

As mulheres que pintam na cidade:

Representações de género na arte urbana

ÁGATA DOURADO SEQUEIRA*

Resumo. Pretende-se neste artigo dar conta da presença feminina em meios criativos muito masculinizados, como o *graffiti* e a *street art*, bem como das estratégias a que recorrem para maior reconhecimento, visibilidade e também (re) construção identitária. Desde o recurso a marcas de identidade de género à criação de comunidades virtuais de mulheres artistas, são várias as estratégias a que estas artistas recorrem na forma como se posicionam em relação ao seu trabalho, para construírem um percurso pessoal que reconfigura referentes subculturais e novas possibilidades de carreira que se abrem com os recentes processos de legitimação da arte urbana.

Palavras-chave: representações de género, performatividade, *graffiti*, *street art*, mulheres artistas.

Women who paint in the city: Gender perceptions in urban art. *The aim of this article is to approach the feminine presence in what are very masculine creative realms, such as graffiti and street art, as well as the strategies these women use for*

* Universidade NOVA de Lisboa, FCSH – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, CICS.NOVA – Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais, 1069-061 Lisboa, Portugal, agatasequeira@fcs.unl.pt

recognition, visibility, and also to reconfigure their identity. From the use of gendered marks in their work, to the creation of virtual communities of women artists, several are the strategies that these artists use in the way they position themselves in relation to their work, to construct a personal path that reconfigures subcultural referents with the new career possibilities that are being opened with the recent processes of legitimization of urban art.

Keywords: *gender representations, performativity, graffiti, street art, women artists.*



INTRODUÇÃO

O *graffiti*, com origem na cultura *hip-hop* norte-americana, é um meio que tem suscitado amplo interesse acadêmico ao longo dos últimos anos. Prática de gênese ilegal, de contornos subculturais muito específicos, em que a ideia de desafio físico se alia à importância de espalhar ao máximo o «nome» de quem cria pela cidade, tende a ser conotada com vandalismo e um certo carácter subterrâneo. Há ainda, surpreendentemente, poucas abordagens que se debruçam sobre os seus traços altamente masculinizados e que têm como consequência observável as praticantes do género feminino serem ainda uma minoria.

Exceções neste campo académico são trabalhos como os de Nancy Macdonald (2001, 2017) ou de Jessica Pabón (2013, 2017), nos quais é destacada, respetivamente, a medida em que o *graffiti* constitui um meio onde identidades masculinas são construídas e validadas, bem como as estratégias de visibilidade e aceitação a que a minoria feminina que o pratica recorre.

Por outro lado, a *street art*, expressão artística de rua cuja gênese se traça em simultâneo a partir do *graffiti hip-hop* e dos escritos murais e políticos de tradição europeia da segunda metade do século XX (Campos, 2010; Sequeira, 2016), tem-se vindo a tornar cada vez mais presente e visível nos grandes centros urbanos. A *street art* é um meio distinto do *graffiti*, sendo

caracterizado por uma maior amplitude ao nível plástico e temático, ainda que partilhe traços em comum com o *graffiti*, nomeadamente em linguagens estéticas e técnicas. A sua liberdade em relação a códigos subculturais – já que não se trata de um meio que assuma fortes contornos de subcultura, como sucede com o *graffiti* – permite que haja mais raparigas a praticar *street art*, ainda que a sua proporção em relação a pares masculinos seja minoritária.

Porém, as biografias de quem pratica *graffiti* e *street art* muitas vezes se cruzam, sendo também comum a partilha de códigos, perceções e estratégias de visibilidade em ambas as práticas.

Assim, são objetivos deste artigo abordar essas estratégias, nomeadamente no que se refere à forma como as mulheres praticantes de arte urbana (*graffiti*, *street art* e também as suas derivações de contornos legais) marcam a sua presença, afirmam a sua visibilidade e criam espaço para o seu trabalho, ao passo que diminuem a desigualdade de género em meios onde persistem traços altamente masculinizados.

Para tal, a primeira secção consiste num enquadramento teórico em que questões como o estado da arte relativamente à presença feminina nestes meios e as perceções do público de *graffiti* e *street art* em relação ao género dos seus artistas e criadores serão abordadas. Na segunda secção, são as estratégias das mulheres que criam arte urbana o enfoque, desde o recurso (ou recusa) a marcas de identidade de género no seu trabalho ou à criação e manutenção de comunidades virtuais onde estas mulheres podem combater o isolamento que sentem. De seguida, serão dados exemplos concretos de mulheres artistas nestas áreas e das estratégias que desenvolveram para construírem os seus percursos pessoais de carreira. Essa reflexão resulta de uma recolha de dados de diferentes fontes, desde uma pesquisa bibliográfica por revistas especializadas nestas expressões visuais, físicas e *online*, a monografias de artistas ou ainda entrevistas realizadas pela autora.

Termina-se este texto com uma reflexão sobre a forma como os recentes processos de legitimação e institucionalização da arte urbana (Campos e Sequeira, no prelo), com a penetração no mundo da arte contemporânea e seus mercados, pode em si constituir uma rutura com as estruturas desse mundo, incluindo as de desigualdade de género, na medida em que constitui uma alternativa: de formas de fazer, de percursos de quem faz e sobretudo dos seus perfis.

1. DO GRAFFITI À STREET ART: PERFORMATIVIDADE E REPRESENTAÇÕES DE GÉNERO

O *graffiti*, enquanto meio subcultural, encerra em si um conjunto de práticas e de códigos que têm significados muito específicos – e também à margem da cultura urbana considerada em termos mais abrangentes. Esses códigos e práticas são conhecidos e reconfigurados pelos seus praticantes, os *writers*, bem como os «iniciados» no meio, sendo por vezes de difícil lisibilidade para quem não os conhece.

A constatação de que o *graffiti* é um meio subcultural essencialmente masculino é comum na literatura científica sobre o assunto, em diversos contextos urbanos. De facto, é possível afirmar, como Jessica Pabón (2017) o fez, que a própria história do *graffiti* foi escrita sob um ponto de vista masculino, sendo relegado para as mulheres que o praticaram e que se notabilizaram por isso um papel de «exceção» a essa «regra» masculina.

Nancy Macdonald (2001, 2017), ao abordar o *graffiti* como uma subcultura de formação de masculinidade, inverte a questão sobre porque não há mais raparigas a fazer *graffiti*, debruçando-se antes sobre as razões por que os rapazes escolhem esta prática. E é nas práticas que encontra a resposta, nomeadamente no aspeto da performatividade, ao introduzir a perspetiva do *graffiti* enquanto forma de os jovens poderem não só construir, como validar a sua identidade masculina.

Esta performatividade encontra-se nas proezas físicas que são valorizadas no *graffiti* – como o conseguir pintar num lugar de difícil acesso, muito alto ou perigoso, em carruagens de comboios, etc. –, mas também no aspeto simbólico de rebeldia e de desafio que é associado ao ato de intervir num lugar proibido, sem se ser apanhado pelas autoridades.

1.1. Graffiti no feminino: mulheres *writers*. Se, como Nancy Macdonald considera, o *graffiti* é um meio de construção e confirmação de identidade masculina, quais poderão ser os posicionamentos das raparigas que penetram neste meio (ainda que em muito menor número) e também querem pintar? A estratégia típica das raparigas que entram no meio é, numa primeira instância, mostrar que «não são raparigas», que não possuem esses traços estereotipados do que são as características femininas. Isso inclui

não só a participação nas práticas, mesmo nos seus significados de afirmação, como a rejeição de temas «demasiado femininos». No entanto, e como Macdonald sublinha, enquanto o praticante masculino de *graffiti* o faz para obter respeito, a demanda da praticante feminina acaba sempre por ser pela aceitação num meio masculino:

The female writer cannot really win. She must behave like a male writer, yet, when she does, she is still judged harshly for being a woman. Her gender remains highlighted, subjecting her to different treatment and presenting her with different objectives. While the male writer works to earn respect, she works to shatter stereotypes and gain a sense of acceptance. (Macdonald, 2001, p. 136)

Em Portugal, Ricardo Campos, no seu estudo sobre o *graffiti* urbano, encontrou uma realidade semelhante. As *writers* femininas eram tidas como casos excecionais, sendo sempre «julgadas de forma diferente, como *outsiders*» (Campos, 2010, p. 195). Portanto, o *graffiti* em Portugal também não parece ser um meio em que a igualdade de género seja uma realidade de facto.

Porém, o *graffiti* não é a única forma de expressão criativa urbana de carácter geneticamente ilegal e espontâneo. Para além desta expressão subcultural, é de notar o aparecimento e crescente visibilidade de um outro tipo de prática criativa urbana, a *street art*.

1.2. Presença feminina na *street art*. De presença crescente nas ruas das cidades, particularmente desde a entrada no século XXI, a *street art* engloba um conjunto de expressões e práticas muito vasto, do ilegal ao comissionado, da rua à galeria, do *sticker* ao grande mural, pelo que vale a pena revisitar esta questão do género em relação a estas novas práticas de arte urbana. Esta é uma prática que não tem contornos subculturais como o *graffiti*, sendo caracterizada por uma muito maior abrangência a nível técnico e expressivo e uma mais ampla intenção comunicativa, que também a define (Sequeira, 2016). Deste modo, não é surpreendente que tenha maior representação feminina do que o *graffiti*, ainda que as mulheres sejam em menor número do que os homens que praticam *street art*.

Malin Fransberg (2018) abordou esta questão, num artigo em que explora as formas segundo as quais as mulheres negoceiam a sua posição face aos seus pares masculinos, enquanto praticantes de *graffiti* e de *street art*. Partindo de uma pesquisa etnográfica no contexto de Helsínquia, a autora ressalva a importância de distinguir entre as duas práticas, já que é significativa a diferença a nível das performatividades de género entre o *graffiti* e a *street art*. A autora considera que são problemáticas as abordagens que assumem que as mulheres que praticam *graffiti* e as que praticam *street art* formam um grupo coeso, já que se trata de duas formas expressivas diferentes e com contornos distintos nas suas práticas, propósitos e mensagens.

A própria Martha Cooper, fotógrafa conhecida por ter seguido e documentado o movimento do *graffiti hip-hop* desde os anos 1970 em Nova Iorque, e que continua a documentar e a seguir de perto a *street art* e do *graffiti* que se têm vindo a fazer a nível internacional, nota que há de facto um acréscimo (ainda que, considera, ligeiro) na presença de mulheres que fazem *street art*, em relação a esse panorama nos primórdios do *graffiti* norte-americano: «There's definitely more women now. Before, women might have made up one 10th of a per cent, and now maybe it's one per cent. Street art is very democratic in that anybody can do it, and quite a few women that do it are good at it» (Martha Cooper, cit. in Wyatt 2013, para. 3).

As razões para que ainda haja comparativamente poucas mulheres praticantes de *street art* podem prender-se com a possibilidade de as artistas considerarem a entrada no meio como sendo intimidante no início, ideia explorada por Christensen e Thor (2017). Já Nancy Macdonald (2017) propõe uma explicação interessante para que, no entanto, as mulheres sejam proporcionalmente mais na *street art* do que no *graffiti*, e que se interliga com o facto de este se centrar muito na expressão e disseminação do *tag*, do «nome» de quem faz, o que é em si uma forma de performatividade de uma ideia de masculinidade. Já na *street art*, a ênfase está na arte em si e na mensagem que o artista pretende transmitir. Ainda que a ideia de desafio físico na sua prática possa subsistir (não sendo no entanto tão valorizada como no *graffiti*), o «nome» já não tem o posicionamento central que tem no *graffiti*, o que lhe retira esse carácter de *performance* de masculinidade que o *graffiti* tem. Deste modo, parece existir na *street art* um meio mais acolhedor para as mulheres que a queiram praticar.

1.3. Percepções do público em relação ao género de quem cria arte urbana.

Um aspeto que revela claramente que há estereótipos de género a serem acionados é o que se refere à percepção que quem vê arte urbana tem em relação ao género de quem a faz. Sustenta Jessica Pabón (2017) que esta depende para a assunção de que o artista de *street art* e *graffiti* é, por defeito, masculino. Nesse sentido, Vittorio Parisi (2015) desenvolveu um estudo que incidiu precisamente sobre as percepções de género relativamente ao trabalho de artistas de arte urbana, no qual os participantes eram convidados a identificar o género do artista, baseando-se apenas na visualização das peças. Do conjunto de artistas mostrados aos participantes, havia mulheres *writers*, do *graffiti*, como Lady Pink, Claw e Akit, bem como mulheres *street artists*, tais como Swoon e Kashink.

Parisi (2015) procurou saber se os ideais de hipermasculinização do *graffiti* tradicional se mantêm para o mundo da *street art*, pelo que explorou as possibilidades de correlação entre temas e percepções de género em relação aos artistas. A conclusão a que chegou é de que, precisamente, a percepção de arte urbana (*graffiti* e *street art*) é profundamente afetada por estereótipos e preconceitos de género, já que nos casos em que os trabalhos mostrados aos participantes não exibiam marcas estereotipicamente conotadas com o «feminino», sendo portanto percecionados «neutros» ou «masculinos», a assunção geral era de que quem os teria feito seria um homem.

2. VISIBILIDADE E RECONHECIMENTO: ESTRATÉGIAS DAS ARTISTAS DE ARTE URBANA

Nesta segunda secção pretende-se explorar as estratégias concretas que as mulheres que criam arte urbana usam, tais como recorrer (ou não) a marcas de identidade de género no seu trabalho ou participar em comunidades virtuais, muitas vezes internacionais, nas quais podem combater um certo sentimento de isolamento e também obter reconhecimento pelo seu trabalho. Serão explorados alguns exemplos concretos em relação às práticas das artistas de *graffiti* e de *street art*, que, tendo como pano de fundo os respetivos códigos subculturais, os reconfiguram para (re)construir a sua identidade – de mulheres que praticam arte urbana.

Os dados que constituem esta secção resultam de uma pesquisa de materiais bibliográficos, nomeadamente de entrevistas em revistas especializadas e monografias artísticas de mulheres que fazem arte urbana, bem como entrevistas realizadas pela autora no âmbito de dois projetos que se debruçam sobre o mundo da arte urbana⁽¹⁾.

2.1. Marcas de identidade de género no trabalho das artistas. Uma vez que, como acabámos de ver, não é geralmente assumido que quem cria *street art* e *graffiti* é uma mulher, as artistas e praticantes optam por tornar a sua identidade de género visível ou não através do seu trabalho, o que significa escolher um tipo de imagética tradicionalmente conotada com «o feminino», ou um *tag* que as identifique enquanto tal, ou que seja «neutro» em relação a possíveis conotações com um determinado género. Analisemos, portanto, as diferentes estratégias que as praticantes de arte urbana exploram⁽²⁾.

Jessica Pabón (2017) nota que sinalizar a sua identidade feminina implica, para as artistas, recorrer aos mesmos referentes e estereótipos que são usados para diminuir a sua presença e trabalho no âmbito destas práticas – no que refere como sendo uma «hierarquia estética», em que as artistas que recorrem a uma estética «feminina» são marginalizadas por isso. Tornar o seu trabalho identificável como tendo sido feito por uma mulher, acrescentando-lhe marcas relacionadas com estereótipos visuais femininos, ou dando nomes conotáveis com o universo ‘feminino’ às suas *crews*, transforma-se na escolha de algumas praticantes. E essa escolha é em si política, porque permite às praticantes o acesso a uma subcultura extremamente masculinizada, marcando claramente a sua presença (Bridges, 2013).

Por outro lado, não sinalizar uma autoria feminina através de um nome que o sugira também pode ser uma opção estratégica para as artistas. Kriston Capps (2014) assinou um artigo interessante no site *City Lab*, onde, partindo

1. Nomeadamente, uma tese de doutoramento (Sequeira, 2016) e o projeto “TransUrbArts” – Emergent Urban Arts in Lisbon and São Paulo (IF/01592/2015), financiado pela FCT/MEC.

2. De notar que a cada artista corresponde um conjunto específico de trajetórias e percursos pessoais, em que tantas vezes *street art* e *graffiti* se podem cruzar no mesmo percurso pessoal (Sequeira, 2016), pelo que aqui designamos ‘arte urbana’ como expressão que engloba práticas que vão desde o *graffiti* à *street art*, passando por derivações de ambos em contextos comissionados.

da interrogação sobre o género de Banksy, *street artist* de reconhecimento maior e cujo trabalho é identificável e reconhecido internacionalmente, oferece uma reflexão sobre o que são as noções pré-concebidas de quem é artista de *street art* e de como tende a ser uma imagem masculina a preencher essas noções (Capps, 2014). Não sendo a questão da identidade (ou do género) de Banksy em si interessante, a questão é pertinente na medida em que sugere um conjunto de reflexões muito válidas para esta discussão. Ninguém imagina que Banksy seja uma mulher, pelo que pode ser essa a razão do sucesso da permanência do seu anonimato; Capps (2014) argumenta indicando que a própria *street art* de Banksy tem uma linguagem diferente e específica, na medida em que não se trata de repetir uma mesma mensagem (um poster, um stencil) o máximo de vezes possível, numa tentativa de *branding* de autor nas ruas, que é algo marcadamente masculino e que é o que artistas como Shephard Fairey e Invader começaram por fazer no início das suas carreiras.

Deste modo, as estratégias a que as artistas recorrem no seu trabalho para conseguirem visibilidade e respeito no meio variam entre: utilizar referentes e linguagens estereotipicamente conotados como «femininos», adotar um nome/*tag* que as identifique enquanto mulheres, ou, por outro lado, optar pela neutralidade no *tag* e no tipo de trabalho que desenvolvem. As artistas podem optar por «negociar, manipular, explorar ou rejeitar» as convenções que ditam a forma como as práticas criativas de rua – o *graffiti* e a *street art* – são vistas, sendo que cada uma constrói a sua resposta e a sua presença no meio, consoante o seu percurso e visão pessoal.

2.2. A internet como ferramenta para a visibilidade do trabalho das artistas . Um aspeto que tem vindo a possibilitar a mudança relativamente à questão da presença e visibilidade feminina na arte urbana é sem dúvida o impacto que a internet tem, particularmente na disseminação e partilha do trabalho dos diferentes artistas (Sequeira, 2016). No que se refere ao trabalho das mulheres no *graffiti*, a sua presença *online* assume-se como uma forma de obterem mais visibilidade, possibilitando-lhes um outro modo de se organizarem enquanto comunidade, extravasando fronteiras geográficas e condicionantes das suas realidades urbanas específicas (Macdonald, 2017; Pabón, 2013).

De facto, uma estratégia a que as mulheres artistas de *graffiti* e *street art* recorrem é organizarem-se coletivamente, a partir da internet ou não (Pabón 2013, 2017). No entanto, o papel da internet, nomeadamente das redes sociais e *websites*, no que se refere a este potencial de organização de coletivos de mulheres artistas, é considerável, já que o anonimato e a facilidade de acesso permitem que as artistas se possam identificar com o trabalho umas das outras, criando oportunidades de partilha e também de organização de encontros (Pabón, 2017).

Jessica Pabón abordou esta questão num seu artigo de 2013 sobre uma *crew* feminina de *graffiti*, transnacional, que se organizou a partir da internet, a *Stick Up Girlz* (SUG). Tendo notado a existência de vários *websites* de *graffiti* geridos por mulheres e direcionados para um público feminino, Pabón (2013) considera que o seu recurso à internet e às redes sociais pode ser uma forma de conferir visibilidade a uma atividade predominantemente conotada como masculina. No que se refere a esta *crew* organizada virtualmente (mas cujos membros se encontram e pintam juntas ocasionalmente), a sua diferença de género em relação ao «mundo masculino» do *graffiti* é celebrada e afirmada no seu *website*. As integrantes do coletivo veem-se como uma ‘família’, unindo-as laços de amizade que vão para além da prática de *graffiti*, o que contraria a ideia da *writer* enquanto elemento isolado num «mundo masculino» (Pabón, 2013).

Deste modo, a internet assume-se como um elemento que permite que estas mulheres afirmem a sua prática de *graffiti* contra os estereótipos de género do meio, ao mesmo tempo que lhes permite conectarem-se com outras mulheres que pratiquem *graffiti*, de forma a não se sentirem isoladas. Comunidades virtuais como esta têm para estas mulheres o efeito não apenas de combater estereótipos de género de um meio subcultural extremamente masculinizado, mas também de lhes permitir a elas mesmas performativizar as suas identidades nessa subcultura, afirmando e validando a sua presença, e tornando-a progressivamente mais visível e aceite.

2.3. Estratégias de visibilidade e reconhecimento: exemplos de mulheres artistas de arte urbana. Vejamos agora alguns exemplos dessas estratégias, partindo dos casos específicos de artistas estrangeiras e também de artistas portuguesas.

A título ilustrativo, é pertinente partilhar aqui o testemunho de SWOON, uma *street artist* cujo trabalho tem sido profusamente reconhecido e exibido. Num texto que escreveu em 2014, Swoon transmite-nos a sua experiência de lidar com a questão de género no mundo da *street art*. Numa primeira instância, a negação da questão, a busca pela neutralidade, o ignorar quando pensavam que por detrás do nome *Swoon* estava um homem. Depois, um certo jogo nisso, no prazer de antecipar a surpresa que as pessoas teriam quando descobrissem que era uma mulher. Finalmente, apenas a vontade de deixar o seu trabalho falar, de se superar a si mesma e de que a linguagem da sua arte seja honesta e não seja surpreendente que seja feita por uma mulher (Swoon, 2014).

Também KASHINK, outra *street artist* francesa cujo trabalho é reconhecido internacionalmente, nos indica como se posiciona em relação à questão do género e do seu trabalho enquanto artista, em entrevista para o site *Global Street Art* (2012). A artista faz questão de se destacar do que considera o «estilo feminino» comum, de figuras *cute* e femininas. De facto, Kashink não pinta figuras femininas de todo, o que considera uma forma de tornar mais abrangente o que é «expectável» do trabalho de uma mulher que faz *street art*: «I'm a woman but I don't paint women; I'm not constrained by gender. Most female street artists paint cute, half-naked figures. I think it's time to bring something new as a person and as a woman» (Kashink, em entrevista à *Global Street Art*, 2012, para. 12).

Diametralmente oposta é a perspetiva de Miss VAN em relação aos temas que escolhe para o seu trabalho. Esta *street artist* francesa é conhecida pelas figuras femininas voluptuosas que pinta, e que frequentemente são representadas usando máscaras. Pretende explorar com o seu trabalho «sentimentos, emoções e feminilidade», pelo que as suas *poupées* são o veículo visual que lhe possibilita o que também é uma exploração interior. A artista relata que esse é de facto o seu tema central e exclusivo, a figura feminina, não tendo aliás interesse no desenho da figura masculina (Miss Van, in Dscreet & Greiner, 2013).

Um posicionamento diferente é o de VEXTA, uma reconhecida *street artist* australiana, cujo trabalho incide sobretudo sobre stencils coloridos. Esta artista afirma a necessidade de ser reconhecida pelo seu trabalho, e não por ser uma «mulher artista», considerando que a diferença de género em termos do trabalho dos artistas de *street art* não deveria de todo existir:

«I work hard and I'm stoked that people are interested in what I make and do. When it comes down to it, you're only as good as your last work. I always cringe slightly at being referred to as a "female artist" rather than just an artist» (Vexta, *cit. in* Roland, 2013, p. 123).

Também AIKO, uma writer e *street artist* japonesa fixada em Nova Iorque, desenha figuras femininas (*pin-ups*), no que considera ser um ato de reapropriação do corpo da mulher (Wyatt, 2013). Tal como Vexta, Aiko não quer ser conhecida como uma 'mulher artista de *street art*', posição aliás idêntica à de FAITH47, sul-africana cujo trabalho tem sido reconhecido. Faith47 entende que a questão do género não deve ser algo que distraia do que pretende que seja o enfoque, o seu trabalho, sendo que as suas ações e o facto de pintar são por si só expressivos da vontade de romper barreiras no que ainda é um mundo muito masculinizado (Wyatt, 2013).

No panorama português, várias são as artistas que têm vindo a ganhar reconhecimento e visibilidade na arte urbana, ainda que permaneçam uma minoria em relação aos seus pares masculinos. TAMARA ALVES é sem dúvida uma das *street artists* mais reconhecidas. É, por exemplo, a única artista portuguesa a figurar no site *womenstreetartists.com*, que agrega informação sobre 66 mulheres artistas de *street art* internacionais. Os seus trabalhos exploram temas interiores, psicológicos, e são emocionalmente muito expressivos, sendo recorrentes a figura feminina e as representações de animais. A artista reconhece que há poucas mulheres a trabalhar nesta área; no entanto, tem conseguido ver o seu trabalho valorizado, graças à visibilidade que tem vindo a obter com o seu trabalho de arte urbana comissionada, mas também de ilustração e de tatuagem. Contudo, no início do seu percurso pela arte urbana sentiu essa desigualdade e reconhece que é um meio muito masculino: «Acho que ainda há preconceito, ainda há uma certa desconfiança, cada vez menos, mas ainda não sinto que a mulher esteja num patamar de igualdade. Não sinto isso no meu trabalho, mas senti durante algum tempo a tentar vingar numa área dominada por homens» (Tamara Alves⁽³⁾).

3. Em entrevista para o site Projecto Curadoria, disponível em <http://projetocuradoria.com/tamara-alves/>



Fig. 1
Trabalho de
Tamara Alves.
Foto da autora.

VANESSA TEODORO, artista de arte urbana com formação em design gráfico e publicidade, bem como experiência em ilustração, começou o seu percurso de intervenções nas paredes da cidade através do *graffiti* – experimentação que, afirma, foi possível graças a contactos que tinha de *writers*. No entanto, não se considera parte desse meio, ainda que tenha sido graças a convites para pintar com eles que o seu trabalho ganhou aí visibilidade, e que, devido às suas características, tenha igualmente obtido algum respeito. Por outro lado, também nos temas que são importantes no seu trabalho, Vanessa Teodoro afirma que a figura feminina é importante, bem como a perspectiva feminista, embora afirme não pretender dar contornos claramente políticos aos seus desenhos. Para a artista, o recurso a estes temas é pertinente e central, dada a pouca representatividade que as mulheres têm no mundo da arte urbana.



Fig. 2
Trabalho de
Vanessa Teodoro.
Foto da autora.

MOAMI é uma *street artist* portuguesa que começou a pintar *graffiti*, participando também em vários projetos de muralismo comissionados. Estilisticamente, explora figuras femininas, que se enquadram numa certa imagética *cute*. No entanto, afirma⁽⁴⁾ que não gosta de pintar com outras raparigas, assumindo-se como «maria-rapaz» e considerando que a maior parte das raparigas com quem pintou, no contexto do *graffiti*, não o leva a sério, sendo que muitas pintam apenas com os namorados. É de notar que esta *writer* é uma das artistas que figuram no livro *All City Queens* (Syrup & Cyris, 2016), que compila trabalhos de mulheres que fazem *graffiti*, em contexto internacional. Inclui as pioneiras, como Lady Pink e Claw, e jovens *writers* também. Moami é a única portuguesa a figurar neste trabalho.

4. Em entrevista no âmbito do projeto “TransUrbArts” – Emergent Urban Arts in Lisbon and São Paulo (IF/01592/2015), financiado pela FCT/MEC.



Fig. 3
Trabalho de
Moami.
Foto da autora.

Uma outra artista portuguesa, MARIA IMAGINÁRIO, cujo trabalho passou pelo *graffiti* e *street art*, explora figuras como corações, gelados, bolos, bonecos com grandes sorrisos de *cartoon*; são marcadamente de estética *cute*, que é estereotipicamente considerada como hiperfeminina. No entanto, foram estas figuras que a artista começou por desenhar a spray nas paredes da cidade de Lisboa, particularmente em edifícios abandonados – também porque a questão do desafio à autoridade, a ilegalidade, tipicamente vistos como aspetos valorizados no meio do *graffiti* e que são, como vimos, elementos performativos de afirmação e validação de masculinidade no meio (Macdonald, 2001; Campos, 2010), não lhe interessavam.

Há também artistas plásticas que passaram pela arte urbana como uma forma de ampliarem o seu portfólio artístico e satisfazerem uma necessidade pessoal enquanto artistas de experimentarem novas linguagens e técnicas; são os casos de MARIANA DIAS COUTINHO ou LEONOR BRILHA. Estas artistas veem

a sua passagem pela arte urbana como um momento, e não como um aspeto que defina as suas carreiras, pelo que a sua perceção do que são as diferenças de género no mundo da arte urbana é reduzida, já que, apesar de participarem em comissões ocasionais, se sentem *outsiders* nesse meio (Sequeira, 2016).



Fig. 4: Trabalho de Mariana Dias Coutinho. Foto da autora.

REFLEXÕES FINAIS

Vimos como o *graffiti*, meio subcultural altamente masculinizado, com ênfase no aspeto performativo (Macdonald, 2001, 2017), e a *street art*, de contornos mais abrangentes a vários níveis, persistem como meios criativos onde a presença feminina é muito menos expressiva em relação aos seus pares masculinos. No entanto, há em ambos os meios várias mulheres que praticam e que criam, e cada uma desenvolve um conjunto de estratégias para que o seu trabalho obtenha maior visibilidade e reconhecimento e as desigualdades de género que persistem se diluam. Da rejeição dos traços tipicamente *femininos* do seu trabalho ou, simetricamente, do recurso a uma imagética *hiperfeminina* até ao uso de *tags* que não denunciam uma artista feminina ou, pelo contrário, afirmam essa presença de género, são diversas as

estratégias que cada artista compõe e que estão necessariamente ligadas ao seu percurso biográfico e linguagens criativas. Por outro lado, a possibilidade de estas mulheres se reunirem em grupos, particularmente de forma virtual, é uma outra estratégia, desta vez coletiva, de tornarem a sua presença mais visível em meios masculinizados, bem como de combaterem o sentimento de isolamento que muitas vezes estas artistas e praticantes sentem.

São, como vimos, diversas as formas como as mulheres artistas de *graffiti* e *street art* lidam com a questão do género em relação ao seu trabalho, e como constroem a sua identidade enquanto artistas e de que modo essa questão contribui para esses processos de (re)configuração identitária e de construção de uma carreira artística.

Paralelamente, a arte urbana, englobando expressões de génese espontânea e ilegal, como o *graffiti* e a *street art*, e também intervenções comissionadas, quer no âmbito de projetos promovidos por entidades e instituições locais, quer em festivais, quer ainda em iniciativas de cariz associativo (Sequeira 2016; Campos & Sequeira, no prelo), tem vindo a crescer e a penetrar também no mundo da arte contemporânea. É cada vez mais frequente a passagem de artistas de arte urbana para a galeria e para o mercado da arte, sendo esta uma realidade recente que também não é isenta de potencial transformador no mundo da arte contemporânea – bem como da representatividade das mulheres que nele obtêm reconhecimento. Assim, já não se trata apenas da questão de estas mulheres encontrarem mecanismos de visibilidade em subculturas visuais urbanas altamente masculinizadas, mas de reconfigurarem esses referentes de forma a construírem uma carreira artística, num meio polivalente que se tem vindo a constituir como um novo mundo da arte.

Maura Reilly, num artigo que escreveu em 2015 para o site *Art News*, afirma que, apesar de nas últimas décadas ter havido muitas mudanças positivas em termos do papel e reconhecimento das mulheres artistas no mundo da arte contemporânea (no seu sentido mais amplo), há ainda um longo caminho a percorrer em direção a uma igualdade que ainda não é verificável, sendo que a discriminação em relação às mulheres é um aspeto transversal a todas as componentes do mundo da arte – nomeadamente, presença de trabalhos e exposições a solo em museus e galerias, preços que as peças elaboradas por mulheres artistas atingem em leilões de arte (Jones, 2015), presença de trabalhos de mulheres artistas em coleções privadas, participantes femininas em bienais e na Documenta, cobertura mediática de mulheres artistas, etc. (Reilly, 2015).

Esta situação de desigualdade de gênero no mundo da arte é aliás uma batalha constante das *Guerrilla Girls*, grupo de artistas/ativistas feministas cujas ações são orientadas para o mundo da arte, sobretudo no que se refere ao combate à desigualdade da representação e visibilidade do trabalho das artistas em museus e galerias, bem como à subalternização do papel das mulheres nas artes em geral. Veja-se o vídeo *Beyond the Streets Presents: This is The Guerrilla Girls*, publicado online pela *Juxtapoz Magazine* (2018), e no qual a mensagem das *Guerrilla Girls* é clara:

The Guerrilla Girls are feminist activist artists. (...) We believe in an intersectional feminism that fights discrimination and supports human rights for all people and all genders. We undermine the idea of a mainstream narrative by revealing the understory, the subtext, the overlooked, and the downright unfair. (*Juxtapoz Magazine*, 2018)

Este grupo formou-se em 1985, e no âmbito da celebração do seu 30.º aniversário de atividade (em 2015) tornou a encenar uma das suas mais conhecidas campanhas, comparando as percentagens de representação de mulheres artistas em galerias e exposições individuais em museus. Nos 30 anos que separam as duas campanhas, as melhorias são muito poucas, constataam (Vogel, 2015).

Uma forma de combater esta desigualdade no mundo da arte pode residir, como argumenta Amelia Jones (2015), não só em espaços alternativos, como em estratégias alternativas e novas linguagens criativas que permitam desafiar as instituições e o funcionamento deste meio.

Sendo crescente o número de mulheres artistas de arte urbana que têm conseguido penetrar no contexto da galeria e marcado presença no mundo e mercados da arte contemporânea⁽⁵⁾, é inevitável colocar a questão em relação ao potencial transformador desta expressão na arte contemporânea, tendo em conta que esta constitui em si uma rutura com as estruturas de poder da arte (Caeiro, 2014). Assim, será que o mundo da arte urbana, que tem vindo a crescer e a afirmar-se, tornando os seus artistas mais visíveis e também eventualmente cotáveis no mercado da arte, pode constituir uma alternativa que permita uma maior abertura do mundo da arte contemporânea aos artistas que não correspondem ao estereótipo de artista masculino/euro-americano/privilegiado – nomeadamente, às mulheres?

5. Sendo porventura o exemplo mais paradigmático o de Swoon.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bridges, T. (2013, 2 maio). *Writing gender on the walls – Women and graffiti art*. Disponível em <https://inequalitybyinteriordesign.wordpress.com/2013/05/02/writing-gender-on-the-walls-women-and-graffiti-art/> (acedido em 24/07/2018)
- Caeiro, M. (2014). *Arte na cidade: História contemporânea*. Lisboa: Temas e Debates/Círculo de Leitores.
- Campos, R., & Sequeira, A. (no prelo). Urban art, heritage and tourism. In C. Sarmento & S. Pascoal (orgs.). *Routes of tourism and heritage in Portugal*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Campos, R. (2010). *Porque pintamos a cidade? Uma abordagem etnográfica do graffiti urbano*. Lisboa: Fim de Século.
- Capps, K. (2014, 4 novembro). *Why Banksy is (probably) a woman*. Disponível em <https://www.citylab.com/design/2014/11/why-banksy-is-probably-a-woman/382202/> (acedido em 24/07/2018).
- Christensen, M., & Thor, T. (2017). The reciprocal city: Performing solidarity – Mediating space through street art and graffiti. *The International Communication Gazette*, Vol.79 (6-7), 584-612. doi:10.1177/1748048517727183.
- Dscreet & Greiner, Z. (2013). Miss Van: Van fatale. *Very Nearly Almost*, Issue 21, 48-67.
- Fransberg, M. (2018). Performing gendered distinctions: Young women painting illicit street art and graffiti in Helsinki. *Journal of Youth Studies*, doi: 10.1080/13676261.2018.1514105.
- Global Street Art (2012, 6 setembro). *Breaking Moulds: An interview with Kashink from Paris*. Disponível em <http://blog.globalstreetart.com/post/30985725431/kashink> (acedido em 24/07/2018).
- Jones, A. (2015, 26 maio). *On sexism in the art world*. Disponível em <http://www.artnews.com/2015/05/26/on-sexism-in-the-art-world/> (acedido em 25/07/2018).
- Juxtapoz Magazine (2018, 7 junho). *Beyond the streets presents: This is the Guerrilla Girls* (2018). Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=hGt9-3dtQIk> (acedido em 24/07/2018).
- Macdonald, N. (2001). *The graffiti subculture: Youth, masculinity and identity in London and New York*. New York: Palgrave Macmillan.
- Macdonald, N. (2017). Something for the boys? Exploring the changing gender dynamics of the graffiti subculture. In J. I. Ross (org.), *The Routledge handbook of graffiti and street art* (pp. 183-193). London: Routledge.

- Pabón, J. N. (2013). Shifting aesthetics: The Stick Up Girlz perform crew in a virtual world. *Rhizomes – Cultural studies in emerging knowledge*, Issue 25 (2013). Disponível em: <http://rhizomes.net/issue25/pabon/index.html>
- Pabón, J. N. (2017). Ways of being seen: Gender and the writing on the wall. In J. I. Ross (org.), *The Routledge handbook of graffiti and street art* (pp. 78-91). London: Routledge.
- Parisi, V. (2015). The sex of *graffiti* – Urban art, women and ‘gender perception’: Testing biases in the eye of the observer. *SAUC – Journal* V1 – N1, 53-62. doi: 10.25765/sauc.vii1.17.
- Reilly, M. (2015, 26 maio 26). *Taking the measure of sexism: Facts, figures, and fixes*. Disponível em <http://www.artnews.com/2015/05/26/taking-the-measure-of-sexism-facts-figures-and-fixes/> (acedido em 25/07/2018).
- Roland, R. (2013). Vexta. *Very Nearly Almost*, Issue 22, 120-127.
- Sequeira, A. (2016). «A cidade é o habitat da arte»: *Street art e a construção de espaço público em Lisboa* (tese de Doutoramento, ISCTE-IUL – Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa – Instituto Universitário de Lisboa, Portugal). Disponível em <http://hdl.handle.net/10071/11538>
- Swoon (2014). *Feminist artist statement*. Disponível em https://www.brooklynmuseum.org/eascfa/feminist_art_base/swoon (acedido em 24/07/2018).
- Syrup & Cyris (orgs.) (2016). *All city queens*. s/l: CFC Books.
- Vogel, W. (2015, 15 maio). *Your art fair antidote: The Guerilla Girls turn 30*. Disponível em <https://www.artinamericamagazine.com/news-features/news/your-art-fair-antidote-the-guerrilla-girls-turn-30/> (acedido em 24/07/2018).
- Wyatt, D. (2013, 15 outubro). *In search of a female Banksy: Aiko and Faith47 take on a male-dominated street art world*. Disponível em <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/features/in-search-of-a-female-banksy-aiko-and-faith47-take-on-a-male-dominated-street-art-world-8882082.html> (acedido em 24/07/2018).

Recepção: 18/09/2018

Aceite para publicação: 16/10/2018