (2006), pelo olhar feminista, o empoderamento das mulheres é um processo de conquista de autonomia e autodeterminação. “O empoderamento das mulheres implica, para nós, na libertação das mulheres das amarras da opressão de gênero, da opressão patriarcal” (SANDEMBERG, 2006, p. 2). Batliwala (1994 apud SANDEMBERG, 2006) reafirma essa força de transformação que o empoderamento pode construir e realizar na vida de mulheres, por isso a importância da união de mulheres, em prol de juntas transformarem uma realidade. “Portanto, o empoderamento é um processo dirigido para a transformação da natureza e direção das forças sistêmicas que marginalizam as mulheres e outros setores excluídos em determinados contextos” (BATLIWALA, 1994, p. 130 apud SANDEMBERG, 2006, p. 6).

Além disso, em uma revisão bibliográfica sobre o termo, as autoras Saldanha e Gonçalves (2016) refletem que dentro do debate de gênero, a temática do empoderamento se relaciona como um desafio às relações de poder e é uma busca pela obtenção de maior controle sobre essas fontes. “Ao considerar a existência de relações desiguais de gênero, o empoderamento feminino pode ser definido, em termos bastante amplos, como um processo de superação da desigualdade de gênero (Batliwala, 1997; León, 1997).” (SALDANHA; GONÇALVES, 2016).

Com isso, percebe-se que a união de mulheres no graffiti, a fim de dar visibilidade ao que fazem, é necessário principalmente pela produção com o olhar crítico de quem está dentro do

¹¹ Urbana 61. Disponível em: <https://www.instagram.com/urbana61/>. Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

¹² Projeto Grafitar. Disponível em: <https://www.instagram.com/projetografitar/>. Acesso em: 18 de janeiro de 2022

¹³ Rede Nami. Disponível em: <https://www.redenami.com/quem-somos> Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

¹⁴ Nunca Fui Barbie Crew. Disponível em: https://www.instagram.com/nunca_fui_barbie/ Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

¹⁵ Delas - Minas de Minas Crew. Disponível em: <https://www.instagram.com/minasdeminascrew/> Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

¹⁶ Mulheres Urbanas. Disponível em: <https://www.instagram.com/mulheresurbanasartes/> Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

movimento, produzindo e vivendo aquela realidade. No graffiti, os eventos e projetos tendem a ser realizados por homens, o que não é uma regra visto que o movimento feminino tem crescido e se fortalecido. As mulheres também têm se tornado referências importantes dentro do movimento como um todo.

5 Considerações finais

O graffiti continua sendo uma linguagem que comunica de forma lúdica e apropriada ao público, podendo ser entendida, interpretada de formas diversas, em qualquer lugar. Assim, quem os faz, grafiteiros e grafiteiras têm a possibilidade de comunicarem por meio dessa linguagem, tanto vinculada ao mundo das artes, quanto do design e da comunicação. A arte, por si só, alcança fronteiras interpessoais que possibilitam que a mensagem a ser transmitida pelo grafiteiro, artista e/ou designer, possa ser ouvida, vista, compreendida, aprendida, tornando-se assim além de um embelezamento do local a ser grafitado, uma mensagem a ser veiculada.

Com isso, é de suma importância que os movimentos do universo do graffiti se apropriem dessa linguagem com o intuito de visibilizar temáticas e grupos que muitas vezes não são vistos, mas que possuem uma produção concreta e socialmente relevante. Assim, retoma-se a importância de os cidadãos desenvolverem suas competências midiáticas, produzirem e divulgarem suas próprias mensagens.

Constata-se que, além das mensagens e rastros deixados nos muros, as redes sociais, principalmente o *Instagram*, têm sido uma ferramenta importante para as grafiteiras postarem seus trabalhos e promover trocas de informações, experiências e comentários, gerando a possibilidade de troca de contato. Além disso, essa rede também possibilita uma quebra de fronteira local, regional e nacional, possibilitando, pelo uso de *hashtags*, marcação de outros perfis e outros artifícios presentes na rede conhecer artistas de diferentes lugares, sendo eles brasileiros ou não.

Cabe também ressaltar que a experiência artística dessas grafiteiras se constrói a partir de suas vivências na cidade, com outras mulheres, em eventos, em trocas. A partir das categorias elencadas neste artigo, de evento, projeto e coletivo ou *crew*, observa-se que pensar sobre projetos do universo do graffiti está ligado também a unir-se a outras mulheres durante os processos, já que a maior parte dessas iniciativas são feitas de forma coletiva.

Sendo assim, por meio dessa troca frequente, com a força uma da outra, a busca por visibilidade e o graffiti contribui como algo em comum entre essas mulheres. A partir dele há a possibilidade de comunicar temas importantes para elas, como letra de graffiti¹⁷, questões relacionadas ao corpo feminino¹⁸, demarcação do território indígena¹⁹, personalidades femininas²⁰ e a participação ativa em locais específicos da cidade²¹.

¹⁷Festival Yapai Waina, graffiti Tyna. Maio 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CPI1uADjvo0/>. Acesso em: 19 de janeiro de 2022.

¹⁸Mais que Rosa, graffiti de Gabriela Queiroz e Érica Nógui, Março 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CMDf1hdFudG/>. Acesso em: 19 de janeiro de 2022.

¹⁹Festival Yapai Waina, graffiti de Kina. Maio 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CPQIQZrDsXi/>. Acesso em: 19 de janeiro de 2022.

²⁰Mural Léia Gonzalez, Encontro Delas, Junho 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CQuQ5nGAU0D/>. Acesso em: 19 de janeiro de 2022.

²¹Intervenção em graffiti em homenagem ao dia da favela, coletivo Mulheres Urbanas, novembro 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CWBp5rCLst5/>. Acesso em: 19 de janeiro de 2022.

Conclui-se que a literacia midiática é um tema de importante debate social e que a mídia pode apropriar-se do conceito a fim de explorar ainda mais uma visão crítica e social ao que se vê e consome não apenas em mídias tradicionais, mas também em alternativas presentes nos muros das cidades. Assim, a literacia midiática é mais um tema que se soma aos demais e que contribui para as abordagens do campo do Design socialmente engajado, sobretudo quando se trata de discussões sobre o design urbano, a arte pública, o design gráfico e a comunicação visual nas cidades.

6 Referências:

BERTH, Joice. **Empoderamento**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.

BEIGUELMAN, Gisele. Dadosfera. In: BEIGUELMAN, Gisele. **Políticas da imagem: vigilância e resistência na dadosfera**. São Paulo: Ubu Editora, 2021.

BENJAMIN, Walter. Experiência e pobreza. In: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

COSTA JÚNIOR, Hely. A transgressão cooptada: justaposições entre grafite, arte e design. **Trama: Indústria Criativa em Revista**, vol. 7, ano 4, p. 12-36 ago./dez., 2018. Disponível em: <http://periodicos.estacio.br/index.php/trama/article/view/6458/d1>. Acesso em: 18 de abril de 2022.

FERRÉS, J; PISCITELLI, A. Competência midiática. Dimensões e indicadores. **Lumina**, v.9 n.1, 2015. <http://ojs2.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/21183>. Acesso em: 18 de abril de 2022.

GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno. Experiência estética e experiência mediada. **Intexto**, v. 2, n. 19, p. 1-14, 2008.

HOOKS, Bell. **O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2019.

MARINHO, Paloma Abelin Saldanha; GONÇALVES, Hebe Signorini. Práticas de empoderamento feminino na América Latina. **Revista de Estudios Sociales**, v. 56, n 2, p. 80-90, jan./ abr. 2016.

MARTINS, Vivian Suarez; CAMPOS, Gisela Belluzzo de. Design gráfico e arte urbana como ferramentas para o desenvolvimento social. **Interações**, Campo Grande, MS, v. 17, n. 4, p. 635-643, out./dez. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/inter/a/sgytvHXdf5GkhfznXb3TchK/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 18 de abril de 2022.

SILVA, Vivian. **As escritoras de grafite de Porto Alegre: um estudo sobre as possibilidades de formação de identidade através dessa arte**. 2008. 113 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS, 2008. Disponível em: http://guaiaca.ufpel.edu.br/bitstream/123456789/1566/1/Vivian_Silva_Dissertacao.pdf

SANDENBERG, Cecília M. B. **Conceituando “empoderamento” na perspectiva feminista**. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/6848/1/Conceituando%20Empoderamento%20na%20Perspectiva%20Feminista.pdf>. Acesso em: 20 de janeiro de 2022. [transcrição revisada da comunicação oral apresentada ao I Seminário Internacional: Trilhas do Empoderamento de Mulheres – Projeto TEMPO’, promovido pelo NEIM/UFBA, em Salvador, Bahia, de 5-10 de junho de 2006.].

SPIVAK, Gayatri Chakravorty. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.



14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design
ESDI Escola Superior de Desenho Industrial
ESPM Escola Superior de Propaganda e Marketing

SCOLARI, C. (org). **Teens, media and collaborative cultures.** Exploiting teens' transmedia skills in the - classroom, 2018. Disponível em: http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_Teens_en.pdf. Acesso em: 18 de abril de 2022.