



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MUSEOLOGIA
MESTRADO EM MUSEOLOGIA**

MELISSA SANTOS DOS SANTOS

**CONCEPÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO MUSEU (VIRTUAL) DOS *GRAFFITI*
FEITOS POR MULHERES**

Salvador
2019

MELISSA SANTOS DOS SANTOS

**CONCEPÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO MUSEU (VIRTUAL) DOS *GRAFFITI*
FEITOS POR MULHERES**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Museologia da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra em Museologia.

Linha 2 – Comunicação e Patrimônio

Orientadora: Profa. Dra. Rita de Cassia Maia da Silva

Salvador
2019

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Universitário de Bibliotecas (SIBI/UFBA),
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Santos dos Santos, Melissa
CONCEPÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO MUSEU (VIRTUAL) DOS
GRAFFITI FEITOS POR MULHERES / Melissa Santos dos
Santos. -- Salvador, 2018.
185 f. : il

Orientadora: Rita de Cassia Maia da Silva.
Dissertação (Mestrado - Museologia - Patrimônio e
Comunicação) -- Universidade Federal da Bahia, , 2018.

1. museu. 2. museu virtual. 3. graffiti. 4.
mulher. 5. cibercultura. I. Maia da Silva, Rita de
Cassia. II. Título.

MELISSA SANTOS DOS SANTOS

**CONCEPÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO MUSEU (VIRTUAL) DOS *GRAFFITI*
FEITOS POR MULHERES**

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Museologia, na Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal da Bahia, pela seguinte banca examinadora:

Aprovada em 26 de novembro 2018.

Prof.^a Dr.^a Rita de Cassia Maia da Silva – Orientadora - UFBA

Prof.^a Dr.^a Cecilia Conceição Moreira Soares - UNEB

Prof.^a Dr.^a Carmen Lucia Souza da Silva - UFPa

AGRADECIMENTOS

Inicialmente agradeço aos meus guias espirituais que me auxiliam em todas as minhas escolhas mostrando o caminho a seguir.

Agradeço a minha mãe (em memória), que sempre ensinou, a mim e aos meus irmãos, a escolhermos aquilo que amamos. Tudo isso é por e para você.

Ao meu pai, pelos ensinamentos dados e conversas longas sobre a vida, o universo e tudo mais.

A Alan e Milena, meus irmãos que estão o tempo todo dispostos a me ajudar, seja corrigindo slides, lendo artigos, em conversas longas, ou nas tardes divertidas quando o estresse já tomava conta de mim, causando dores físicas. Aproveito e agradeço a seus respectivos cônjuges que estavam apoiando eles e compreendendo os momentos em que a irmã caçula precisava conversar.

Agradeço a Filipe Mota, que me incentivou na minha escolha do mestrado, disse o quão orgulhoso se sentia pela minha conquista, esteve ao meu lado nas vésperas de apresentações, tirocínio, qualificação, entre outros. Mostrou-me prós e contras em todas as minhas escolhas. Aproveito e agradeço a sua família, que me recebeu em suas vidas de braços abertos.

Agradeço ao melhor presente que a museologia me apresentou, Laise e Rimara, as amigas/irmãs que estiveram juntas comigo nesta trajetória cheia de percalços que nossa área traz.

Agradeço pela oportunidade de ter conhecido através da museologia, Renilda que com seu empenho como museóloga me mostrou e ensinou muito do que sei na área profissional e também pessoal. Abrindo os meus olhos para as possibilidades da museologia. Obrigada.

Agradeço a Marleson, amigo que a vida fez o favor de colocar no meu caminho para me mostrar o verdadeiro significado e a importância dos sorrisos nos momentos de dificuldades.

Agradeço a Diana, a amiga recente mais antiga que tenho a oportunidade de mais uma vez dividir experiências da vida e a Rosana, obrigada pela compreensão, risadas e loucuras compartilhadas.

Agradeço a Phillip por me apresentar este mundo da cultura hip hop, e a sua família por me abraçar como membro da família também.

A Manu, amiga que o mestrado me trouxe e espero poder cultivar pelo resto da vida, para podermos continuar rindo deste momento em nossas vidas, que foi muitas vezes doloroso.

Aos demais amigos, que estão comigo todos os dias, ou alguns deles. Agradeço por aguentarem todas as conversas sobre o mestrado e sobre como me sentia. Obrigada.

À equipe de restauro do Centro Cultural dos Capuchinhos – Igreja da Piedade, em especial, ao Frei Ulisses, Silas Mota e Dona Helena, obrigada pelos ensinamentos, por acreditarem na minha capacidade, por apoiarem as minhas escolhas e entenderem a minha ausência.

Às grafiteiras que auxiliaram no desenvolvimento desta pesquisa: Chermie, Mônica, Sista Katia, Talitha, Annie Ganzala e Gata X.

Às professoras que aceitaram fazer parte dessa banca.

À orientadora Rita Maia, que se entusiasmou na graduação pelo meu projeto, acreditou na minha capacidade e me incentivou a desenvolver este trabalho.

Obrigada.

UBUNTU.

RESUMO

Esta pesquisa visa a experimentação de aspectos teóricos e técnicos para a construção do museu virtual dos *graffiti* feito por mulheres que nos faz compreender os entrelaçamentos entre a cibercultura e a museologia, evidenciando a importância da inserção e utilização da tecnologia nos espaços museológicos. Tal percepção reforça a necessidade de criação de espaços capazes de atender as necessidades da museologia e que auxiliem no processo de musealização dos *graffiti*, considerados como uma manifestação artística, característica da cultura hip-hop, que utiliza de técnicas das artes visuais e do espaço urbano como recursos para a sua expressão. Os *graffiti*, hoje descriminalizado, como consta no art.6º da Lei 12.408/2011, que atualiza a redação do art. 65 da Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998, confunde-se, muitas vezes, com a pichação que, por sua vez, se expressa exclusivamente a partir de letrados e continua proibida por lei. Esta forma de expressão artística destaca-se por sua efemeridade e desafios enfrentados pelos grafiteiros e grafiteiras durante o seu processo de produção. Dentro deste universo de possibilidades, nossa proposta focaliza a produção de mulheres que levam às ruas a sua arte como expressões de suas vidas e posições sociais. Os *graffiti* possuem grande importância histórica dentro da sociedade contemporânea, pois foi a partir desta expressão artística que muitos jovens das periferias se posicionaram diante das adversidades da sociedade. A partir deste quadro, buscamos, através de análises e observações de modelos de museus na internet, uma maneira de musealizar de forma a preservar sua memória dada a sua efemeridade. Nesta dissertação, buscamos parâmetros para construir e veicular este museu, abordando todas as funções de uma instituição museal e as possibilidades que o ciberespaço proporciona.

Palavras-chave: Museu. Museu virtual. *Graffiti*. Mulher. Cibercultura.

ABSTRACT

This research aims at the experimentation of theoretical and technical aspects for the construction of the virtual museum of *graffiti* made by women that makes us understand the interlacings between cyberculture and museology, highlighting the importance of the insertion and use of technology in museum spaces. need to create spaces capable of meeting the needs of museology and that help in the process of musealization of *graffiti*, considered as an artistic manifestation, characteristic of hip-hop culture, which uses techniques of the visual arts and urban space as resources for his expression. *Graffiti*, now decriminalized, as stated in art. 6 of Law 12,408 / 2011, which updates the wording of art. 65 of Law 9,605 of February 12, 1998, is often confused with the *graffiti* which, in turn, is expressed exclusively by lawyers and is still prohibited by law. This form of artistic expression stands out for its ephemerality and challenges faced by *graffiti* artists and grafiteiras during its production process. Within this universe of possibilities, our proposal focuses on the production of women who take to the streets their art as expressions of their lives and social positions. *Graffiti* has great historical importance within contemporary society, since it was from this artistic expression that many young people from the peripheries stood in the face of adversity in society. From this table, we search, through analyzes and observations of models of museums on the Internet, a way to musealize in order to preserve its memory given its ephemerality. In this dissertation, we look for parameters to construct and transport this museum, addressing all the functions of a museum institution and the possibilities that cyberspace provides.

Keywords: Museum. Virtual museum. *Graffiti*. Woman. Cyberculture.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Organograma 01 – Processo de interação e comunicação entre usuários do ciberespaço.	27
Organograma 02 – Instituições museais: cooperação de informações.	28
Figura 01 – Sista Katia produzindo <i>graffiti</i> .	46
Figura 02 – <i>Graffiti</i> de RBK, <i>graffiti</i> de Sista Katia e de Mônica.	47
Figura 03 – Produção do <i>graffiti</i> pela grafiteira Monique.	48
Figura 04 – <i>Graffiti</i> de Chermie.	50
Figura 05 – <i>Graffiti</i> de Mônica.	50
Figura 06 – <i>Graffiti</i> de Annie Ganzala.	51
Figura 07 – <i>Graffiti</i> de Gata X	52
Figura 08 – <i>Graffiti</i> de Talitha – Série Luto.	53
Figura 09 – <i>Print Screen</i> do site do evento <i>BTC</i>	58
Figura 10 – <i>Print Screen</i> do site/blog “Blog ‘ A Arte na Rua’”.	59
Figura 11 – <i>Print Screen</i> da página “Rua Salvador” no Facebook.	60
Figura 12 – <i>Print Screen</i> da página “Rua Salvador” no Instagram.	61
Figura 13 – <i>Print Screen</i> do site do Museu da Escrita.	66
Figura 14 – <i>Print Screen</i> da página do Museu da Escrita no Facebook.	66
Figura 15 – <i>Print Screen</i> do site do Museu Geológico.	68
Figura 16 – <i>Print Screen</i> da página do Museu Geológico da Bahia no Facebook.	68
Figura 17 – <i>Print Screen</i> do site do Museu da Pessoa.	69
Figura 18 – <i>Print Screen</i> do Instagram do Museu da Misericórdia da Bahia.	71
Figura 19 – <i>Print Screen</i> do Instagram do Museu da Misericórdia da Bahia.	71
Figura 20 – <i>Print Screen</i> do Instagram do Museu de Arte Moderna da Bahia (MAM-BA).	72
Figura 21 – <i>Print Screen</i> do Instagram do Museu de Arte da Bahia.	73
Figura 22 – <i>Print Screen</i> do Instagram do Museu Afro-brasileiro UFBA.	74
Figura 23 – 1ª Página do Museu.	78
Figura 24 – <i>Print Screen</i> Página inicial.	79
Figura 25 – Arquitetura da Seção “Galeria”.	80
Figura 26 – <i>Print Screen</i> da Área de Exposição.	80
Figura 27 – <i>Print Screen</i> Área específica da exposição por artista.	81

Figura 28 – Arquitetura do museu “Pesquisa”.	82
Figura 29 – Arquitetura do museu “Pesquisa > Vídeos”.	82
Figura 30 – <i>Print Screen</i> referente à Área de vídeos sobre <i>graffiti</i> .	83
Figura 31 – Arquitetura do Museu “Pesquisa > Entrevistas.	83
Figura 32 – <i>Print Screen</i> da Área onde as entrevistas com as grafiteiras ficarão expostas.	84
Figura 33 – Arquitetura do museu “Pesquisa > Textos”.	84
Figura 34 – <i>Print Screen</i> da Área de “Textos” Subpágina de “Pesquisa”.	85
Figura 35 – Arquitetura do museu “Loja”.	85
Figura 36 – Arquitetura do museu “Contatos”	86
Figura 37 – <i>Print Screen</i> da Página do museu referente à Área de contatos.	87
Figura 38 – Ficha catalográfica, referência dos registros fotográficos de <i>graffiti</i>	89
Figura 39 –. Recomendações para preenchimento de ficha catalográfica	92
Figura 40 - Geolocalização dos <i>graffiti</i> em Salvador.	94
Figura 41 – Visualização de obra exposta com o QR Code.	95
Figura 42 – <i>Print Screen</i> da visualização do <i>Google Street View</i> a partir do QR Code.	96
Figura 43 – QR Code da localização do <i>graffiti</i> de Mônica.	96

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BTC – *Graffiti* Festival Bahia de Todas as Cores

CM – Cibermuseu

ICOM – The International Council of Museums

MAM-BA – Museu de Arte Moderna da Bahia

MD – Museu Digital

PPGMUSEU – Programa de Pós-Graduação em Museologia - UFBA

UFBA – Universidade Federal da Bahia

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	13
1 A ABORDAGEM METODOLÓGICA PARA A BUSCA DE MODELOS E SOLUÇÕES	15
1.1 OBSERVAÇÕES	17
1.2 ESTRATEGIAS DE MUSEALIZAÇÃO NO CIBERESPAÇO	19
1.3 LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO E REFERENCIAL TEÓRICO	20
2 PERSPECTIVAS CONTEMPORÂNEAS DA MUSEOLOGIA - ENTRE O SOCIAL E O DIGITAL	22
3 POR UM MUSEU DOS <i>GRAFFITI</i> PRODUZIDOS POR MULHERES	38
3.1 UTILIZAÇÃO DO CIBERESPAÇO PELOS COLETIVOS DE <i>GRAFFITI</i>	57
4 AÇÕES DE MUSEALIZAÇÃO NO CIBERESPAÇO	65
5 PARA A CONSTRUÇÃO DO MUSEU E MUSEALIZAÇÃO DOS <i>GRAFFITI</i>	76
5.1 ARQUITETURA	77
5.2 MUSEALIZAÇÃO DO ACERVO	87
5.2.1 Aquisição de Acervo	87
5.2.2 Documentação	88
5.3 SALVAGUARDA E PRESERVAÇÃO DO ACERVO	93
5.4 COMUNICAÇÃO E INTERAÇÃO	94
5.4.1 Geolocalização	94
5.4.2 Interação	94
CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
REFERÊNCIAS	101
APÊNDICES	106
ANEXOS	184

APRESENTAÇÃO

Esta dissertação tem por finalidade a análise e a experimentação de aspectos teóricos e técnicos da construção de um museu virtual dos *graffiti* feitos por mulheres, salientamos que neste momento, trataremos do processo de musealização dos *graffiti*, compreendidos como uma manifestação artística característica da cultura *hip-hop*, que utiliza de técnicas das artes visuais e do espaço urbano como recursos para a sua expressão.

O desenvolvimento desta pesquisa, se deu não apenas de levantamentos referentes a museologia, mas também pontos subjetivos que foram importantes para definição do seu recorte. As observações trazidas através da afinidade trouxeram como resposta o interesse pela cultura *hip-hop*, pela arte urbana e conseqüentemente pelos *graffiti*.

Sendo assim, as abordagens que relacionariam os *graffiti* com o museu surgiram evidenciando sempre uma leitura onde não houvesse uma descaracterização desta produção artística. Assim como questionamentos sobre os suportes que atendessem a necessidade do processo de musealização sem descaracterização da obra, no caso dos *graffiti*, neste momento foi fundamental a compreensão da necessidade de constituir o museu virtual, notando a possibilidade que este vetor tem de atender as necessidades e desejos desta produção: uma construção permanente que atendesse as demandas museológicas sem descaracterizar a arte do *graffiti*.

Portando, a organização desta pesquisa se deu da seguinte forma, na seção *A abordagem metodológica para a busca de modelos e soluções*, apresentamos a nossa metodologia para levantamento de dados e aspectos relevantes que foram considerados para a criação do museu digital. Nesse sentido, adotamos a etnografia e a netnografia, por acreditarmos que estas duas abordagens metodológicas nos auxiliariam para alcançar os resultados desejados neste trabalho. Pontuamos a utilização e importância dos tipos de observações feitas para os levantamentos de dados, com base nas metodologias citadas anteriormente, a observação não participante e participante referente à cultura *hip-hop* e a análise e a observação da utilização do ciberespaço pelos museus, agentes da cultura *hip-hop* e grafiteiras. Ressaltamos também as entrevistas realizadas com as grafiteiras que contribuíram para podermos compreender suas necessidades e a relevância da criação de um espaço museológico voltado para suas produções.

Na seção *Perspectivas contemporâneas da museologia entre o social e o digital*, apresentamos uma reflexão sobre a museologia e os museus e o papel destas instituições no mundo contemporâneo diante das perspectivas da construção de uma sociedade democrática e igualitária e do avanço da internet e dos dispositivos digitais que justificam a criação e a investigação de caminhos para ações e criações de museus digitais.

Em seguida, em *Por um museu digital dos graffiti feito por mulheres*, e na subseção *utilização do ciberespaço pelos coletivos de graffiti*, abordamos a produção artística do grupo cultural e social que concentra vários atributos que ainda são desconhecidos por camadas mais amplas da sociedade e carecem de divulgação e valorização social. Para isso, discutimos e traçamos um panorama sobre o potencial da ação igualitária dos museus, destacando os problemas de gênero através de um panorama da presença da mulher como artista e as exposições de museus e, por fim, relacionamos os *graffiti* no cenário da cidade de Salvador a alguns aspectos e características desta manifestação produzida por mulheres. Na subseção, foram feitas observações a partir das produções referentes à cultura hip-hop, como estes agentes culturais utilizam o ciberespaço e trazemos modelos destes usos com o intuito de compreender as necessidades destes artistas em um espaço institucionalizado, desenvolvido no ciberespaço.

Na seção *Ações de musealizações no ciberespaço* e na subseção apresentamos as observações retiradas do ciberespaço, feitas a partir do gerenciamento de sites e principalmente de redes sociais pelos espaços museológicos.

Na seção *Para a construção do museu e a musealização dos graffiti*, trazemos os resultados obtidos com base nas observações feitas no ciberespaço, a partir dos modelos e utilizações feitas pelos gestores de museus e gestores culturais. Ainda nesta seção, expomos a organização do museu, o processo de musealização das obras e o detalhamento desta produção.

Por fim, trazemos a conclusão desta pesquisa com dados referentes ao plano museológico, incluídos os dados faltantes para a conclusão deste plano; as observações feitas durante o período do mestrado; enfatizamos a necessidade dos gestores de museus se adequarem aos novos meios tecnológicos; e a importância e a necessidade dos estudos da cibermuseologia.

1 A ABORDAGEM METODOLÓGICA PARA A BUSCA DE MODELOS E SOLUÇÕES

Esta dissertação foi gestada a partir da observação dos *graffiti*¹ produzidos por mulheres. Tal manifestação vem ganhando visibilidade entre diversas produções artísticas da cultura *hip-hop*², cujo protagonismo originário estava atrelado aos homens. Sendo assim, adotamos uma metodologia que pudesse atender as nossas demandas de pesquisa.

Assim, a primeira etapa desta pesquisa se deu em retomar aquilo que havia sido produzido em período anterior, na graduação, com a revisão e adequação do que já havia sido apreendido no mestrado, foi definido a arquitetura do site, a aquisição de acervo, a primeira etapa da documentação. O primeiro contato com as artistas urbanas do *graffiti* foi realizado com a ajuda da artista Gata X em um mutirão de *graffiti* que aconteceu no bairro do São Caetano, em Salvador. Nesse momento se definiram as artistas para compor a primeira aquisição e exposição do museu: Sista Katia, Chermie, Mônica, Kpitú, Gata X e Talitha.

Sendo assim, as primeiras artistas que iriam expor nesse museu foram selecionadas, tendo sido explicada a ideia principal da pesquisa e questionando-as quanto ao interesse em expor e sobre a disponibilidade para as entrevistas que seriam filmadas e gravadas com o intuito de entender a trajetória artística de cada uma delas e como elas compreendiam a inserção dos *graffiti* no museu.

A observação das participações das mulheres nesse espaço, não apenas na universidade, mas na produção dos *graffiti*, nas pesquisas que tratavam sobre isso, foi essencial para chegar em um dos pontos desta pesquisa, que é a inserção e valorização da mulher como artista grafiteiras. Para além disto, foi observado a importância de ver os *graffiti* inseridos no museu, como objetos museais permanentes, diante da importância artística que compõem o espaço urbano, partindo do princípio da possibilidade de que está vertente artística tem de comunicar

¹ Utilizamos o termo *graffiti* em destaque para indicar o uso de um termo estrangeiro, neste caso, usamos como referência a sua origem no italiano e temos como base a definição de Gitahy, “[...] grafito – vêm do italiano, inscrição ou desenhos de épocas antigas, toscamente riscados a ponta ou a carvão, em rochas, paredes etc. *Graffiti* é o plural de *graffito*. No singular, é usada para significar a técnica (pedaço de pintura no muro em claro e escuro). No plural, refere-se aos desenhos [...]” (GITAHY, 2012, p. 13). Neste sentido, a palavra *graffiti* aparecerá em todo texto em destaque, assim como outras expressões estrangeiras.

² O movimento *hip-hop* tem sua origem nos Estados Unidos, nos anos 70, utilizamos como base para esta pesquisa a seguinte definição de *hip-hop*, “[...] manifestação de caráter sociopolítico que se desdobra entre Cultura e Movimento. De origem nas camadas populares, é composto por cinco elementos, dos quais quatro são artísticos (música Rap, Dança de Rua, arte mural do *Graffiti* e o Dj) agregados ao elemento central: o Conhecimento.” (MIRANDA, 2014, p. 13). Assim como outros termos estrangeiros, utilizaremos o destaque em itálico para esta expressão em todo o texto.

e compor outros espaços, para além dos muros e suportes urbanos, sendo outro fator para definição deste objeto de pesquisa. É possível observar que, ainda hoje, existem discussões sobre a arte dos *graffiti*, onde muitas pessoas não consideram como arte, colocando-a em um patamar de vandalismo, pois, são muitos aqueles que não enxergam o potencial destas manifestações artísticas (pelo fato delas se encontrarem no meio urbano).

Portanto, para a construção do museu virtual³, assim como para a compreensão do contexto artístico das mulheres na arte urbana, entendemos a necessidade de um levantamento bibliográfico que respondesse aos nossos questionamentos acerca da produção e visibilidade das mulheres, assim como a construção do museu virtual que abrigue esses registros fotográficos. A busca teórica ocorreu com auxílio da internet, principalmente nos temas voltados à cibercultura e à cultura *hip-hop*.

Para o desenvolvimento metodológico da pesquisa, utilizamos a etnografia e a netnografia. Kozinets (2014, p. 60) afirma que a “Etnografia e netnografia devem trabalhar em harmonia para iluminar novas questões nas ciências sociais”. Entendemos que, para esta pesquisa, seria necessário nos aproximar do grupo pesquisado, ou seja, das grafiteiras, para compreendermos o que estas artistas pensavam sobre a inserção dos *graffiti* nos museus. Desse modo, seguindo os passos de Souza (2011, p. 20), “assumi o enfoque etnográfico, por considerar que as realidades são distintas e não podem ser comparadas, importante para a pesquisa é mergulhar nas realidades para conhecê-las”.

Compreender esses grupos e seus modos de produzir arte, nos levou também a compreender que a etnografia deveria se aliar a outras metodologias, no caso, netnografia, pois, além de termos um caminho a seguir na cibercultura, estas agentes dialogavam com o ciberespaço durante grande parte das suas produções. Kozinets (2014, p. 28) afirma que “o modo como tecnologia e cultura interagem é uma dança complexa, um entrelaçamento e um entretenimento”, por isso, buscamos o diálogo entre a etnografia e a netnografia, de modo que a netnografia é compreendida como uma metodologia que busca considerar além do consumo pela internet, as relações existentes no ciberespaço.

Nosso levantamento de dados foi feito com base na pesquisa etnográfica, observando as relações das mulheres como artistas grafiteiras e a visão do público sob a ocupação da mulher nestes espaços. E também nos dados levantados na pesquisa online, que, de acordo com

³ Compreendemos, tal como Levy (1995, p. 5), que “[...] virtual não se opõe ao real [...]”, mas uma forma de apresentação do real, onde seu fator comunicacional independe da sua “territorialização”, Levy (1999, p.47) “é virtual toda entidade ‘desterritorializada’, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo ela mesma presa a um lugar ou tempo determinado”.

Kozinets (2014, p. 47) é conhecido como “método de levantamento online”, baseado nas observações feitas dos espaços museológicos online, dos espaços destinados a grupos de *graffiti* online, relações entre redes sociais e espaços museológicos e entre grafiteiros e grafiteiras.

Para o resultado, utilizamos o método de pesquisa empírica que, segundo Demo (1985, p. 25) é a pesquisa “[...]voltada, sobretudo para a face experimental e observável dos fenômenos”, tendo como finalidade do trabalho a criação de um produto, com base em uma metodologia de observação. Nessa perspectiva, Triviños (1987) afirma que:

‘Observar’, naturalmente, não é simplesmente olhar. [...]. Observar um ‘fenômeno social’ significa, em primeiro lugar, que determinado evento social, simples ou complexo, tenha sido abstratamente separado de seu contexto para que, em sua dimensão singular, seja estudado em seus atos, atividades, significados, relações etc. (TRIVIÑOS, 1987, p. 153).

Desse modo, para a construção dos dados apresentados no museu virtual, dividimos o percurso da pesquisa a partir dos seguintes métodos de observação: observações do uso da internet por agentes da cultura *hip-hop*; observações de alguns modelos de sites de museus; observações da utilização das redes sociais pelos museus; observação participativa; entrevistas (descrições das entrevistas no Apêndice A); e experimentação do que foi observado. Esses processos resultaram na produção do museu dos *graffiti*, no qual foi possível observar as relações comunicacionais existentes no ciberespaço, no museu e na rua, e como os artistas se conectam com o público a partir do ciberespaço.

1.1 OBSERVAÇÕES

Para realizar um recorte de artistas para compor inicialmente o acervo do museu, tivemos como base observações feitas em eventos, para assim serem definidas as seis grafiteiras de Salvador que iriam compor o acervo, buscando conquistar uma visibilidade em relação a atuação da produção dos *graffiti*. Com isso, foram analisados dados em relação ao contexto dessa prática artística, sua origem e principalmente a produção em Salvador, criando uma plataforma com um olhar voltado para o processo de musealização desse acervo que possa ser utilizada como banco de dados das produções voltadas para os *graffiti* (além de fotografias e textos) e como forma de colaborar no processo comunicacional entre artistas e públicos.

Sendo assim, a primeira etapa resulta em uma observação sobre a produção dessas seis mulheres grafiteiras, evidenciando de que forma se dá a relação entre essa corrente artística, as

mulheres e o contexto da cibercultura, dando enfoque ao âmbito museal como base para essas experimentações.

Além do levantamento de dados e análise bibliográfica sobre museus e cibercultura, deu-se continuidade à observação, iniciada no período da graduação, dos referências online de produções de coletivos e eventos sobre *graffiti* que utilizam o ciberespaço como forma de impulsionar seu processo de comunicação, além da observação participativa feita em alguns eventos de *graffiti* com o intuito de observar a atuação das mulheres nestes eventos, como a participação como fotógrafa na primeira edição (2015) do evento Bahia de Todas as Cores (BTC), registrando e dando uma entrevista na terceira edição (2017) deste mesmo evento, os dois ocorreram em Salvador, a segunda edição ocorreu em Madre de Deus e foi feito o registro do evento no seu último dia.

Necessário salientarmos que, para esta concepção, foi importante conhecer e compreender a participação dessas grafiteiras em eventos específicos de *graffiti* como o evento Bahia de Todas as Cores (BTC)⁴, promovido pelo Coletivo Vai e Faz, tendo como público os grafiteiros e grafiteiras que se encontram para promover debates e mutirões de *graffiti*. No ano de 2017, ocorreu, no final de linha da Barroquinha. Essas observações auxiliaram para que pudéssemos compreender como o público reage à presença dessas artistas e como outros agentes dessa cultura, como os homens, interagem e se posicionam acerca dessa presença.

Além da internet, utilizamos observações para compreender a interação destas mulheres nestes espaços, onde ocorriam eventos de *graffiti*. A interferência do público passante foi observada a partir da experiência ao sair três vezes para pintar em três bairros da cidade do Salvador e outras três vezes acompanhando e fotografando eventos que reuniam grafiteiros e grafiteiras de diversas localidades do mundo, para a elaboração de painéis, sendo possível observar os passantes e seus comentários, percebendo a receptividade ou rejeição das pessoas.

Nas primeiras experiências, ao sair às ruas para grafitar, foi possível observar: 1- a rejeição de algumas pessoas ao ver a ação de pintar muros; 2 - as ofensas ditas por pessoas (principalmente homens) ao verem uma mulher pintando; e 3 - a contribuição e elogio de uma pequena parcela de pessoas ao se depararem com a produção.

Foi possível observar comentários machistas nas experiências, que enfatizavam como exemplo: que o local da mulher não deveria ser aquele e que ela deveria estar cozinhando; xingamentos e assédios. Por outro lado, principalmente por parte das mulheres passantes, ao verem uma mulher realizando a ação de grafitar, a receptividade era maior e colaborativa, além

⁴ Mais informações sobre este evento podem ser encontradas no site: <http://www.bahiacores.com/> .

de serem dados elogios e ideias para compor a produção, foram dados incentivos para continuar a realização da atividade.

Nas experiências seguintes, na quais foram feitos acompanhamentos de eventos de *graffiti*, observamos também a participação do público. Muitos curiosos que reparavam o que seria feito e outros davam possíveis ideias do que poderia ser pintado no muro. Porém, ainda assim, durante a atividade dos grafiteiros e grafiteiras, foi possível ouvir comentários sobre a presença das mulheres no local e questionamentos sobre a capacidade de produção delas. Nessas observações, foi possível fazer o registro fotográfico e concluir que ainda existe um certo preconceito em relação a participação dessas mulheres na cena do *graffiti*. Essa conclusão nos auxilia a reforçar a importância da mulher na arte de rua, mas principalmente a necessidade de estímulo, sobretudo dos espaços institucionalizados, na produção dessas mulheres para que haja um reconhecimento por parte daqueles que acompanham a arte de rua.

A análise desses dados nos permite também a compreensão da utilização do ciberespaço pelas grafiteiras. Com base na pesquisa empírica, compreendemos que esta observação nos auxilia na construção de um museu virtual que atenda às necessidades desse público, como as relações entre artistas e público, a compreensão das mulheres nesses eventos e a salvaguarda dessas produções etc.

1.2 ESTRATEGIAS DE MUSEALIZAÇÃO NO CIBERESPAÇO

Foram realizadas provas de design para buscar a melhor forma de concepção do layout do museu virtual através da avaliação realizada pelas grafiteiras. Nessa etapa, o levantamento de dados foi realizado através de entrevistas semiestruturadas que Triviños (1987, p. 146) afirma partir “[...] de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante.” Assim, apresentamos o layout a três das seis artistas selecionadas para exporem neste museu que opinaram e colaboraram com informações sobre suas necessidades e percepções a respeito do material apresentado para compor o museu. Esse tipo de entrevista torna a aproximação e o diálogo mais estreitos e fluidos entre o entrevistador e o entrevistado.

Demo (1985, p. 26) afirma que “o grande valor da pesquisa empírica é o de trazer a teoria para a realidade concreta”. Desse modo, o produto criado é resultado da análise de dados coletados a partir das leituras sobre museu virtual, arte urbana e a relação entre estes dois temas e os procedimentos realizados como registros fotográficos, entrevistas com as artistas, análise

de exemplos museais no ciberespaço, relação das artistas com o ciberespaço, entre outros, para criação do produto, de modo a atender o público interessado.

O processo de musealização, em específico o de salvaguarda de um acervo virtual, determinou um levantamento por modelos museológicos de atuação no ciberespaço. Optamos por concentrar nossa atenção em plataformas específicas de salvaguarda e partilha de imagens e na utilização das redes sociais pelos museus presenciais. Observamos como os recursos eram acessados, utilizados e compartilhados, tanto pelo público como pelas instituições museais, com a intenção de identificar recursos e modelos de layouts atraentes e adequados para o atendimento das demandas identificadas nas entrevistas com as grafiteiras. Buscamos soluções para processos museológicos como: a aquisição de acervo, exposições, conteúdos para pesquisas, ações socioeducativas e recursos proporcionados por avanços tecnológicos como tour virtuais, entre outros, que poderiam ser adaptados para os interesses dessa instituição. Outras questões relativas ao design, tais como: tipo de linguagem utilizada para comunicar ao público determinada informação ou tipos de configurações de imagens que auxiliam nesse viés comunicacional e na salvaguarda desses registros também foram analisados.

Ao fazermos estes levantamentos, percebemos que a veiculação do museu no ciberespaço vai além da escolha de um suporte para um museu físico, mas a inserção dessa instituição em um local capaz de atender, sem bases físicas, os requisitos para o seu funcionamento de modo ampliado.

Acreditamos que esta busca metodológica trouxe novos caminhos para a musealização, de modo a convergir com os *graffiti* e a cibercultura, destacando a importância de espaços museológicos que extrapolam a construção “tradicional”⁵ de museu.

1.3 LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO E REFERENCIAL TEÓRICO

Para o levantamento bibliográfico sobre o *graffiti*, foram encontrados pontuais artigos, dissertações e teses que abordavam o assunto. Um dos principais referenciais sobre o *graffiti* foi o livro *O que é graffiti*, de Celso Gitahy (2012). Além desse, nos baseamos no livro de Jorge Hilton (2014), *Bahia com H de Hip-hop*, no livro *Letramentos de Reexistência: poesia, grafite*,

⁵ Compreendemos como tradicional o museu conhecido e comumente construído no espaço físico, com sua construção visitável materialmente e seu acervo também físico ou apresentado através de formas midiáticas como vídeos, música etc. Sendo derivado do conceito de museu e definido a partir do advento da escrita, o termo “museu tradicional” corresponde a, conforme nos lembra Scheiner (2013, p. 364), a “um espaço físico, de reunião de testemunhos materiais da natureza e do saber humano; de estudo e de busca do conhecimento; e de produção intelectual.”

música, dança: Hip-hop, de Ana Lúcia Silva Souza (2011) e, também, no livro de Fabrício Silveira (2012), *Grafite expandido*. Outras referências como teses e artigos também nos auxiliaram nesta construção.

Para compreender a cibercultura, linha teórica que adotamos para se relacionar com os museus virtuais, utilizamos como principais referências da área da museologia, os *Papers Museus and Web* do *The International Council of Museums* (ICOM), os trabalhos do professor Dr. José Claudio Souza de Oliveira, professor Dr. Mario Chagas e professora Dra. Tereza Scheiner, referências da cibercultura do professor Dr. André Lemos, referências do filósofo e sociólogo Pierre Levy, dos escritores e especialistas em questões voltadas para a sociedade e suas relações com as redes e cibercultura, Manuel Castells e Henry Jenkins.

Abordamos, no campo museológico, autores que tratam deste tema como o professor Dr. Cláudio Alves de Oliveira, a Dra. Tereza Scheiner, o Dr. Manuel Castells, o Dr. Mario Chagas, entre outros referenciais utilizados na museologia contemporânea, evidenciando as possibilidades comunicacionais em diálogo com a teoria da cibercultura, utilizando como principal referencial teórico a produção do professor Dr. André Lemos e do Dr. Pierre Levy.

Serão evidenciados conceitos e produções online de museus que esclareçam sobre categorizações dos museus virtuais/digitais como os museus que já foram produzidos no ciberespaço, os museus digitais e aqueles que usam as redes sociais como auxiliar na divulgação das suas atividades. Esta primeira observação colabora com a análise dos pontos positivos e negativos da utilização do ciberespaço nesta construção, o que promove uma comunicação mais rápida com o público e a análise de possíveis ferramentas que contribuam para um melhor resultado na relação entre museu e público.

A metodologia escolhida para atender os objetivos desta dissertação tem como base as observações feitas dos museus virtuais, dos coletivos de arte urbana e ciberespaço e a análise da bibliografia, tendo como conclusão um museu virtual pautado no aprendizado adquirido durante este processo de pesquisa.

Salientamos, neste ponto, que museu é processo e, diante disso, esta pesquisa tem o intuito de trazer para o universo acadêmico uma contribuição de produção museológica no ciberespaço, assim como explanar o processo de musealização de uma vertente da arte urbana, oferecendo experiências que possam servir como possíveis modelos capazes de atender as necessidades desta tipologia de acervo.

2 PERSPECTIVAS CONTEMPORÂNEAS DA MUSEOLOGIA - ENTRE O SOCIAL E O DIGITAL

O museu, por muito tempo, foi visto como um espaço “tradicional”, onde a materialidade do objeto era imprescindível para suas atividades: as ações educativas, as pesquisas e inclusive suas exposições. Porém, com o advento da internet, novas experiências são proporcionadas, inclusive para os gestores de museus, que começam a ver nesta ferramenta um suporte para o desenvolvimento de suas atividades.

Os avanços tecnológicos possibilitam que o fazer museológico ocorra de forma abrangente, apesar de muitas instituições ainda se restringirem ao “tradicionalismo”, muitos são os profissionais de museus que adotam esses novos recursos tecnológicos, seja nos seus espaços físicos, com aparatos tecnológicos, seja na internet, utilizando o ciberespaço como local de divulgação e/ou criação de espaços museológicos. Ao observamos o conceito de museu e como estes podem se adequar às novas tecnologias, percebemos um fazer museológico voltado ao social. Assim, os museus são definidos, segundo o descrito da Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009, como:

[...] instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento. (BRASIL, 2009).

Ao analisarmos a citação anterior observamos o seguinte trecho “abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento”, ou seja, uma instituição plural, com possibilidades de acompanhar o desenvolvimento social, o que está acontecendo na sociedade, como as pessoas estão lidando com essas mudanças culturais, políticas e econômicas e como estão ocorrendo as relações pessoais. Neste ponto, podemos evidenciar a tecnologia inserida nesse desenvolvimento, ao utilizarmos os aparatos tecnológicos que temos acesso, não percebemos as mudanças que estes trazem para os diversos setores das nossas vidas, principalmente com relação aos processos comunicacionais. Sendo assim, compreendemos que os museus são estruturados para que seu fazer museológico acompanhe e realize conexões entre o público e seu acervo, a partir da tecnologia presente no cotidiano de seus visitantes.

Estas relações, pessoais ou não, muitas vezes, influenciam no modo como instituições, como os museus, serão repensadas de forma a inserir estes novos pensamentos em suas exposições, atividades etc. As instituições tradicionais mantêm, muitas vezes, o foco na

conservação dos objetos, conforme podemos observar em muitas instituições onde a comunicação que deveria ocorrer nos museus ainda é unilateral, não propondo um diálogo com os visitantes. É importante que haja nas instituições museológicas uma conexão no seu processo de musealização, não focando apenas na conservação de seus objetos, mas percebendo a interrelação que existe em suas etapas. Portanto, é imprescindível que os gestores e profissionais destes espaços busquem o diálogo com o público a partir de suportes, sejam eles tecnológicos ou não, mas suportes que possam conectar e criar diálogos entre público e museu.

Vivemos em uma sociedade na qual estas novas tecnologias estão inseridas no dia a dia e existe um culto a esta nova tendência, pois “a máquina aparece como objeto central de um culto novo, presente, hoje em dia, na febre e fascinação pelas novas tecnologias” (LEMOS, 2015, p. 49), causando uma necessidade dos gestores acompanharem esta nova tendência, compreendendo quais as possibilidades que este espaço possui e como adequar suportes tecnológicos às exposições, às atividades que ocorrem nos museus etc., assim como utilizar o ciberespaço para alavancar o poder comunicacional destas instituições.

Sendo assim, é necessário que os profissionais de museu busquem alternativas em seus espaços museológicos para dialogar com o público, seja através de aparelhos tecnológicos, a exemplos de tablets, projeções, entre outros, ou com a criação ou extensão destes espaços na internet, já que é uma forma de abarcar um público cada dia mais “tecnológico”. Dessa forma, possibilita-se que, além de visitantes, o público torne-se participante na construção das ações deste espaço, tornando-o um espaço de fluxo de ideias que, a partir de acervos do passado, pensam no presente, com intuito de construir um futuro que abarque suas necessidades de velocidades de informações e necessidades de conhecimento, seja histórico, artístico e/ou técnico.

Em outras palavras, as atividades museológicas precisam ser pensadas pelos profissionais com o intuito de oferecer eventos para além do espaço físico dos museus, a exemplo de algumas instituições que utilizam a internet para promover a interação com públicos interessados em determinado tipo de acervo, de modo que organizam ações que possam fazer com que indivíduos que frequentam estes espaços sintam-se parte deste processo, participando de discussões, palestras e outras atividades que integrem seus visitantes ao espaço.

Nos debates da Mesa Redonda de Santiago do Chile, em 1972, foi colocado em pauta questões referentes ao caminhar museológico e sua atuação, ou seja, percebemos que ainda estamos em muitos casos na ideologia, o fazer museológico capaz de atingir a públicos diversos e tornar este público parte deste fazer ainda é em muitos casos utópicos, conforme se verifica na carta oriunda da Mesa Redonda de Santiago do Chile, publicada pelo ICOM (1972, p. 106):

[...] o museu é uma instituição a serviço da sociedade, da qual é parte integrante e que possui nele mesmo os elementos que lhe permitem participar na formação da consciência das comunidades que ele serve; que ele pode contribuir para o engajamento destas comunidades na ação, situando suas atividades em um quadro histórico que permita esclarecer os problemas atuais, isto é, ligando o passado ao presente, engajando-se nas mudanças de estrutura em curso e provocando outras mudanças no interior de suas respectivas realidades nacionais.

Compreendemos, assim, a necessidade do fazer museológico mais social, ou seja, o museu não se resumiria a salvaguarda dos objetos, mas também à relação entre seu discurso com o público visitante. Entretanto, em algumas instituições, as atividades que ocorrem neste espaço museológico não contribuem para esta relação ou para o diálogo. Os profissionais responsáveis pela gerência dos museus necessitam adequar seus espaços e evidenciar os problemas atuais, mas também realizar atividades condizentes ao momento atual, no qual a tecnologia é uma ferramenta capaz de auxiliar nos seus processos museológicos internos como a documentação, mas também nos seus afazeres voltados às ações socioeducativas.

As formas de abordagens podem se renovar a partir da utilização destes novos meios tecnológicos, conforme se observou na Mesa Redonda de Santiago do Chile, evento em que esta questão havia sido definida, uma vez que “[...] *as técnicas museográficas tradicionais devem ser modernizadas para estabelecer uma melhor comunicação entre o objeto e o visitante*” (ICOM, 1972, p. 108). Sendo assim, compreendemos que devemos nos atentar para este desenvolvimento tecnológico que ocorre nos dias atuais. Repensar estes espaços museológicos, tornando-os atuais, não significa excluir o antigo, mas, sim, caminhar junto, construindo relações entre passado, presente e futuro, como sinaliza Chagas (2008):

O surgimento de novos paradigmas não inviabiliza por inteiro o paradigma anterior, apenas abre novas possibilidades e torna disponíveis novas (ou velhas) ferramentas para o enfrentamento de novos (ou velhos) problemas. [...] No caso dos museus, essa compreensão é de grande importância, uma vez que eles e seus acervos, mesmo quando organizados no paradigma clássico da museologia, podem ser sementes capazes de, num determinado momento, explodir com o vigor próprio a uma narrativa que esboroa a pretensão de construir muros separadores de tempos e espaço. (CHAGAS, 2008, p. 114).

Os museus ainda são vistos como “espaços para coisas antigas”, mas estes espaços possuem a capacidade de, com seus acervos e atividades, instigar diálogos e identificações com aqueles que os visitam. Muitas são as instituições que mantêm o tradicionalismo, suas ações são feitas para a comunidade e não com a comunidade. Santos (1996) afirma que é:

“[...] importante considerar que, na ânsia de buscar uma prática mais participativa, comprometida com o desenvolvimento social e com a transformação, é preciso evitar o perigo de usar a comunidade como cobaia para simples coleta de informação e para a pesquisa que se esgota em si mesma.” (SANTOS, 1996, p. 18).

A construção de espaços institucionalizados, a exemplo de museus, que dialoguem e criem um sentimento de pertencimento das comunidades é imprescindível, pois compreendemos, a partir das relações atuais e como vemos na cibercultura, que a necessidade de informações mais rápida e a identificação com estas novas abordagens tecnológicas, torna-se cada vez mais urgente. De acordo com Chagas (2008):

Trabalhar em museus passou a significar também o interesse na vida social e política das pessoas, das coleções, dos espaços e dos patrimônios culturais e naturais – e, por essa vereda, um exercício explícito de operar com relações de memória e poder por meio da mediação de coisas concretas. (CHAGAS, 2008, p. 121).

Estas ideias nos auxiliam a observarmos que atualmente, na construção do presente, buscamos criar e organizar um museu que se adeque às novas tecnologias e que ofereça um caminho metodológico que contribua para as inúmeras e recentes ações no campo que une a inovação e a museologia contemporânea. Nosso trabalho escolhe, para a criação deste museu, um grupo social marginalizado em vários aspectos, que associa gênero, pobreza, educação e raça com várias abordagens negativas atribuídas pelas camadas sociais que detêm o poder econômico e simbólico na sociedade, tornando o museu e os processos de musealização ferramentas de empoderamento, autodeterminação e visibilidade de sujeitos.

É fato que grupos marginalizados são objetos de estudos na academia, suas produções são utilizadas e apropriadas no meio acadêmico de maioria alheia à sua realidade, ignorantes dos seus trabalhos e significados.

O tratamento oferecido aos acervos de espaços museológicos possui o potencial de promover uma mudança social a partir dos processos de musealização com um viés social (SANTOS, 1996). Nesse sentido, a participação destes grupos e do público interessado no processo de construção dos discursos apresentados nos museus é uma perspectiva que atualiza o papel destas instituições. Segundo Chagas (2008), “[...] os museus são plurais [...] podem ser tomados como ferramentas de trabalho e, portanto, servir a interesses variados; [...] mesmo dentro de um único museu, há múltiplas linhas de força em ação.” (CHAGAS, 2008, p. 123).

Assim, aqueles indivíduos que antes estavam deslocados destes espaços e eram apenas representados como objeto de estudo, podem começar a ocupar estes locais como agentes protagonistas.

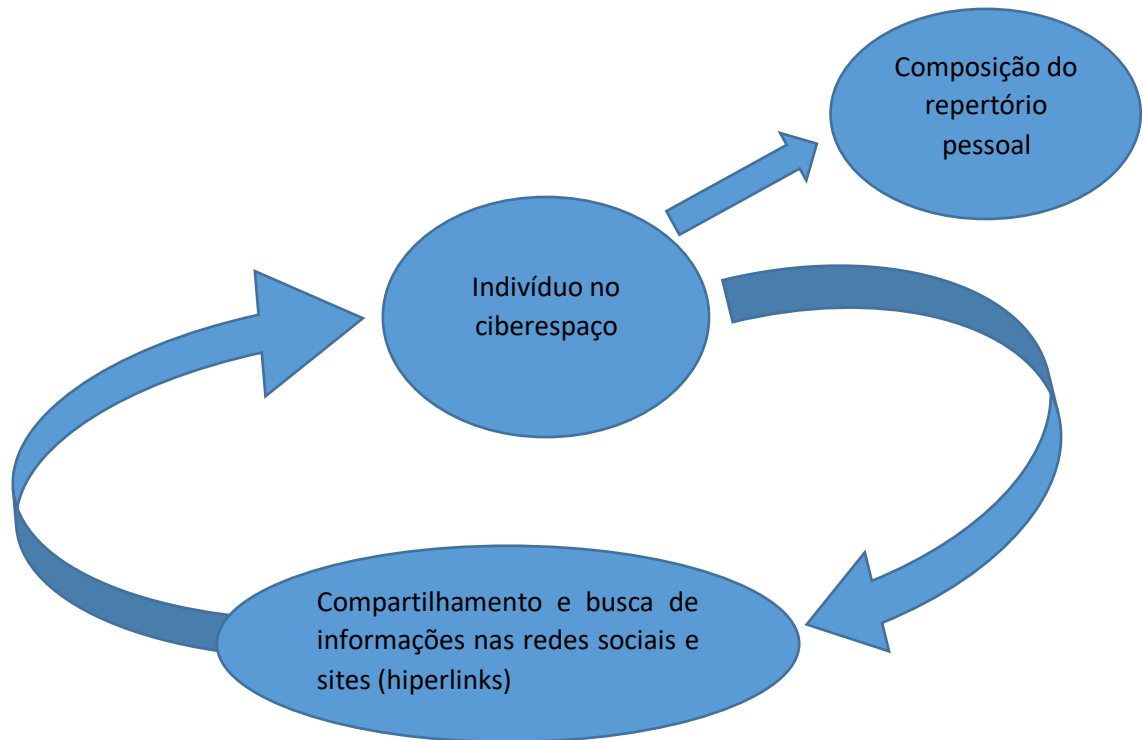
Ainda nesta perspectiva, ressaltamos que o fazer museológico é capaz de ir além dos seus espaços físicos. A partir de uma análise dos processos de musealização, acreditamos que é possível propor uma instituição adequada às necessidades patrimoniais contemporâneas de participação democrática e igualitária dos sujeitos na sociedade.

Estamos em um contexto em que a inserção dos adventos tecnológicos nos museus abriu portas para um novo mundo, o uso de mídias nas exposições, os audiovisuais em atividades socioeducativas e a criação de museus digitais/virtuais etc. Neste momento, os museus passaram a fazer parte de um espaço (ciberespaço), antes desconhecido, mas que exige uma certa velocidade na comunidade e nas informações, este espaço permite que a cibercultura ocorra com seus utilizadores/agentes.

Neste panorama, é importante tomarmos a cibercultura como uma “[...] estética social alimentada pelo que poderíamos chamar de tecnologias do ciberespaço (redes informáticas, realidade virtual, multimídia). A cibercultura forma-se, precisamente, da convergência entre o social e o tecnológico [...]” (LEMOS, 2015, p. 90), ou seja, é um espaço que se constitui através de aparatos tecnológicos, colaborando para as relações sociais. Desenvolvida no ciberespaço, para as relações sociais contribuem para a dinamização das informações, auxiliando a busca pelo conhecimento. Sobre este aspecto, Levy (1996) acrescenta que ela “[...] oferece objetos que rolam entre os grupos, memórias compartilhadas, hipertextos comunitários para a constituição de coletivos inteligentes.” (LEVY, 1996, p. 89).

Assim, neste processo de interação, o indivíduo que utiliza o ciberespaço tem a possibilidade de expandir o seu universo de busca, possibilitando a outros indivíduos obterem conhecimentos diversificados, construindo uma rede de comunicação.

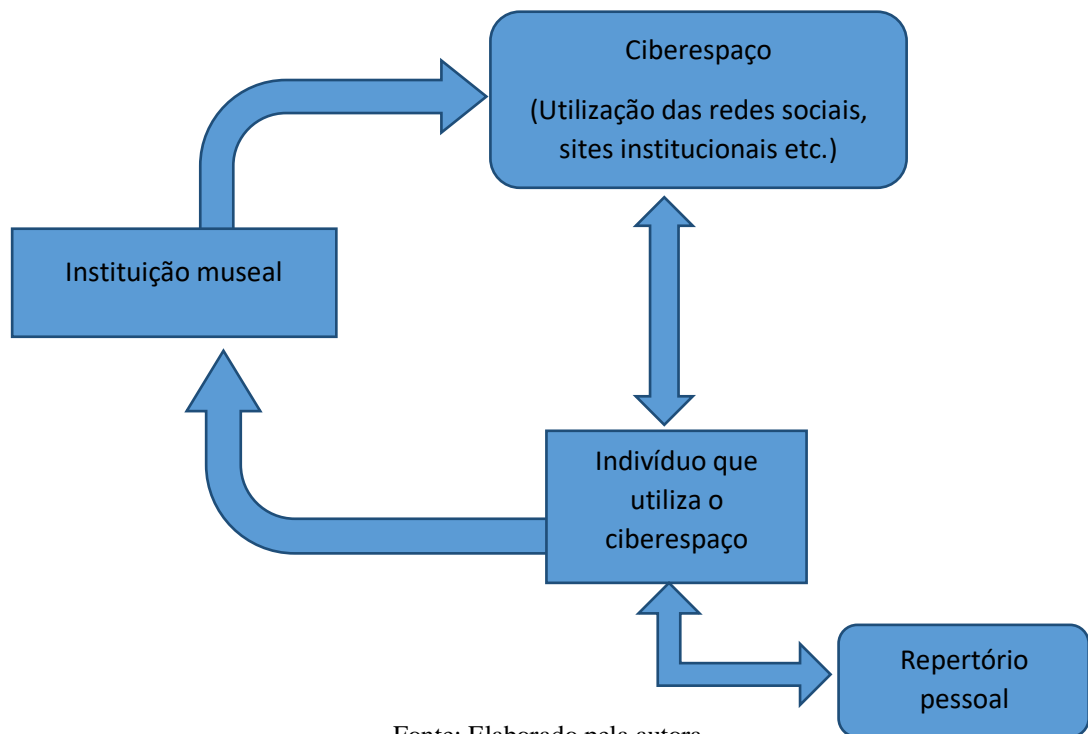
Organograma 01: Processo de interação e comunicação entre usuários do ciberespaço.



Fonte: Elaborado pela autora.

O esquema que produzimos e expomos anteriormente serve para compreender como entendemos o processo de interação e formação do repertório pessoal de cada indivíduo que utiliza o ciberespaço, este repertório pode ser considerado todo o conhecimento de cada indivíduo, a partir de suas vivências pessoais e em sociedade. Sendo assim, podemos notar que cada indivíduo, a partir do seu repertório individual, seja ele constituído por informações retiradas do mundo material ou virtual, busca dados e informações de seu interesse que, por consequência, torna-se parte desta composição. Estas buscas são compartilhadas nas redes sociais ou em sites, nos quais outros indivíduos a utilizam, selecionando as informações que lhes são importantes para compor seu repertório e compartilhar com outros indivíduos.

No caso das instituições museais, quando utilizam o ciberespaço e as diversas redes de comunicação, cooperam com a busca de informações de cada indivíduo, acerca do seu acervo e do seu trabalho socioeducativo, além de conhecerem aquilo que é produzido pelos museus, dinamizam estes espaços, levando informações e criando vínculos com outros usuários do ciberespaço interessados nos assuntos pelos quais as instituições se destinam a trabalhar, como podemos ver no esquema a seguir.

Organograma 02: Instituições museais: cooperação de informações.

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir do esquema anterior, podemos perceber que quando as instituições museais utilizam o ciberespaço (redes sociais e sites institucionais), o indivíduo que utiliza este espaço como forma de abranger o seu repertório pessoal tem acesso às informações destas instituições a partir de uma ferramenta (a internet e o ciberespaço) e do seu uso comum, possibilitando, assim, que estes usuários venham a ter acesso às informações fornecidas por estes locais, o que possibilita, também, um feedback destes usuários acerca do seu local e acervo.

Com a internet oferecendo diversas ferramentas, antes inexistentes devido as limitações dos espaços físicos, criam-se diversos espaços na internet, que nos permitem interagir com pessoas de várias localidades e executar inúmeras atividades ao mesmo tempo. Observamos, conforma aponta Castells (2011), que “[...] a internet nos permite criar um hipertexto customizado e internalizado, sejamos nós um indivíduo, um grupo ou uma cultura.” (CASTELLS, 2011, p. 11). Isto é, quando utilizada pelos espaços institucionalizados como os museus, a possibilidade de hiperlinks criados por cada indivíduo torna-se maior, colaborando para uma rede de informação e comunicação.

Ainda de acordo com Castells (2011):

“[...] os museus poderiam tornar-se protocolos de comunicação entre diferentes identidades, comunicando a arte, a ciência e a experiência humana; e eles podem estabelecer-se como conectores de diferentes temporalidades,

traduzindo-as a uma sincronia comum, mantendo, ao mesmo tempo, uma perspectiva histórica”. (CASTELLS, 2011, p. 20).

Estes protocolos de comunicação, citado por Castells (2011), criados por cada usuário, expande-se e é compartilhado com outros usuários, colaborando, assim, com o processo comunicacional do museu. A comunicação e interação que ocorre no ciberespaço pode proporcionar uma interação entre público e museu. Oliveira (2007) afirma que “[...] ambientes digitais e novos museus estão se organizando. E neles a sociedade se coloca diante de um novo modelo, o das possibilidades de também ajudar na criação de acervos.” (OLIVEIRA, 2007, p. 12). Dessa forma, os visitantes podem sentir que fazem parte deste processo.

O suporte do ciberespaço contribui para que a comunicação museal seja mais dinâmica, dialogando entre culturas distintas em prol de algo comum: a busca pelo conhecimento, sendo um meio atemporal, em que “[...] é preciso, pois, abstrair os conceitos de tempo e espaço e logicamente, abrir mão da exposição tridimensional tradicionalmente usada pelos museus como forma de divulgação de seu acervo” (OLIVEIRA, 2007, p. 8). Desse modo, situações que já ocorreram dialogam com situações atuais, transmitindo e exercitando o processo de crítica daqueles que possuem acesso a estas informações. Podemos compreender as informações, neste espaço, em um sistema circular, o que já ocorreu pode dialogar com o presente, buscando na memória dos seus usuários formas de lidar, resolver e interagir a partir de um dado passado, questões atuais.

Neste sistema, os meios pelos quais estas informações são passadas configuram-se nos diversos aparatos tecnológicos aos quais temos acesso, configurando-se, assim, na convergência que, segundo Jenkins (2009, p. 8), “[...] representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos [...]”. Este processo de comunicação e dinamização da informação que ocorre através dos diversos meios tecnológicos, é facilitado a partir dessa diversidade tecnológica, em que os meios de comunicação anteriores (como exemplo os rádios, televisões e jornais) continuam existindo e cumprindo os papéis aos quais foram destinados, porém com o advento da internet e a circulação de suportes que nos possibilitam esta conexão mais ampla (como tablets e smartphones), temos a possibilidade de encontrar em uma mídia ou em mídias distintas todas as informações que necessitamos e configurarmos esses espaços de forma particular.

Nos informamos e “enriquecemos” nossas capacidades intelectuais, a partir daquilo que partilhamos e do que nos é partilhado através dos atuais meios de comunicação, pelos quais

conseguimos ter acesso à informação mais rapidamente e com uma interação maior com outros usuários. Os media anteriores não possuíam a abrangência e a capacidade de criação de interesses particulares, como a televisão que, apesar da diversidade de canais, nos oferecia conteúdos pré-moldados, sem que pudéssemos modificá-los. Com o processo de comunicação dos museus, as informações contidas nos espaços museológicos, que podem ser difundidas em diversos espaços na internet, capazes de serem acessados através de diferentes suportes tecnológicos. Através dos media atuais, podemos nos conectar com o mundo e partilhar interesses.

A internet auxilia no processo de informação, expandindo as possibilidades dos museus que a utilizam em diversos suportes. Os seus usuários passam a poder interagir com esta rede, criando espaços próprios, com interesses particulares. Para Jenkins (2009), a convergência acontece para criar uma relação através dos sistemas informacionais e de aparelhos eletrônicos, este processo ocorre de forma fluida, o faz com que estes meios consigam dialogar e se complementar. Esta convergência auxilia no processo de comunicação, seja coletivo ou particular, acompanha as mudanças tecnológicas e como cada indivíduo irá utilizar estes meios de forma a colaborar para a apreensão dos conteúdos. A convergência, para Jenkins (2009), “[...] é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. [...] Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final.” (JENKINS, 2009, p. 43).

Por conseguinte, podemos compreender que, desde os primeiros meios de comunicação, este processo de convergência acontece através dos rádios, televisões e jornais, com um fluxo mais lento. O advento da internet permite que esse fluxo de informações percorra em direção aos caminhos das inteligências individuais com uma maior velocidade. A mudança ocorreu na sua produção e na compreensão humana destes aparelhos eletrônicos, conforme aponta Jenkins (2009):

A convergência está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, dentro das mesmas franquias, dentro das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro dos mesmos grupos de fãs. A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação. (JENKINS, 2009, p. 44).

No entanto, é necessário salientarmos, como afirmou Jenkins, em citação anterior, a convergência não é um ponto final e, sim, o processo, sendo que este processo continua todos os dias em evolução. Novas formas de interação com o ciberespaço são criadas constantemente

e temos a necessidade de compreendermos sua utilização para acompanharmos o desenvolvimento social e a utilização destes espaços.

Podemos perceber, assim, que com os avanços tecnológicos por volta do final do século XX, início do século XXI, empresas, comércios e instituições iniciaram a utilização da internet para alavancar os seus empreendimentos, além disso, a internet tornou-se ferramenta para desenvolvimento econômico e um suporte para desenvolvimento social, como afirma Levy (1999):

Sem que nenhuma instância dirigisse esse processo, as diferentes redes de computadores que se formaram desde o final dos anos 70 se juntaram umas às outras enquanto o número de pessoas e de computadores conectados à inter-rede começou a crescer de forma exponencial. Como no caso da invenção do computador pessoal, uma corrente cultural espontânea e imprevisível impôs um novo curso ao desenvolvimento tecno-econômico. As tecnologias digitais surgiram, então, como a infra-estrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento. (LEVY, 1999, p. 32).

Sendo assim, notamos as mudanças ocorridas com a inserção destes novos meios tecnológicos, não apenas no quesito pessoal, mas em diversos setores da sociedade, a exemplo do setor econômico, evidenciando, sempre, a busca e expansão do processo informacional e comunicacional dos seus usuários. Em meio a essas mudanças, os museus também percebem a necessidade de utilizar essa nova ferramenta para o desenvolvimento de suas atividades. De acordo com Henriques (2004):

A criação de sites de museus proliferou a partir da década de 90, com o avanço da Internet, mas muitos museus ainda nem possuem sites institucionais. E muitos deles possuem sites cujo único objetivo é apenas disponibilizar informações de contato da instituição. (HENRIQUES, 2004, p. 1).

Com isso, muitos profissionais de museus percebem que, além de estender seus espaços museológicos nas redes mundial de computadores, as ferramentas tecnológicas são capazes de fazer parte das exposições e atividades desenvolvidas nos museus.

Lynne Teather (1998), em seu artigo *A Museum is a Museum is a Museum... Or Is It?: Exploring Museology and the Web*, publicado na *Museums and Web*, ao citar Piacente (1996), nos lembra que existem três subcategorias de museus virtuais: os folhetos eletrônicos, o museu no mundo virtual e os museus interativos. Segundo Piacente (1996), citada por Teather (1998):

[...] o “folheto eletrônico”, essencialmente um formato de folha de publicidade como um folheto ou apostila utilizada pelos sites para ou para explicar aos visitantes como chegar aos locais . O segundo foi "O Museu no Mundo Virtual", pela qual o museu real foi projetado na web por meio de mapas, plantas baixas, imagens, coleções on-line ou exposições, reais e virtuais. [...] Maria Piacente identifica um terço da abordagem de páginas web museu, ‘os verdadeiros interativos’, aqui, as páginas podem ter alguma relação com verdadeiro museu, mas eles também podem adicionar ou reinventar o museu e até mesmo convidar o público a fazê-lo. Muitas vezes, esses sites se diferenciam na web a partir de museu pelo seu nome, especialmente os dos centros de ciência. (Tradução nossa)⁶.

Ao observarmos os avanços tecnológicos e como a utilização destes espaços tornou-se algo comum entre aqueles que administram as instituições museológicas, percebemos a necessidade de trazer, além das definições anteriores, conceitos atuais utilizados para a definição dos museus virtuais/digitais, de modo que buscamos explicar as expressões utilizadas para museus virtuais e digitais. Oliveira (2014) busca definir os modelos museológicos que ocorrem no ciberespaço de duas formas: os catálogos eletrônicos e uma segunda vertente que se ramifica em dois caminhos:

[...] os museus, no ciberespaço, foram aqui classificados em duas vertentes. A primeira referencia os catálogos museológicos *on-line*, que correspondem aos modelos embrionários, cujo objetivo é informar a sua “base” presencial, sem expor os seus sistemas [...]. A segunda vertente referencia dois tipos arquitetônicos básicos. O primeiro é o MD [...]. Compreendido como museu que possui a interface presencial e tem adaptações ciberculturais, portanto recopilado para exibição na rede [...]. O segundo tipo é o CM, aquele sem base “física” de exposição e pesquisa, que funciona como espaço museístico somente no ciberespaço. (OLIVEIRA, 2014, p. 9).

Ao analisarmos as definições supracitadas, percebemos que são mantidos os tipos de museus existentes no ciberespaço, mudam-se suas nomenclaturas e como são organizados. Dessa forma, denominamos o museu em questão como museu virtual ou cibermuseu, por corresponder às definições e autores que utilizamos no decorrer do texto. Os museus e as instituições culturais compartilharam desse desenvolvimento, fazendo uso deste suporte, para continuação e divulgação de suas atividades. Porém, apesar das diversas possibilidades deste

⁶ “The first was the “Electronic Brochure”, essentially an advertising sheet format like the brochure or handout used at sites or to get visitors to come to sites. The second was "The Museum in the Virtual World" whereby the actual museum was projected onto the web by means of maps, floorplans, images, online collections or exhibits, both real and virtual. [...] Maria Piacente identifies a third of approach to museum web pages, ‘The True Interactives’. Here, the pages may have some relation to real museum but they also add or reinvent the museum and even invite the audience to do so. Often these sites differentiate the web from museum by its name, especially those of the science centres.”

espaço e suas ferramentas, ainda existem museus que não utilizam de sites específicos para a sua divulgação.

Necessário também salientarmos que o museu virtual não surge como forma de substituição do museu e acervo físico. Segundo Scheiner (2013), como conhecemos na sua origem, o acervo físico surge para colaborar com a difusão do conhecimento e diálogo entre culturas contemporâneas e patrimônio. A própria Scheiner (2013) escreve: “cabe lembrar que o museu virtual/digital não substitui nenhum dos modelos de museu já existentes, apenas soma-se a eles. Convivem assim no mundo contemporâneo, todas as formas e modelos existentes de museus.” (SCHEINER, 2013, p. 372). Desse modo, esses tipos de museus surgem para colaborar na interação do mundo contemporâneo, essas instituições, físicas ou virtuais, interagem entre si e entre seus utilizadores.

Na contemporaneidade, podemos perceber a grande utilização das redes sociais, a exemplo do Facebook⁷ e Instagram⁸, por essas instituições museais que as utilizam para divulgar simultaneamente suas atividades enquanto estas ocorrem, criando mais uma forma de interação que busca variadas maneiras de informar, capazes de serem acessadas através de diversos dispositivos distintos.

Com a utilização da internet, as possibilidades de interação entre pessoas e instituições torna-se mais dinâmica e enriquecedora. O público que utiliza a internet para conhecer estes espaços passa a ter a possibilidade de interação que antes não era eficiente, a possibilidade de selecionar aquilo que o interessa e de exercer diversas atividades simultaneamente. No ponto de vista de Castells (2011):

A internet tem o efeito de permitir que nos conectemos seletivamente com diferentes formas de expressão cultural e diferentes sistemas eletrônicos de comunicação e reunir – de acordo com que cada um de nós deseja, pensa ou sente – diferentes elementos desse sistema de comunicações, de tal forma que o hipertexto vive em cada um de nós. (CASTELLS, 2011, p. 10).

Os diversos suportes midiáticos estão em sintonia, colaborando para este intercâmbio informacional, auxiliando nas possibilidades de receber e oferecer informações. Ao analisarmos o ciberespaço, podemos perceber as grandes possibilidades de interação entre diversos suportes midiáticos, antes, cada mídia tinha o seu papel, hoje, elas se conectam, podendo compartilhar

⁷ Criado em 2004, Facebook pode ser considerado um website com o intuito de permitir que usuários interliguem seus perfis a outros usuários ou a páginas de interesses em comum.

⁸ Instagram é um aplicativo criado com o intuito do compartilhamento de conteúdo, fotos ou vídeos, como dito na própria plataforma “O Instagram oferece a você uma forma rápida, bela e divertida de compartilhar mídia por meio da nossa plataforma de compartilhamento de conteúdo.” (Informações retiradas do aplicativo).

as diversas informações a partir de diversos sistemas. Diversas forças, contudo, começam a derrubar os muros que separam esses diferentes meios de comunicação. Novas tecnologias midiáticas permitiram que o mesmo conteúdo fluísse por vários canais diferentes e assumisse formas distintas no ponto de recepção (JENKINS, 2009).

Podemos, assim, perceber as integrações e interações possíveis das novas tecnologias, estas se vinculam, colaborando para uma dinamização da informação. Pontuamos, porém, que as novas tecnologias não substituem as tecnologias anteriores, torna-se possível, contudo, o acesso à informação a partir de uma variedade maior de suportes. De acordo com Lemos (2003):

[...] as novas ferramentas de comunicação geram efetivamente novas formas de relacionamento social. A cibercultura é recheada de novas maneiras de se relacionar com o outro e com o mundo. Não se trata, mais uma vez, de substituição de formas estabelecidas de relação social (face a face, telefone, correio, espaço público físico), mas do surgimento de novas relações mediadas. (LEMOS, 2003, p. 5).

Estas ferramentas estão constantemente buscando inovações para proporcionar diálogos ricos e atuais com seu público, além de um uso eficaz, que atenda as necessidades e curiosidades dos seus usuários. Stockinger (2004) afirma que “o sistema de comunicação usa as ações comunicativas dos participantes para criar o seu próprio sistema. Ele as usa, abusa, esgota as contribuições dos participantes na sua própria dinâmica de processar informações.” (STOCKINGER, 2004, p. 9). Ao analisarmos as possibilidades que o ciberespaço nos oferece, podemos perceber o quanto este local pode colaborar no processo de musealização. Apesar desse espaço ainda não ter todas as suas funções utilizadas pelas instituições museais, são muitas as possibilidades que ele nos oferece. De acordo com Cunha (2012):

Museus digitais devem constituir-se como realidades paralelas, estruturadas a partir do que imaginamos seja um museu e seu acervo. Esta realidade permite, por sua vez, que no âmbito da imaterialidade possamos atingir objetivos que nem sempre a dimensão concreta permite, [...]. No contexto digital, temos a oportunidade e possibilidade de tentar resolver questões inerentes aos limites materiais espaciais das nossas instituições museológicas, como por exemplo, no que diz respeito à capacidade de receber, assimilar e atender a uma grande quantidade e diversidade de públicos. (CUNHA, 2012, p. 246).

Para analisarmos essas questões, podemos partir do processo de documentação das instituições: existem alguns programas específicos para o desenvolvimento da documentação museal, que abrangem diversos acervos. Estes programas são elaborados com intuito de colaborar na documentação desses acervos, com o uso do ciberespaço. Outro ponto que

podemos destacar sobre as possibilidades do ciberespaço é a conservação do acervo ou do registro desse acervo. Neste sentido, utilizando princípios adequados, as obras ou seus registros podem ser mantidos por mais tempo como programas específicos que conservem imagens, vídeos ou sons, as nuvens que podem ser utilizadas para backups, entre outros.

Na exposição e nas pesquisas, as possibilidades do uso da tecnologia são diversas para um desenvolvimento dinâmico e capaz de incentivar a interação do público com a instituição como, por exemplo, tabletes e projeções, para compor estas atividades. Um dos papéis principais do museu é a difusão de conhecimento a partir dos seus acervos, contribuindo para o desenvolvimento cultural e intelectual dos indivíduos que o utilizam. Cunha (2012), afirma que:

A difusão é uma das características inerentes de um museu digital, pensado como elemento constituinte de redes no que se convencionou chamar sociedade da informação. Sem a perspectiva de difusão e interação, como espaço propiciador de diálogos, não há porque levar um museu digital em frente, uma vez que seu objetivo é exatamente possibilitar a organização, sistematização e difusão de fontes documentais para a utilização dos seus usuários – agentes. (CUNHA, 2012, p. 525).

Neste sentido, a internet colabora de forma positiva quando utilizada para expansão e produções museológicas, assim como os aparelhos tecnológicos nas exposições físicas, contribuindo para a difusão de informações e para que haja interação entre os seus usuários. Dessa maneira, compreendemos que é papel inerente dos profissionais de museu atentar-se para o desenvolvimento das novidades tecnológicas e para as possibilidades da internet. Como comentado anteriormente, estes novos caminhos contribuem para a difusão do seu acervo, das atividades e inserção de públicos que antes não poderiam ter acesso ou não se sentiam parte do espaço museológico.

Quando compreendemos essas informações sobre o desenvolvimento da museologia no ciberespaço e a inserção da tecnologia nos museus, percebemos, por parte dos museólogos e dos profissionais envolvidos, o interesse de aliar a museologia com essas novas referências da cibercultura, notamos, ainda, que a criação de um espaço especificamente virtual, para a musealização de uma arte também caracterizada pela sua efemeridade, não é algo utópico, mas, sim, uma realidade possível e necessária, pois, ao observarmos o contexto em que estas criações são produzidas, nota-se a necessidade de fazer perdurar o seu registro e, para isso, a internet e os novos media são essenciais para este desenvolvimento, aparados pelos teóricos da museologia e da cibercultura que nos mostram as possibilidades para esse caminhar.

Os museus no ciberespaço, ou aqueles que fazem uso deste local para extensão ou divulgação de suas atividades, colaboram e fazem parte da maior rede de comunicações utilizadas atualmente, quando se percebe a importância desse uso, compreendemos a necessidade de que mais espaços museológicos se integrem nessa rede. Percebemos o ciberespaço como uma das possibilidades de comunicação entre grupos com interesses comuns ou não, que compartilham ideias, criam discussões e se informam. Sabemos que os museus são espaços possíveis para impulsionar discussões e ampliar o conhecimento individual e a rede de internet possibilita que esta função seja ampliada.

Os visitantes de museus têm, nesse espaço, um local capaz de compreender narrativas históricas, através das expografias organizadas no contexto atual, para que seja pensado um futuro possível de ser escrito de forma diferente ou não daquilo observado nas suas exposições. A utilização do ciberespaço para auxiliar na comunicação museal possibilita ao usuário, que faz uso frequente desse local, utilizar as ferramentas oferecidas por essa rede para discussões como, por exemplo, os movimentos sociais, que encontram na internet um espaço democrático para expor suas opiniões.

Os movimentos sociais, que buscam discutir assuntos de interesse para suas ações, podem achar nos museus subsídios para afirmarem seus questionamentos, existindo a possibilidade de atuação desses movimentos nos espaços museológicos online, onde os agentes dos movimentos sociais, conforme assinala Gohn (2011), “[...] atuam por meio de redes sociais, locais, regionais, nacionais e internacionais ou transnacionais, e utilizam-se muito dos novos meios de comunicação e informação, como a internet.” (GOHN, 2011, p. 335-336). A ferramenta museu pode colaborar para atuação desses movimentos, quando pensamos em todas as trajetórias históricas e culturais contadas através das exposições e atividades museológicas.

Podemos ter como exemplos os espaços museológicos que abrigam acervos voltados para a cultura afro ou acervos voltados para a produção da mulher na arte, estes espaços e tantos outros, podem ter, além de um acervo físico (esculturas, pinturas, objetos, entre outros), discussões sobre estes temas, confirmando o papel do museu, não apenas como “depósito e vitrine” de objetos, mas, também, espaço dinâmico com discussões, ideias diversas e um público diversificado. Quando materializado no ciberespaço, essas instituições colaboram para um amplo processo de alcance comunicacional, oferecendo aos usuários frequentes do ciberespaço mais um local capaz de auxiliar nos debates de temas relevantes, como exemplificado anteriormente.

Os museus podem, assim como espaços democráticos na internet, como as redes sociais, permitir o uso dos cidadãos para compor discussões significativas para mudanças sociais, os

movimentos sociais, como dito anteriormente, utilizam o ciberespaço como ferramenta para suas atividades e para ampliação de suas discussões. Ao pensarmos que os museus podem se tornar bases físicas ou online para apoio a esses debates, seu uso pode ser mais amplo.

3 POR UM MUSEU DOS *GRAFFITI* PRODUZIDOS POR MULHERES

Ao pensarmos na presença da mulher nos museus, em específico, a mulher como artista, podemos perceber que só lhe é dada uma visibilidade ocasionalmente e apenas quando esta detinha um poder monetário, social ou religioso. Miranda (2006) comenta que:

As oportunidades para as mulheres em matéria de educação, estava portanto mais disponível àquelas que quisessem abraçar uma vida celibatária. As monjas dispunham de tempo e espaço para se dedicarem à leitura, à escrita, à composição, à tecelagem, à gravura, à pintura, [...] Dentre as muitas funções que exerciam, trabalharam como bibliotecárias, professoras, copistas e artistas. (MIRANDA, 2006, p. 7).

Por outro lado, a mulher era reprimida por barreiras econômicas ou sociais que a impedia de exercer o papel de artista, por conta de uma visão de que a mulher não era capaz de produzir obras artísticas que transmitissem seu pensamento ou concepções de mundo. Nesse sentido, Trizoli (2008) afirma que:

[...] o preconceito latente de dispor para as mulheres a posição de criadores de objetos artísticos barrava suas entradas em salões e escolas de arte. Tal concepção fora o grande impedimento para a inserção das mulheres no mundo das artes (no mundo do trabalho no geral), já que as instituições normalizantes (médicos, juristas entre outras autoridades masculinas) pregavam a incapacidade feminina de dispor de seu próprio destino, o que conseqüentemente as invalidava como seres pensantes. (TRIZOLI, 2008, p. 1497).

É fato que essa limitação para que a mulher exercesse a função de artista ainda resiste aos avanços da sociedade contemporânea.

Apesar de haver uma certa “conquista de espaço” pelas mulheres, o reconhecimento e a influência masculina sempre foram o denominador comum necessário para esse sucesso. Em alguns momentos artísticos nacionais, podemos apontar exemplos que, apesar do reconhecimento público, não fogem totalmente a essa regra, a exemplo do modernismo brasileiro, do qual participaram Anita Malfatti e Tarsila do Amaral, esta, segundo Godinho (2016), “[...] é figura essencial do grito de rebeldia da cultura e da arte brasileira do início do século XX [...]” (GODINHO, 2016, p. 16). Estas pintoras começam a alcançar um pouco mais de visibilidade dentro desse contexto. Barbosa (2003) afirma que:

A conquista dessa igualdade no Brasil começou com a Semana de 1922, através dos modernistas, cujas ideias anticolonialistas permitiram uma

reflexão mais profunda sobre igualdade de gênero, de raça e de códigos culturais. [...] Foi a partir dessas ideias que duas mulheres puderam ser reconhecidas como as artistas mais importantes do modernismo brasileiro: Tarsila do Amaral e Anita Malfatti. (BARBOSA, 2003, p. 129).

Rompe-se, nesse sentido, com o padrão artístico imposto pelos artistas que já tinham um lugar definido nesse espaço e por aqueles que legitimavam a arte. Podemos observar outras mulheres que utilizaram a expressão artística para buscar lugares e compor espaços que tiveram por muito tempo limites que as invisibilizavam.

Paulatinamente, mulheres começam a utilizar diversas linguagens artísticas para mostrar que as barreiras que existiam estavam sendo derrubadas aos poucos na música, no teatro, na escrita e em outros diversos locais, antes apenas compostos por homens. Godinho (2016) comenta que “o que une estas mulheres é um desejo incontido de vencer barreiras e construir seus canais de expressão. Sobretudo temos mulheres que lutam, ontem e hoje.” (GODINHO, 2016, p. 20). Este desejo de mostrar seus potenciais eram alimentados cada vez mais pelas dificuldades que estas mulheres sofriam e por conta da exclusão como agentes culturais.

As quebras de tradições e costumes transformam os momentos históricos, possibilitando que possamos perceber onde determinados agentes estavam inseridos, no caso, na história da arte, Godinho (2016) afirma que a “[...] produção artística das mulheres nos remete sempre aos movimentos de ruptura necessários em cada época, indispensáveis em cada vida, inúmeras vezes angustiantes em cada destino particular, para que pudessem romper os limites impostos às mulheres” (GODINHO, 2016, p. 18). Mesmo assim, a mulher ainda é colocada em um local de invisibilidade e está em constante busca da sua valorização como artista. Nesse sentido, os espaços histórico-culturais como museus podem ser ferramentas capazes de colaborar com essas discussões e com a inserção dessas mulheres no setor artístico.

Entendemos que os museus, por muito tempo, traçaram o seu plano de trabalho a partir da materialidade, com a utilização da internet pelos museus é possível observar uma outra possibilidade, pautada na constituição de registros fotográficos de uma produção artística que tem como sua principal característica a efemeridade. Os museus, assim como a arte, recriam-se de acordo com o tempo em que acontece. Dessa forma, temos a arte efêmera e urbana e os museus virtuais, que podem dialogar e interagir, de forma a inovar sua utilização com um público que está recriando-se a cada momento. Castells (2011) afirma que:

Por fim, assim como outras instituições culturais, os museus devem ser capazes de tornarem-se não apenas repositórios de patrimônio, mas também espaços de inovação cultural e centros de experimentação. Poder-se-ia dizer

eu eles deveriam desempenhar o mesmo papel no campo da inovação cultural que os hospitais estão desempenhando atualmente na pesquisa médica. (CASTELLS, 2011, p. 20).

As produções artísticas na contemporaneidade geralmente surgem como forma de ruptura do que tinha sido produzido nos séculos anteriores, compondo-se de linguagens que se expressam de forma a contestar não apenas a arte produzida, como seus cânones e tradicionalismo, mas também contrapondo-se ao período político da época em que surgia.

Neste aspecto, as produções dos *graffiti* dinamizam e tornam a arte mais acessível, tendo, na sua origem, a produção por aqueles que eram postos à margem da sociedade, devido principalmente ao fator econômico, contestando, assim, a produção artística atual e evidenciando que todos podem produzir arte de qualidade, sem distinção de classes sociais ou econômicas.

Essas produções têm como origem o subúrbio da cidade de Nova Iorque, nos Estados Unidos da América. Seus agentes utilizavam os metrô como suporte para suas representações, tornando essa expressão artística acessível a todos aqueles que utilizavam esse transporte.

Compreendemos os *graffiti* como forma de linguagem de um grupo específico, seus produtores utilizam elementos gráficos característicos dessa produção para se expressarem. Entende-se como linguagem toda representação que se utiliza de meios para comunicar algo para alguém. Hall (2016) comenta que:

Na linguagem, fazemos uso de signos e símbolos – sejam eles sonoros, escritos, imagens eletrônicas, notas musicais e até objetos – para significar ou representar para outros indivíduos nossos conceitos, ideias e sentimentos. A linguagem é um dos “meios” através do qual pensamos, ideias e sentimentos são representados numa cultura. (HALL, 2016, p. 18).

Desta perspectiva, os *graffiti* são expressados através de imagens e palavras para comunicar o pensamento do artista em suportes de locais públicos. Os *graffiti*, como produções que refletem uma determinada cultura, observando que cada produtor produz aquilo que a cultura a qual está inserido aborda, no contexto da arte contemporânea, surgem como formas de expressão daqueles que eram postos às margens da sociedade, ou seja, todo cidadão que pertencia a um grupo “subalternizado”: negros, pobres, mulheres, entre outros. Sobre a questão dos *graffiti* se tornarem veículos de popularização da arte, Gitahy (2012) comenta que “[...] o *graffiti* veio para democratizar a arte, na medida em que acontece de forma arbitrária e descomprometida com qualquer limitação espacial e ideológica.” (GITAHY, 2012, p. 13). Em

outras palavras, os *graffiti* propõem quebrar as barreiras impostas pelos cânones criados para a produção artística, buscando tornar a sua visualização acessível para todas as pessoas.

Sobre os *graffiti*, Gitahy (2012) comenta ainda:

[...] - subversivo, espontâneo, gratuito, efêmero; - discute e denuncia valores sociais, políticos e econômicos com muito bom humor e ironia; - apropria-se do espaço urbano a fim de discutir, recriar-se e imprimir a interferência humana na arquitetura da metrópole; - democratiza e desburocratiza a arte, aproximando-a do homem, sem distinção de raça ou de credo; - produz em espaço aberto sua galeria urbana, pois os espaços fechados dos museus e afins são quase sempre inacessíveis. (GITAHY, 2012, p. 17-18).

Enquanto para muitas pessoas, nos dias atuais, esta produção artística pode ser contextualizada como ato de vandalismo, para seus produtores e estudiosos, o *graffiti* é uma forma de reivindicar a condição do negro na sociedade, questões sobre o machismo, entre outros, como para as grafiteiras que o utilizam de forma política, levando às ruas questões voltadas ao direito da mulher, por exemplo. Sobre cultura, Hall (2016) afirma:

[...] que cultura não é tanto um conjunto de coisas – romances e pinturas ou programas de tv e história em quadrinhos -, mas sim um conjunto de práticas. Basicamente, a cultura diz respeito à produção e ao intercâmbio de sentidos – o “compartilhamento de significados” – entre os membros de um grupo ou sociedade. Afirmar que dois indivíduos pertencem à mesma cultura equivale a dizer que eles interpretam o mundo de maneira semelhante e podem expressar seus pensamentos e sentimentos de forma que um compreenda o outro. (HALL, 2016, p. 19-20).

Entendemos que o *graffiti* é parte do universo cultural de um grupo de produtores que buscam se expressar utilizando formas comuns entre si, quebrando o pressuposto de que os *graffiti* podem ser definidos como atos de vandalismo.

A cultura é caracterizada principalmente pelas diferenças de concepções de mundo, interpretação dos significados e expressões de sentido. A sociedade, nas formas em que se relaciona com as produções culturais, aparece como algo heterogêneo, suas construções são resultados das experimentações individuais e coletivas. Hall (2006) afirma que:

A sociedade não é, como os sociólogos pensaram muitas vezes, um todo unificado e bem delimitado, uma totalidade, produzindo-se através de mudanças revolucionárias a partir de si mesma, como o desenvolvimento de uma flor a partir de seu bulbo. Ela está constantemente sendo “descentrada” ou deslocada por forças fora de si mesma. As sociedades da modernidade tardia, argumenta ele, são caracterizadas pela “diferença”; elas são atravessadas por diferentes divisões e antagonismos sociais que produzem

uma variedade de diferentes “posições de sujeito” – isto é, identidades – para os indivíduos. (HALL, 2006, p. 4).

Os *graffiti* são elementos próprios de uma cultura, como dito anteriormente, que se distinguem dentro da sociedade, pois usam linguagem própria e formas visuais.

Para a artista Chermie (2014), esta arte “[...] vai além do muro, tem um conceito, uma ideologia [...]”⁹, sinalizando que seus produtores possuem uma concepção diferente de mundo, abordada através de expressões particulares. Compreendemos, portanto, que, dentro do próprio *graffiti*, existem diferenças de expressões e lugares que se articulam e informam, apesar dos variados estilos de *graffiti*, de tags¹⁰ aos desenhos estilizados, os seus produtores utilizam elementos comuns como pertencentes desse estilo de vida, de modo que seu público consiga compreender suas expressões. Necessário também é fazer com que o outro, pertencente a uma outra realidade e cultura, consiga compreender aquilo que o artista buscou evidenciar.

Os elementos gráficos utilizados nos *graffiti* tornam-se um dos aspectos mais complicados para que a sociedade compreenda essa linguagem, pois suas formas e letras estilizadas nem sempre são simples e de fácil entendimento. Sendo assim, esse pode ser um dos motivos pelos quais indivíduos que não pertencem a essa cultura acabem a colocando em um patamar de estranhamento. Tudo aquilo que não conhecemos, concluímos que é algo distante e, muitas vezes, ruim. Assim, como qualquer forma de linguagem, compreender a utilização desse mecanismo pelo outro é quebrar barreiras da dimensão cultural que o outro possui.

Essa compreensão do *graffiti* deve ocorrer principalmente a partir da origem dos *graffiti* que nos faz compreender também a importância da mulher que atua nas ruas nos dias atuais, alguns escritores afirmam que, no início da cultura *hip-hop*, a qual o *graffiti* está inserido, eram os homens que mais desenvolviam as atividades como DJ¹¹, MC¹² e grafiteiros, as mulheres, companheiras desses sujeitos, estavam, na maioria das vezes, encarregadas das atividades internas de organização e, em alguns momentos, nas batalhas de *break dance*.

Cada vertente artística tem sua linguagem dentro da cultura *hip-hop* e, ao pensarmos nos *graffiti*, identificamos algumas características próprias dessa arte, como já dito anteriormente, a sua produção no contexto urbano, a utilização de cores e imagens, diferente da pichação, e uma das principais características é a efemeridade. Como afirma Gitahy (2012, p.

⁹ Chermie [jun. 2014]. Entrevistadora: Melissa Santos dos Santos, realizada no dia 13/06/2014, em Salvador – Bahia.

¹⁰ Tags: Assinaturas do nome ou apelido do grafiteiro.

¹¹ DJ: Disc-jóquei, que são aqueles ou aquelas que manipulam os aparelhos que acompanham ou não o MC.

¹² MC: Aquele que se expressa dentro da cultura através do rap, que significa ritmo e poesia.

16), o *graffiti* é “Efêmero por natureza [...]”. Ao refletir sobre a particularidade dessas produções, é necessário compreender o que é arte efêmera. Para Roque (2011):

Efêmero é, por conseguinte, a qualidade de transitório em oposição ao eterno, aquilo que passa e se transforma ou desaparece, o que se esvai e não tem presença definitiva. A arte efêmera é a obra que se cumpre no momento em que é criada, sem pretensão de continuidade ou de perpetuidade [...] (ROQUE, 2011, p. 4).

A produção de linguagens artísticas da arte urbana surge sem pretensão de ser eterna, seu processo também constitui esse tipo de arte, pois a arte urbana, que tem como característica principal a efemeridade, tendo como suporte para desenvolvimento o cenário urbano, tem também como parte do processo a participação dos transeuntes.

Em entrevista, baseada em um questionário elaborado previamente, feita com a artista Sista Katia (2014), a artista coloca seu ponto de vista sobre a produção dos *graffiti* e como é a sua relação com as pessoas do entorno onde sua arte é feita:

“[...] eu gosto de pintar em lugar que tem vida mesmo [...], que as pessoas moram, que as pessoas estão sempre ali, e ai acaba tendo influência do local, às vezes eu vou pintar uma personagem, só, parada, aí a galera ‘bota um coração’, ‘bota uma flor’, ‘bota o nome de não sei quem’ [...] e ai acaba virando uma outra coisa [...]” (informação verbal)¹³

Dessa forma, verifica-se como essas relações influenciam diretamente na produção dos *graffiti*, os indivíduos, moradores das comunidades, transeuntes, colaboram, opinam e constituem esse processo de produção.

Aqui abrimos um parêntese para explicar o termo mulher, que será utilizado para aquele indivíduo que se reconheça como mulher, seja pelo sexo biológico, seja pelas definições psicológicas. Necessário salientarmos também que não desejamos dar um gênero para a produção, mas recortarmos um público que, durante muito tempo e ainda hoje, busca uma visibilidade que, muitas vezes, é camuflada pelos padrões artísticos que ainda permeiam a nossa época.

Com isso, podemos perceber que, com o decorrer e difusão da cultura *hip-hop*, a mulher, nas produções urbanas, continua quebrando as barreiras que a invisibilizavam no contexto artístico com desejo de ocupar outros espaços. É mais notável a presença dessas mulheres sendo

¹³ SISTA KATIA [jul.2014]. Entrevistadora: Melissa Santos dos Santos, realizada no dia 03/07/2014, em Salvador – Bahia.

rappers, se inicia uma conquista nas aparelhagens de som sendo DJs e começam a ir às ruas, pintar muros, prédios, postes e todo suporte urbano que oferece uma possibilidade de ser “conquistado”.

Nesse sentido, podemos começar a reconhecer a mulher como produtora do *graffiti* e, além disso, uma agente cultural que, segundo Certeau (2012), é definido como “[...] aqueles que exercem uma das funções ou uma das posições definidas pelo campo cultural: criador, animador, crítico, promotor, consumidor etc.” (CERTEAU, 2012, p. 195). Então, entendemos que a mulher, nessa cultura, assim como os homens, são criadores, ao produzirem e difundirem a arte do *graffiti*.

Podemos perceber a abordagem centralizada nas temáticas do universo da mulher retratadas nos muros. Ainda existe um certo estranhamento por parte da sociedade ao ver uma mulher na rua, pintando em andaimes, com rolinhos ou sprays. Foi possível constatar esse fato a partir das observações feitas em eventos de arte urbana, nos quais, em alguns diálogos, é comum ouvirmos o questionamento: “existe mulher grafiteira?”, assim como nas observações participativas, ao ir às ruas para grafitar e os passantes questionarem a capacidade artística ou afirmarem que aquele não era o lugar em que uma mulher deveria estar.

Ao compreender a trajetória da mulher dentro da cultura *hip-hop*, mais especificamente atuante na cena dos *graffiti*, podemos perceber, como dito na seção anterior, a quebra de barreiras das mulheres dentro da cultura *hip-hop*. Lamas (1995) afirma que “através da arte, a mulher devolve ao mundo, sua insatisfação e frustração, em forma de cultura.” (LAMAS, 1995, p. 19).

Percebendo isso, a mulher, que utiliza dessa e de outras expressões artísticas, deseja ser tratada sem que lhe seja retirados direitos de igualdade, previstos por lei, independente do sexo biológico, dentro de uma sociedade que a tratou e ainda hoje a trata como “frágil”, incapaz de exercer alguns papéis, a mulher artista usa da arte como protesto.

A mulher, atuante e artista do *graffiti*, utiliza de diversas temáticas, inclusive temáticas que evidenciam o universo feminino, como representações sobre a mulher negra, os padrões impostos pela sociedade, a mulher capaz de atuar em qualquer atividade, entre outros.

Vemos na arte e, no caso no *graffiti*, uma forma de levar aos diversos cidadãos assuntos que pertencem ao universo dessas produtoras, assim como observamos isso em diversas linguagens artísticas. Lamas (1995) afirma que:

A arte como forma de trabalho para a mulher constitui-se de todos os elementos da subjetividade feminina: alegrias, prazeres, gratificações, medos,

preocupações, angústias, tristezas, condição feminina, agonias, desgostos, visão de mundo, experiências típicas femininas. (LAMAS, 1995, p. 20).

Nesse caso, o *graffiti* surge como ferramenta de empoderamento para a mulher. De acordo com Costa (2000) “[...] o mecanismo pelo qual as pessoas, as organizações, as comunidades tomam controle de seus próprios assuntos, de sua própria vida, de seu destino, tomam consciência da sua habilidade e competência para produzir e criar e gerir.” (COSTA, 2000, p. 42). Sendo assim, as mulheres, diante das situações de desigualdades as quais eram expostas e com resultados em seu contexto social e político, buscam alternativas para evidenciar seus direitos.

Conforme aponta Sardenberg (2006), o empoderamento das mulheres “implica, para nós, na libertação das mulheres das amarras da opressão de gênero, da opressão patriarcal.” (SARDENBERG, 2006, p. 2), ou seja, essa produção torna-se muito mais do que uma ilustração ou representação artística, ela pode ser vista como “[...] uma ferramenta política [...]”¹⁴(SISTA KATIA, 2014), com a qual se vê a possibilidade de reclamar direitos, mostrar a sua capacidade intelectual e criativa e evidenciar a possibilidade de estar em diversos espaços da sociedade em que se vive.

A produção de Sista Katia (figura 1, 2) é voltada para os padrões de beleza impostos pela sociedade e a quebra desses paradigmas, evidenciando a mulher que muitas vezes é posta de lado e não se reconhece nas representações de mulheres pela mídia.

¹⁴ Sista Katia [jul. 2014]. Entrevistadora: Melissa Santos dos Santos, realizada no dia 03/07/2014, em Salvador – Bahia.



Figura 01 – Sista Katia produzindo *graffiti*.
Fonte: Arquivo pessoal.

Como forma de empoderamento, podemos encontrar o enaltecimento da mulher negra que, muitas vezes, sofre preconceitos, mas busca o seu lugar na sociedade. Lugar este que ela pode ser reconhecida como ser pensante, alguém digno de respeito e valorização.

A artista Sista Kátia (2014) evidencia, em suas produções, as mulheres fora dos padrões impostos pela sociedade, a mulher gorda, como a grafiteira afirma em entrevista:

[...] meu *graffiti* a temática é sempre relacionada a crítica ao padrão de beleza né, ao padrão de beleza brasileiro, ao padrão de beleza mundial, da mulher magra, da mulher branca que não tem nada a ver com a nossa cultura, que é super misturada [...] se fosse para representar uma mulher em um corpo seria uma mulher ou negra ou [sic] cabelo escuro, ou pele escura, não seria uma mulher branca, loira, olhos azuis [...] (informação verbal)¹⁵.

Encontramos, nessas representações, a mulher que não se vê representada no dia a dia na mídia, nos grandes meios de comunicação, a mulher “comum” luta para chegar em um patamar de perfeição inexistente. As produções de Sista Kátia nos proporciona um suspiro de alívio, podemos compreender que, apesar de não ver representações de mulheres fora dos padrões estéticos impostos, representadas nas novelas, nos filmes ou nas revistas, estas mulheres existem e estão em busca de representação e visibilidade em diversos aspectos, sociais, culturais e políticos.



Figura 02 - Graffiti de RBK, graffiti de Sista Katia e de Mônica.
Fonte: Arquivo pessoal.

¹⁵ Sista Katia [jul. 2014]. Entrevistadora: Melissa Santos dos Santos, realizada no dia 03/07/2014, em Salvador – Bahia.

Ainda exemplificando retratações feitas por mulheres na produção dos *graffiti*, podemos observar a arte da Monique (figura 3) que, ao ser convidada pela prefeitura da cidade do Salvador, no ano de 2017, recebeu a tarefa de retratar a cidade nos seus 468 anos, no evento do BTC – 3ª edição, no terminal rodoviário da Barroquinha, a partir da visualização de entrevistas com moradores feitas pela prefeitura, a artista retratou uma mulher com características físicas negra e com uma cena urbana ao fundo.



Figura 03 - Produção do *Graffiti* pela grafiteira Monique.
Fonte: Arquivo pessoal.

A representação criada pela artista evidencia a mulher negra em Salvador que está em todos os lugares, desenvolvendo as mais diversas atividades. Mas não apenas de mulheres negras vive a produção de *graffiti* produzidos em Salvador, já que outras representações de mulheres também podem ser encontradas nessas produções, como os *graffiti* de Chermie (figura 4), artista manauense que retrata, nas suas produções, a mulher indígena. Para Chermie (2014):

“[...] não só as mulheres negras que passam por preconceito, as mulheres indígenas também passam dentro de suas tribos [...], elas lutam muito para criar seus filhos, e tem muitas que saem da tribo para morar na cidade e passam por preconceito de serem mulheres e por serem indígenas [...]” (informação verbal)¹⁶.

Chermie expressa o fato de que a condição de ser mulher, dentro da sociedade, nos causa uma repressão, o machismo impera e a mulher é submetida às vontades do homem, assim como nas sociedades indígenas.

Outros temas retratados pelas artistas que compõe o universo da mulher dentro da sociedade também incorporam os direitos retirados dessas mulheres, como o direito ao seu corpo. Para a sociedade, a mulher, ao estar em espaço público, perde esse direito. Ouvimos relatos de assédio moral e sexual às mulheres por estarem com roupas que evidenciam suas curvas ou por gestualizarem de forma que leve o outro a “pensar” que pode ultrapassar certos limites. Compreendemos que não é a roupa e/ou gestos que fazem esses assédios acontecerem, mas, sim, a falta de caráter daquele que assedia. Nesse sentido, a grafiteira Mônica (figura 5) evidencia a mulher com roupas e curvas que seriam os diversos motivos para as violências que as mulheres sofrem.

¹⁶ Chermie [jun. 2014]. Entrevistadora: Melissa Santos dos Santos, realizada no dia 13/06/2014.



Figura 04 - *graffiti* de Chermie.
Fonte: Arquivo da artista.



Figura 05 - *Graffiti* de Mônica.
Fonte: Arquivo da artista.

A grafiteira Mônica busca enfatizar mensagens em prol dos direitos das mulheres. Suas representações, algumas vezes acompanhadas de frases, contribuem para que a sociedade compreenda que não é a roupa ou os gestos que determinam o que pode ser feito com o outro, mas, sim, a moral e os direitos concedidos pela constituição que afirmam o respeito ao próximo independente do sexo, raça ou credo.

Ainda no *graffiti* produzido em Salvador, encontramos Annie Ganzala, que expressa o relacionamento homoafetivo entre mulheres (figura 6); o *graffiti* da Gata X, que retrata a mulher em diversos contextos, enfatizando a possibilidade da mulher que pode praticar toda e qualquer atividade que desejar (figura 7) e as produções de Talitha, que produz séries, com a sua mais extensa série intitulada “Luto”, que representa imagens de figuras pintadas de preto em alguns momentos mostrando apenas os olhos em posições de enfrentamento, portando armas ou em posições de luta (figura 8).



Figura 06 - *Graffiti* de Annie Ganzala.
Fonte: Arquivo da artista.



Figura 07 - *Graffiti* de Gata X.
Fonte: Arquivo da artista.



Figura 08 - *Graffiti* de Talitha – série Luto.
Fonte: Arquivo da artista.

Assim como essas mulheres que exemplificamos, muitas outras grafiteiras, não apenas de Salvador, mas de várias outras localidades do país e do mundo, utilizam seus traços e formas como condição de empoderamento, uma vez que constantemente são obrigadas a se calarem e a se submeterem às imposições da sociedade em que vivemos, sociedade que tem em sua formação diversos costumes machistas.

Utilizar a figura da mulher nos *graffiti* é empoderar essas mulheres que são representadas, mas, principalmente, mulheres utilizarem dos *graffiti* como formas de expressão

é fazer uso de uma linguagem que foi por muito tempo utilizada apenas por homens, mostrando a possibilidade que as linguagens culturais artísticas possuem dentro da sociedade.

Mulheres protagonizando na cultura *hip-hop* constituem uma quebra das barreiras que foram impostas por muito tempo, o que mostra para a sociedade que o papel da mulher não está limitado aos afazeres domésticos ou a algumas poucas profissões, de forma que se evidencia, assim, que não existem papéis definidos para homens ou mulheres, ambos podem, se assim desejarem, exercer o que lhes for conveniente.

As mulheres, na cena da arte de rua, expressando-se a partir da criação dos *graffiti*, utilizam o seu contexto, muitas vezes aquilo que vivenciou durante a vida. Assim como acontece em muitas vertentes artísticas, as expressões são desenvolvidas a partir da memória social, a partir daqueles acontecimentos que influenciam diretamente a sociedade ou determinado grupo, construindo identidades independentes, que colaboram para a construção social. Sobre a memória social, Gondar e Dodebei (2005) comentam:

[...] todavia, pode ser construída na dimensão da oralidade e também nas dimensões da escrita e da imagética, já que toma, na atualidade, o modelo de sociedade complexa, diversificada e heterogênea (sociedade urbana plural) que contempla as relações entre memória e projeto e sua importância para a constituição de identidades. (GONDAR; DODEBEI, 2005, p. 49).

Quer dizer, a memória social pode ser considerada a forma que os grafiteiros e grafiteiras utilizam para criarem muitas de suas representações. Essas representações são resultados das interações entre agentes culturais e das visões particulares que cada produtor tem, a partir dos acontecimentos sociais.

Ao entrevistar as grafiteiras, pudemos perceber a carga das histórias pessoais que cada uma aborda em suas produções, como a arte produzida por Chermie, observando pontos específicos da cultura indígena e da posição da mulher ou como a artista Sista Katia que enfatiza questões vividas pela mulher fora dos padrões impostos pela sociedade, assim como as outras artistas entrevistadas.

Os *graffiti* compõe, assim, um quadro de elemento cultural e de comunicação entre essas artistas e o público. Cultural no sentido de ser parte de uma cultura específica e abordar questões culturais e de comunicação, pois o *graffiti* comunica, em alguns casos, situações cotidianas dessas mulheres que, muitas vezes, são silenciadas devido à “posição” que se encontram na sociedade, mulheres e pobres. Assim como diversas expressões artísticas, os *graffiti* são reflexo de parte da sociedade, independente de quem os faça, essas manifestações compõem um acervo, ainda que sejam diferentes dos vistos em museus, devido às suas características de formas e locais de

produção, as quais contêm uma trajetória individual possível de criar identificações com outros indivíduos da sociedade.

Nesse sentido, buscar formas de perdurar essas produções é poder salvaguardar um acervo que, durante muito tempo, foi tachado de vandalismo, mas que, em sua essência, buscava mostrar a necessidade que pessoas menos favorecidas socioeconomicamente tinham de serem vistas e compreendidas. Percebendo isso, buscamos formas de musealizar os *graffiti*, como dito anteriormente, essa arte é essencialmente efêmera e não vemos a possibilidade de descaracterizá-la, para isso, o registro fotográfico nos fornece uma possibilidade de efetuarmos a salvaguarda das imagens para que futuramente essas obras sejam vistas além dos seus locais de exposição. O processo de musealização não modifica a arte em si, no caso dos registros do *graffiti*, mas permite que essa arte, efêmera e pública, permaneça com suas características e possa ser ainda mais divulgada, através das redes de conexões online.

Ainda são muitos aqueles que entendem que o museu não é um local público, com isso, ao observarem uma arte urbana, no caso o *graffiti*, acreditam existir barreiras que o impedem de estarem dentro do museu, devido à “formalidade” que esse local, muitas vezes, proporciona, como afirma Cury (2011): “assim, ainda é aceita a ideia de que o museu é lugar para alguns, e o sentimento de não pertencimento de outros com relação a essa instituição ainda não está sendo interpretado devidamente, apesar de algumas ações educativas inclusivas [...]” (CURY, 2011, p. 18).

Dessa forma, ao analisarmos a produção museal e suas interfaces, percebemos as diversas possibilidades contemporâneas que dialogam com essa produção artística em um âmbito frequentemente apontado como conservador.

Visto que o museu dialoga e se insere em um mundo em que a tecnologia está presente e em constante atualização, buscamos estabelecer soluções para o processo de adaptação dessa instituição para a sua veiculação através da internet, tendo em vista que, durante muito tempo, o senso comum e a maioria dos museus dependem de um espaço físico para atender as expectativas do público.

Hoje, a internet tornou-se um ambiente para a divulgação de acervos e de criação de espaços virtuais pelos administradores de museus, incentivando e facilitando a comunicação e a participação do público. De acordo com Oliveira (2010):

Hoje, através de buscas na web, pode-se encontrar um grande número de *sites* que mostram as mais diversas formas com que a história e a memória social se partilham. Nesses ambientes digitais novos museus estão se organizando. E neles a sociedade se coloca diante de um novo modelo, o das possibilidades de também ajudar na criação de acervos. (OLIVEIRA, 2010, p. 4).

A criação de espaços museológicos online ou do uso dessa ferramenta (o ciberespaço) pelas instituições museológicas colaboram para que indivíduos familiarizados com essas novas linguagens da comunicação sintam-se parte desses modelos, muitas vezes vistos como tradicionais. Quando não é criada uma estratégia de uso desses espaços pelos e para os museus, os indivíduos que estão presentes ativamente no ciberespaço acabam não tendo acesso a esses espaços por essa ferramenta, corrompendo, assim, um processo de comunicação rápido e eficaz, capaz de criar hiperlinks entre usuários e abranger o uso desses espaços institucionais online. Assim como as artistas grafiteiras que têm uma relação intrínseca com o ciberespaço, principalmente para divulgação e exposição dos seus trabalhos.

Pensando em um espaço museológico voltado para a arte do *graffiti*, afirmamos a importância do *graffiti* na sociedade e respondemos a um questionamento existente e, por vezes persistente, uma vez que se discute, ainda hoje, se *graffiti* é arte ou não. Portanto, ao criar um espaço institucionalizado, específico para esse tipo de expressão artística e ainda indicando as artistas, buscamos responder a esse questionamento e afirmamos que a arte do *graffiti* é importante para a sociedade, pois é nela que homens e mulheres, em sua maioria da periferia, se expressam, dando voz às suas necessidades sociais, políticas e/ou econômicas .

Ao compor um espaço museológico, essas produções, ainda que sejam seus registros, podem ser vistas como peças que narram histórias, discutem problemas sociais, evidenciam personalidades importantes para a sociedade e comunidades específicas, como a comunidade negra ou LGBTQ, entre tantos outros temas abordados. Podem ser vistas também como produção artística, com valores e significados capazes de refletir questionamentos sociais e tornarem-se parte de um espaço museológico que possui um papel educativo e social na sociedade.

Ressaltamos também que, nas produções de *graffiti*, percebe-se que o número de mulheres atuantes é sensivelmente inferior aos de homens, denotando uma situação específica de exclusão. Observando o trabalho dessas artistas na cidade, percebemos a singularidade dos seus trabalhos, principalmente ao abordarem os temas cotidianos do universo feminino.

É por essas razões que optamos pela criação do Museu dos *graffiti* por Mulheres, sustentando que essas produções são respostas do cotidiano e um reflexo das suas relações de poder, bem como o registro para a memória social de modelos de denúncia e resistência desse grupo minoritário. Destacamos essa expressão e tantas outras expressões contemporâneas como arte e reflexo de uma sociedade, na qual o poder de comunicação está no “fazer” a arte. Gitahy (2012) explica que “[...] o grafitar que se difunde de forma intensa nos centros urbanos significa

riscar, documentar de forma consciente ou não, fatos e situações ao longo do tempo.” (GITAHY, 2012, p. 12). Dessa forma, nesse processo de construção dos *graffiti* que não está apenas voltado para as questões gráficas, mas também para as questões que incomodam, que levantam questionamentos e discussões presentes em uma sociedade, os grafiteiros e grafiteiras que passam por dificuldades em de diversos âmbitos, como social, religioso e econômico, registram essas divergências através da arte, que muitas vezes surge como protesto.

É necessário denunciar que essa forma de arte, assim como as suas artistas, ainda hoje ocupam espaços muito distantes daqueles que concebem os museus no formato tradicional. Em reforço a isso e como reflexo dessa situação, artistas como Chermie, Sista Katia e Mônica relataram não sentirem o seu trabalho adequado a uma instituição museológica, isso devido ao fato desse tipo de arte ter uma inserção no espaço urbano aberto. Como afirma Gitahy(2012), esse tipo de arte:

[...] apropria-se do espaço urbano a fim de discutir, recriar e imprimir a interferência humana na arquitetura da metrópole; - democratiza e desburocratiza a arte, aproximando-a do homem sem distinção de raça ou de credo; - produz em espaço aberto sua galeria urbana, pois os espaços fechados dos museus e afins são quase sempre inacessíveis. (Gitahy, 2012, p. 17-18).

No entanto, acreditamos que todo tipo de produção humana pode ser musealizada e museus podem se manifestar em diversas formas. E é por essas características que nos sentimos estimulados para a criação de um trabalho voltado para a preservação dessa memória, destacando, principalmente, a sua efemeridade.

Foi nesse sentido que lançamo-nos ao campo online e presencialmente na busca por parâmetros de construção e veiculação dessa manifestação cultural através de um museu, de modo a abordar todas as funções de uma instituição museal e associadas às possibilidades proporcionadas pelo uso da internet e das criações de ações museais no ciberespaço.

Por fim, acreditamos que esse museu, que agora propomos delinear, pode estabelecer um espaço de diálogo e divulgação dessas obras, contribuindo para a preservação e valorização dessas artistas e suas produções.

3.1 UTILIZAÇÃO DO CIBERESPAÇO PELOS COLETIVOS DE *GRAFFITI*

Vimos anteriormente alguns espaços museológicos que fazem uso do ciberespaço, especificamente das redes sociais para exposição de seus trabalhos e seus acervos. Compreendemos que a utilização destes locais do ciberespaço colaboram para divulgação

destas instituições, dinamizando não apenas o espaço físico, mas o espaço online, criando um vínculo com o público que, por algum motivo, não pode estar presente nestes espaços físicos e com o público ativo das redes sociais.

Com a existência desse público do ciberespaço, muitos são os agentes da cultura *hip-hop* que fazem parte dessa parcela de usuários ativos das redes sociais e fazem uso das ferramentas que a internet e o ciberespaço oferecem, para dinamizarem seus projetos, criar vínculos com outros agentes de outras culturas e desenvolverem fóruns de discussões sobre estas produções etc.

Por isso, nessa etapa da pesquisa também buscamos observar exemplos da utilização do ciberespaço pelos grafiteiros e grafiteiras, observando suas relações no ciberespaço com produtores de eventos voltados para a cultura de rua, outros artistas e o público em geral. Alguns sites, a exemplo do site do BTC (figura 09), ilustram a utilização do ciberespaço por agentes da cultura *hip-hop* no intuito da divulgação do evento e do trabalho desses artistas.

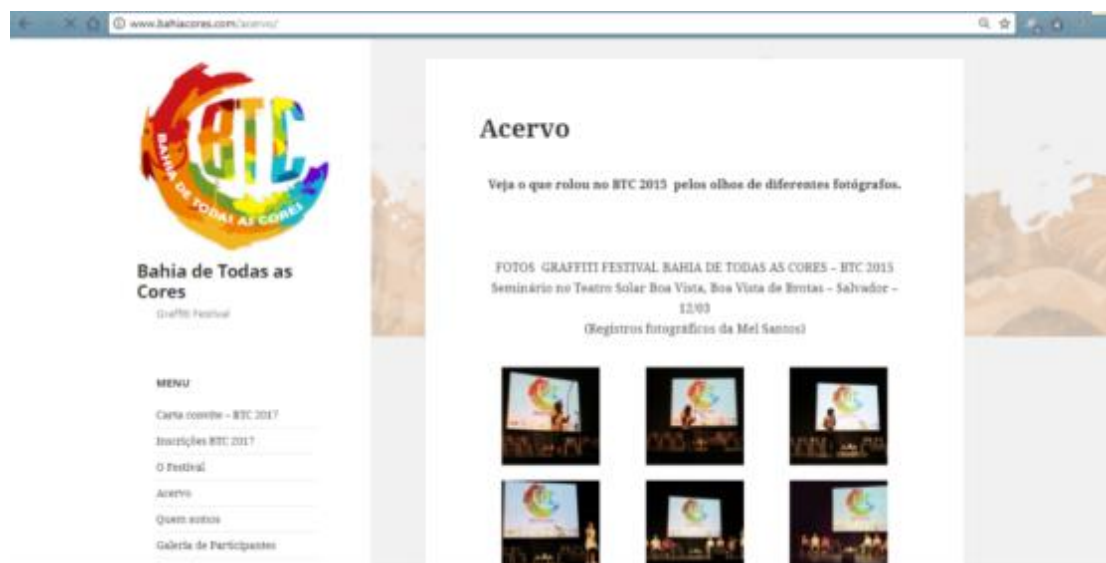


Figura 09 – Print Screen do site do evento BTC.

Fonte: <http://www.bahiacores.com/acervo/>

Nesse site podemos encontrar as informações sobre as edições anteriores, os registros fotográficos, as entrevistas feitas com a população e com alguns artistas. Para esta pesquisa, o levantamento de sites ou páginas criadas para este tipo de usabilidade nos informa e afirma que a internet é uma ferramenta para a divulgação de trabalhos, mas também uma forma de ter acesso a este acervo. Podemos perceber que a utilização desse espaço tornou a produção dos *graffiti* mais dinâmica, ao analisarmos o potencial comunicador que a rede proporciona,

facilitando a visualização de espaços personalizados, criados para atender a um público que antes não tinha acesso a essas informações.

Observa-se a interação existente entre agentes da cultura hip-hop (grafiteiros e grafiteiras) com a cibercultura, como dito anteriormente. O ciberespaço tornou-se, além de uma ferramenta de divulgação das produções, um local dinâmico, capaz de criar relações entre públicos que poderiam estar distantes, quebrando barreiras, como o estigma de que fazer *graffiti* não é trabalho ou que *graffiti* é vandalismo. O ciberespaço é um local capaz de aproximar, questionar e esclarecer questionamentos suscitados muitas vezes devido a preconceitos a essa cultura.

Outro espaço virtual em que podemos perceber a interação entre artistas/pesquisadores da arte de rua com o ciberespaço é o Blog ‘A arte na Rua’ (figura 10) que expõe registros de *graffiti* e notícias referentes a essa produção e seus produtores como exposições, lançamentos, eventos, entre outros.



Figura 10 – Print Screen do Site/blog “Blog ‘ A arte na rua””.
 Fonte: <http://www.aartenarua.com.br/blog/>

Pudemos observar que, além desses websites específicos, as redes sociais também contribuem para a dinamização das informações sobre a arte urbana, a partir de páginas do Facebook específicas para a divulgação de eventos, a divulgação da produção de grafiteiros e grafiteiras, entre outras informações pertinentes a esse universo. A página do Facebook Rua

Salvador (figura 11) trata de diversos eventos da arte urbana em Salvador, assim como da divulgação dos trabalhos dos grafiteiros e grafiteiras, possibilitando uma interação maior entre público e artista, já que a rede social possibilita esse diálogo.



Figura 11 – Print Screen da página “Rua Salvador” no Facebook.
Fonte: <https://www.facebook.com/RuaSalvador>

Além do espaço do Facebook, o Instagram (figura 12) também vem contribuindo, de forma eficiente, para a comunicação dos *graffiti*. O Instagram permite a publicação de fotos e a possibilidade de busca pelas *hashtags*, facilitando, assim, a busca por imagens e vídeos sobre um assunto específico como *graffiti* e arte urbana. Essa rede social é também conectada ao Facebook, permitindo que a mesma postagem em um seja publicada no outro. Dessa forma, auxilia no fator comunicacional, ao compreendermos que alguns usuários possuem preferências por determinadas plataformas. No entanto, ambas possuem um alto índice de uso por diversificados públicos.

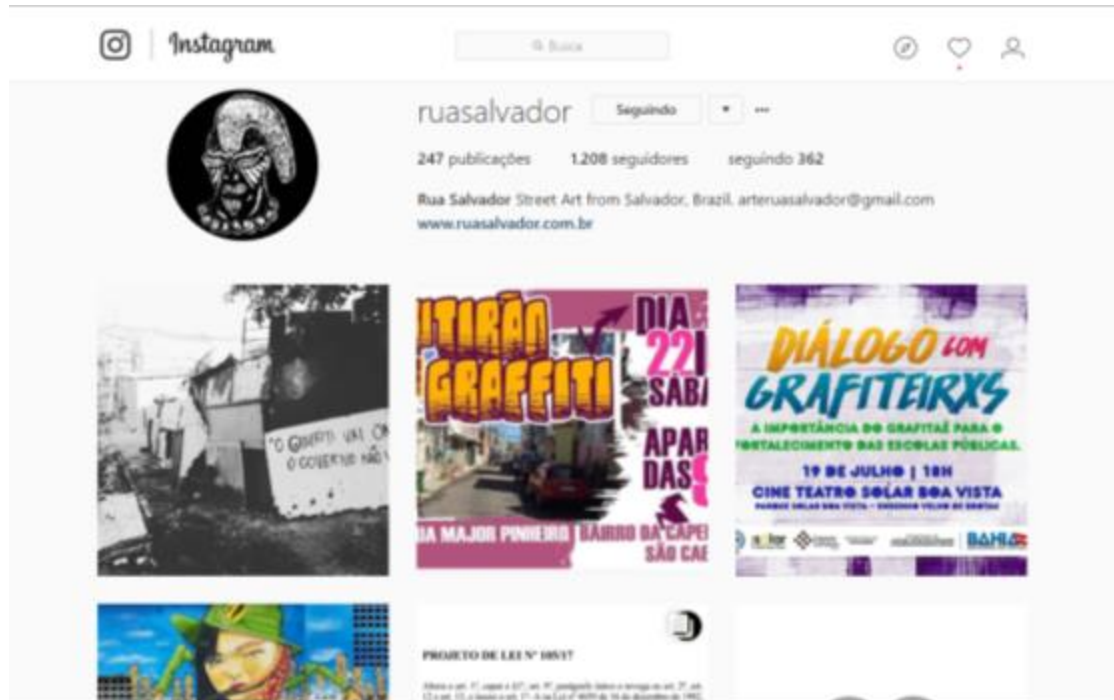


Figura12 – Print Screen da página “Rua Salvador” no Instagram.
 Fonte: <https://www.instagram.com/ruasalvador>.

É fato que muitos artistas contemporâneos utilizam o ciberespaço como forma de divulgar suas produções, eventos culturais, produções de *graffiti* etc. Como pontua Lemos (2003), os artistas:

[...] utilizam efetivamente as novas tecnologias, como os computadores e as redes de telecomunicação (TV e satélites), criando uma arte aberta, rizomática e interativa. Aqui, ampliando as vanguardas do século passado, autor e público se misturam. [...] A arte na cibercultura vai abusar da interatividade, das possibilidades hipertextuais, das colagens (sampling) de informações (bits), dos processos fractais e complexos, da não linearidade do discurso [...]. (LEMOS, 2003, p. 6).

Este suporte se alia a essas produções por conter, em sua essência, o necessário para atender às necessidades desses artistas, a internet vincula-se ao mundo real, criando um fluxo de informações constantes que interagem em diversos suportes midiáticos. Nesse aspecto, a arte efêmera, que muitas vezes é uma arte pública, agrega sentido, por estar exposta em um local público e democrático: o ciberespaço.

Com a produção dos *graffiti*, podemos perceber este diálogo constante em que os grafiteiros e grafiteiras utilizam desse suporte como ferramenta para divulgar, encontrar locais para produção, discutir eventos, entre outros, e essa utilização vai além, pois é na internet que muitos desses e dessas artistas buscam suas influências artísticas.

As grafiteiras e grafiteiros encontram no uso da internet um recurso para o diálogo com o público e a divulgação da sua arte, além das exposições urbanas, o ciberespaço proporciona uma visualização da arte, principalmente a partir dos registros fotográficos. Essas reproduções colaboram para que os *graffiti* tenham uma divulgação mais abrangente, quando compartilhados, divulgados e publicados em sites, páginas ou blogs na internet, criando um assunto em comum entre pessoas distintas, sendo capaz de criar interações, fortalecendo o sentido desta produção, uma arte pública capaz de ser observada por diversos públicos, a partir de variados suportes.

No levantamento da utilização da internet pelos grupos de arte do *graffiti*, observamos que muitos dos artistas utilizam outros suportes tecnológicos como celular e tablets para a divulgação das suas produções, fosse com suas *crews*¹⁷ ou sozinhos, as postagens em redes sociais e site de notícias, têm um alcance enorme. Essa relação dos artistas e das artistas com o ciberespaço tornou-se um auxiliador para esta pesquisa, quando pensado a partir do ponto de vista que precisávamos observar se, de fato, esses grupos utilizavam a internet para se comunicar entre si e com outros públicos, como também o tipo de linguagem utilizada por eles nesses espaços e os seus registros fotográficos, pois, como será dito mais adiante, a forma de aquisição desse museu perpassa fotografia autoral e doação de imagens. Afinal, muitos *graffiti* não se encontram mais nos locais em que foram feitos, por isso essas páginas e sites auxiliam no processo de salvaguarda desse acervo pelo museu.

Observamos a importância desse fenômeno de convergência que vem ocorrendo frequentemente, nos mostrando as oportunidades de alcance comunicacional que determinada instituição online tem quando usada corretamente e eficazmente. Ao observamos o uso dos aparelhos eletrônicos utilizados dentro do espaço museológico, podemos perceber a criação de uma rede de comunicação a partir de uma simples visita dentro do museu. Essa observação pode ser feita a partir das fotos publicadas pelos visitantes, nas quais se cria um hiperlink para a página do museu em determinadas redes sociais. Ao publicar fotos no espaço museológico e criar esse vínculo com a página da instituição, outras pessoas da rede de amigos desse visitante terão acesso a essas imagens e, se houver interesse, irão buscar informações sobre essa instituição.

O acesso a essas redes sociais podem ocorrer através dos celulares e computadores ou tablets, confirmando o processo de convergência dito por Jenkins (2009), que se refere “[...] ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos [...]” (JENKINS, 2009, p. 27), ou

¹⁷ Crews são grupos formados por artistas como forma de organização para o desenvolvimento de suas atividades.

seja, essa forma de acesso por diversos suportes, que ocorre quando uma pessoa utiliza um meio e outras chegam a essa informação por outros suportes, compreende-se por convergência. Esses processos podem se dar não apenas por diversos suportes que levam à mesma informação, mas também pela diversidade de locais em um mesmo suporte que colabora para que determinado indivíduo chegue a uma informação comum, como através de diversas redes sociais distintas, nas quais obtemos informações complementares, chegando a uma única informação, colaborando para um processo de interação entre públicos distintos com interesses comuns.

Com este trabalho, traçamos um panorama das possibilidades oferecidas pelos suportes digitais que facilitam a divulgação e armazenamento dessas produções em tempo real. A fotografia digital e os vídeos produzidos com aparelhos portáteis são aparatos fundamentais para essa difusão da informação. A possibilidade de unir diversas informações através de diversos suportes digitais permite a interação de diversos usuários dessas tecnologias.

Quando analisamos essas redes sociais e a utilização dos espaços museológicos, encontramos uma forma de comunicar a esse público novas possibilidades de acesso. Analisamos as redes sociais para que nos fossem apresentados dados coerentes, para fortalecer essa produção, enquanto objeto museológico na cibercultura, e coletamos dados, criamos perspectivas e projetamos soluções para a criação do museu virtual dos *graffiti* feitos por mulheres.

Ao fazer esse levantamento de museus encontrados no ciberespaço, notamos a necessidade de domínio desses aparatos tecnológicos pelos profissionais de museus que, em alguns casos, desconhecem a funcionalidade dessas tecnologias, fazendo com que o museu continue sendo uma instituição, para muitos, distante da realidade dos avanços dos processos tecnológicos e de comunicação. Além disso, esses novos meios colaborariam com o processo de difusão desses espaços, aderindo novos públicos, como os adeptos da cibercultura.

Importante salientar que essas tecnologias não apenas fortaleceriam o processo de comunicação do museu, mas também o trabalho interno, como o processo de musealização, a exemplo da documentação ou das ações educativas, ou seja, seria um uso da tecnologia a favor do trabalho da produção museal. Investigar e investir em funcionalidades da tecnologia que colaborem no processo museológico é considerar que os avanços tecnológicos fazem parte desse espaço que, por muitas pessoas, ainda é visto como um local tradicional, incapaz, muitas vezes, de se adequar aos novos tempos.

As redes sociais constituem uma forma de interação entre artistas dos *graffiti* e o público. Assim como esse grupo buscou utilizar as linguagens contemporâneas para interagir,

os gestores de museus começaram a utilizar essas redes sociais também como veículo comunicacional, informando e dialogando com o público que utiliza o ciberespaço.

Do mesmo modo, Facebook, Flickr¹⁸ e Instagram são algumas das redes sociais utilizadas pelos administradores de museus. Em seus sites institucionais, o compartilhamento de informações e fotografias ocorrem dentro do fluxo do ciberespaço, as fotos e postagem são publicadas e republicadas, atingindo cada vez mais cibernautas e conseqüentemente criando conexões, com outros espaços, criando assim um sistema de convergência, entre redes sociais possíveis de serem utilizadas por diversos dispositivos tecnológicos, mas com um conteúdo em comum e que muitas vezes se complementam.

Ao observarmos a utilização das redes sociais pelos gestores de museus, percebemos que cada vez mais esses espaços museológicos, que antes se limitavam ao espaço físico, já se adequam às novas tecnologias e às novas ferramentas que essas tecnologias nos oferecem, como as redes sociais. Essa relação proporciona uma forte interação entre o museu e o público atuante na cibercultura e principalmente ao grupo das grafiteiras e daqueles inseridos na cultura *hip-hop*.

¹⁸ Flickr é considerado um website de compartilhamento e armazenamento de imagens e vídeos.

4 AÇÕES DE MUSEALIZAÇÃO NO CIBERESPAÇO

Os levantamentos realizados nos levaram a observar que as formas de atuação dos museus no ciberespaço são variadas, da mesma forma receberam diversas nomenclaturas ou classificações. Oliveira (2014) identifica duas vertentes:

A primeira referência os catálogos museológicos *on-line*, que correspondem aos modelos embrionários, cujo objetivo é informar a sua “base” presencial, sem expor os seus sistemas [...]. A segunda vertente referencia dois tipos arquitetônicos básicos. O primeiro é o MD¹⁹ [...]. Compreendido como museu que possui a interface presencial e tem adaptações ciberculturais, portanto recopilado para exibição na rede [...]. O segundo tipo é o CM²⁰, aquele sem base “física” de exposição e pesquisa, que funciona como espaço museístico. (OLIVEIRA, 2014, p. 09).

A partir dessas definições, observamos algumas ações museológicas no ciberespaço, a exemplo do Museu da Escrita (figura 13), localizado em Fortaleza, que pode ser identificado como MD, por possuir uma página na rede social Facebook (figura 14), na qual veicula fotos das suas visitas guiadas, algumas vezes em tempo real, sejam elas feitas para grupos ou para visitantes avulsos aos quais é solicitada a permissão antecipadamente.

Assim, compreendemos que as ações no ciberespaço potencializariam a divulgação e preservação dos *graffiti*, assim como outras vertentes artísticas. A veiculação dessas produções para o seu público na rede, muitas vezes em tempo real, ocorre pela iniciativa dos que estão próximos, presencialmente no local da produção e interferem, colaboram e auxiliam na concepção dos *graffiti* e este aspecto foi explorado na nossa proposta como mostraremos no próximo capítulo.

É fato que no ciberespaço acontecem as trocas de informações, divulgações de produções, com grande frequência em tempo real, principalmente através das redes sociais, difundindo diversos tipos de produtos culturais.

Traçando um paralelo, observamos que esta interação entre público e museu, que ocorre no Museu da Escrita, cria um sentimento de pertencimento daquele espaço no público, como foi possível observar a partir de visita feita ao espaço museológico. A mediação que, durante muito tempo era algo unilateral, não permitindo a participação ou o sentimento de pertencimento do público pela instituição, busca um diálogo com o público visitante, no caso através dos registros fotográficos.

¹⁹ MD: Museu Digital.

²⁰ CM: Cibermuseu.



Figura 13 – *Print Screen* do site do museu da Escrita.
 Fonte: www.museudaescrita.com.br

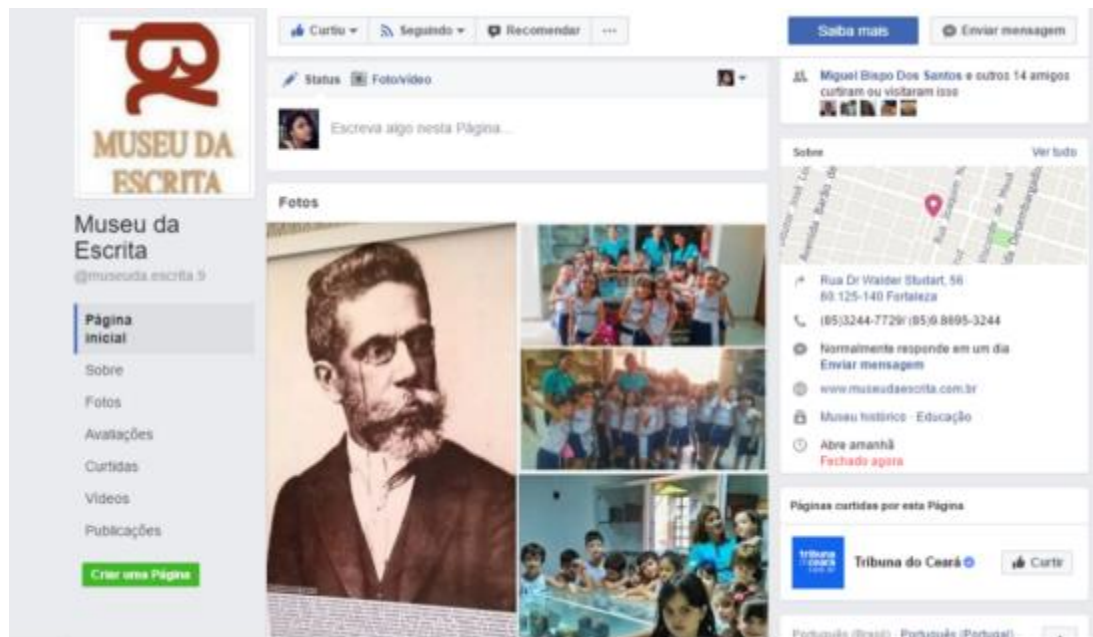


Figura 14 – *Print Screen* da página do Museu da Escrita no Facebook.
 Fonte: www.facebook.com/museudaescrita.9

Em nosso trabalho, a interação entre público e instituição ocorre no processo de colaboração dos envios das imagens, dos visitantes e das próprias artistas, assim como a troca de informações entre artistas e visitantes, foi possível a partir de espaço com comentários disponíveis para as artistas.

Ainda justificando o recurso a esse tipo de interação, verificamos que a produção das mulheres grafiteiras é extensa e os *graffiti* configuram-se como uma produção de arte efêmera.

Tendo em vista esse aspecto, vislumbramos o registro fotográfico das produções como forma de perpetuação ou estratégia de conservação desse tipo de arte que, por sua natureza, pode ser apagada, o que justifica a necessidade de outras ações colaborativas de registro na relação entre esse museu, o público admirador desse tipo de arte e os artistas.

Além disso, esse tipo de participação colaborativa do público, no processo de aquisição do museu e no registro dos processos artísticos, pode fortalecer o vínculo emocional característico das partilhas sociais nesse tipo de espaço.

Outro exemplo para MD é a página do Museu Geológico da Bahia (figura 15), localizado no Corredor da Vitória, em Salvador. Esse espaço digitalizou sua exposição, criando um tour virtual nos espaços expositivos, o que possibilitou ao visitante conhecer o museu e seu acervo através do ciberespaço. Assim como o Museu da Escrita, o Museu Geológico também possui uma página no Facebook (figura 16), que funciona como recurso de veiculação das ações do museu mais frequente entre outros museus online que utilizam essa rede social como suporte comunicacional de suas atividades.

Sobre o processo de registro e aquisição, vale salientar que é fundamental a concessão dos direitos de veiculação das obras pelas artistas, fator crucial para sua disponibilização nas redes sociais através de um documento de concessão de imagem e uso de nome (Apêndice B), pois, apesar dos *graffiti* serem uma arte pública, os registros da sua produção não podem ser considerados da mesma forma. Do mesmo modo, na medida em que o público realizar o *upload* das imagens, ele deverá assinar um termo de autorização do uso de imagem (Apêndice C) para a sua veiculação.



Figura 15 – *Print Screen* do site do Museu Geológico.
 Fonte: <http://www.mgb.ba.gov.br/>



Figura 16 – *Print Screen* da página do Museu Geológico da Bahia no Facebook.
 Fonte²¹

²¹ Foi observado na conclusão desta pesquisa, que a página do facebook do Museu Geológico, havia sido desativada por motivos ainda desconhecidos.

O modelo de CM pode ser compreendido com a observação do Museu da Pessoa (figura 13), pois um museu não existe de modo similar em sua forma física ou presencial.

Com acervo totalmente concentrado em registros digitais das pessoas e suas memórias e na utilização do ciberespaço que contribui no processo de comunicação. Este é um tipo de museu sobre o qual Oliveira (2010, p. 3) afirma que “[...] a expectativa é que muitos possam falar para muitos. A Internet, principalmente, torna-se um espaço útil e democrático, notadamente quando a sociedade por inteiro faz uso consequente dela”. Através de vídeos, imagens e textos, o visitante tem a possibilidade de dialogar com este museu, criando um vínculo com esta instituição.



Figura 17 – *Print Screen* do site do Museu da Pessoa.
Fonte: <http://www.museudapessoa.net/pt/home>

Para além dos sites de museus e facebook, fizemos observações no Instagram, rede social onde a especificidade é a publicação de imagem e vídeos, é adotada uma linguagem menos formal em alguns casos — comparada a encontrada nas publicações nos sites dos museus —, e imagens do acervo (em alguns casos, essas publicações são mais descritivas, com informações da obra ou de algum evento específico) ou imagens da interação entre o público e o museu.

Um exemplo de linguagem menos formal ou linguagem específica da internet são as publicações do Instagram do Museu da Misericórdia, (figura 18 e 19), nas quais os registros fotográficos do acervo são adaptados digitalmente e viram memes²², com o apoio das

²² Os memes são imagens modificadas e replicadas com o intuito lúdico, como afirma Horta (2015, p. 13) “os memes, em grande parte, são produzidos em baixa qualidade técnica, possuindo em alguns casos, um aspecto

*hashtags*²³, essa forma de publicação dialoga com um público mais juvenil, devido à sua “informalidade”, porém, ainda que “informal”, essas publicações comunicam informações sobre o acervo, eventos que ocorrem no museu, datas importantes para a cidade, como no caso da figura 18, que se refere ao período do Carnaval. Podemos, então, perceber que as redes sociais possuem uma dinâmica diferente dos sites dos museus, quando observamos as formas de publicações, as fotos ou vídeos acompanhados de legendas, notamos a expansão das possibilidades de divulgação e da comunicação do museu para/com o público.

As fotografias de divulgação de espaço e exposições também são acompanhadas das *hashtags*. Como dito anteriormente, trata-se de ferramenta interessante nessa rede social, capaz de auxiliar no processo de divulgação (quando em sua biografia é divulgado o link do site do museu ou nas suas publicações que informam eventos e exposições) e pesquisa (ao ser possível, através das *hashtags* ou busca, obter informações sobre o acervo em outras páginas, em outros sites) e comunicação do museu (ao publicar, marcar pessoas, relacionar o acervo a outras obras de arte, permitir que usuários desta rede social marquem a página do museu em suas publicações).

grosseiro e intencionalmente descuidado, além de serem realizados de forma lúdica e com uma aparente pretensão de provocar um efeito risível.”

²³ *Hashtag* “é um indicador de assunto, normalmente representado pelo sinal “#” seguido da palavras indicativa do assunto. ” (RECUERO, 2009, p. 127). A utilização das *hashtags* no Instagram era apenas nas legendas das fotos, podendo criar um espaço específico com imagens que utilizavam determinada *hashtags*. Sendo um uso indiscriminado, ou seja, cada indivíduo que posta sua foto pode usar quantas *hashtags* desejar. Com atualizações do aplicativo, atualmente é possível “seguir” as *hashtags*, ou seja, seguindo a *hashtag* “#graffiti”, tudo que for postado esta *hashtag*, aparecerá no feed pessoal do usuário. Essa nova ferramenta colabora na pesquisa, principalmente se houver grafiteiras com *hashtags* específicas, como, por exemplo, “#graffitimônica”. Assim, poderemos, quando estivermos conectados ao Instagram, saber se houve um novo *graffiti* feito por alguma delas e, dependendo, poderemos saber a localidade e, futuramente, se for necessário, ir até o local fotografar ou apenas termos o registro deste *graffiti* para compor o banco de dados das produções dessas artistas.



Figura 18 – Print Screen do Instagram do Museu da Misericórdia da Bahia.

Fonte: <https://www.instagram.com/museudamisericordia>.



Figura 19 – Print Screen do Instagram do Museu da Misericórdia da Bahia.

Fonte: <https://www.instagram.com/museudamisericordia>.

As páginas dos museus utilizam o Instagram em grande parte para divulgação de exposições ou eventos promovidos nos seus espaços museológicos.



Figura 20 – Print Screen do Instagram do Museu de Arte Moderna da Bahia (MAM-BA).
Fonte:²⁴

Ao analisarmos as páginas dos museus no Instagram, além do uso como forma de divulgação, observamos que a utilização deste aplicativo pelos usuários é bastante ativa, causando um vínculo maior entre público e museu. Este aplicativo permite que um usuário publique fotos e “marque” o museu, auxiliando, assim, na relação entre público e museu e colaborando com o acervo fotográfico existente neste aplicativo, pois as fotos em que o museu foi marcado ficam disponíveis em local específico da página. Nas figuras 21 e 22, podemos

²⁴ Foi observado na conclusão desta pesquisa, que a página do instagram do Museu de Arte Moderna da Bahia, havia sido desativada por motivos ainda desconhecidos.

observar a interação do público com e no espaço museológico, a partir do compartilhamento de fotos em suas páginas pessoais..



Figura 21 – *Print Screen* do Instagram do Museu de Arte da Bahia.
Fonte:²⁵

²⁵ Foi observado na conclusão desta pesquisa, que a página do instagram do Museu de Arte da Bahia, havia sido desativada por motivos ainda desconhecidos.



Figura 22 – *Print Screen* do Instagram do Museu Afro-brasileiro UFBA.
 Fonte: <https://www.instagram.com/mafroufba/>.

Este levantamento de dados nos fez perceber que as experiências museológicas podem nos proporcionar uma interação maior entre público e acervo se estas instituições utilizarem todo potencial existente no ciberespaço para este fim, através de pesquisas e discussões, a partir dos hiperlinks, ou seja, uma interação e participação do público com o museu bilateral.

Também verificamos que os museus utilizam as redes sociais não apenas como forma de comunicar suas ações e exposições, mas também como forma de atingir públicos diversificados, a exemplo daqueles que não possuem acesso ao museu físico, tornando-se, assim, uma extensão dos sites dos museus ou uma ponte para estes sites, quando observamos que devido à utilização das redes sociais, elas possuem um grande potencial de divulgação.

Além da utilização do ciberespaço, com sites ou espaços específicos on-line (como o caso do Museu da Pessoa, instituição museológica on-line), uniriam suas atividades, tornando mais fácil o compartilhamento de fotos ou vídeos em duas ou três redes sociais ao mesmo tempo

como o Facebook, Instagram. Estas redes sociais possibilitam o compartilhamento cruzado de informações, ou seja, a publicação que ocorre em uma é feita automaticamente na outra, possibilitando, assim, que seguidores de cada rede em específico tenham acesso à informação. Por isso, quando a rede social utilizada para publicações e compartilhamento, existe a possibilidade de um alcance maior de público, quando somado cada usuário das distintas redes sociais.

5 PARA A CONSTRUÇÃO DO MUSEU E MUSEALIZAÇÃO DOS *GRAFFITI*

A partir desta pesquisa, compreendemos o museu virtual dos *graffiti* feitos por mulheres como um CM, devido ao fato de construirmos uma instituição sem uma base física e por seu processo de musealização ocorrer essencialmente no ciberespaço, através de ações digitais.

Para compor o acervo do museu, optamos pelos registros fotográficos que nos permitiram capturar e salvaguardar essas produções que compreendemos como formas de expressões artísticas que refletem o universo dessas mulheres. Trabalhamos a hipótese de que aliar o registro fotográfico ao ciberespaço amplia as possibilidades de preservação dessa memória, quando entendemos que a web, “[...] acaba atuando, fundamentalmente, como vitrine, como depósito de obras e como canal de interação entre grafiteiros” (SILVEIRA, 2012, p. 51). Desse modo, utilizamos essa técnica pela familiaridade com que as artistas e os usuários possuem com plataformas web e redes sociais que divulgam e armazenam registros fotográficos como Flickr e Facebook. Além disso, quando devidamente armazenado e administrado com técnicas capazes de auxiliar sua durabilidade, o registro da obra pode ser salvaguardado de modo mais eficaz. Como afirma Cunha (2012), os processos de musealização digital “[...] mantidos de forma racional e em constante atualização dos seus sistemas e recursos, poderão ampliar o tempo útil de vida dos documentos.” (CUNHA, 2012, p. 256).

Também, a prática desenvolvida pelas grafiteiras de registrar, através de fotografias, tanto seu processo de produção quanto seu resultado final, auxiliam no processo de aquisição do museu. De acordo com a Estrella (2003), “[...] é comum que o momento do trabalho seja filmado e fotografado, o que endossa a existência de pontos de contato entre esta produção e os processos sociais e maquínico nos quais está inserida.” (ESTRELLA, 2003, p. 144). Assim, percebemos a relevância dos registros fotográficos para a constituição do acervo desse museu.

Sendo assim, esses registros fotográficos nos permitem reproduzir com alto grau de fidelidade as características plásticas dos *graffiti* e conferem a possibilidade de utilizar esses

registros como fontes de pesquisa, atendendo a uma das principais funções dos espaços museais.

Nosso processo de construção do museu perpassa a aquisição, também por questionamentos voltados à preservação do acervo. Assim como nos museus físicos, que possuem uma política de preservação de acervo, compreendemos que, no museu no ciberespaço, essa função deve ser mantida de acordo com as especificidades desse tipo de acervo. Apesar de sua virtualidade, fator que poderia solucionar diversos problemas de preservação (supostamente), sabemos que essa característica necessita de técnicas capazes de atender a expectativa deste tipo de preservação, pois, temos ciência dos problemas encontrados no ciberespaço ao utilizarmos provedores ou nuvens ineficazes ou que venham a ter problemas futuros.

Para isso, é fundamental compreendermos como o processo de musealização ocorre no ciberespaço, para então buscarmos alternativas capazes de salvaguardar esse acervo, a exemplo das nuvens ou sites para armazenamento de imagens, como o Flickr, utilizando de forma a atender as necessidades desse museu.

Essas necessidades do museu e principalmente do processo de musealização podem ser elaboradas no ciberespaço, onde alia-se as realidades da tecnologia da informação e comunicação ao espaço museológico. A ação de retirar o objeto do seu contexto original e integrá-lo ao contexto museológico, com auxílio das ferramentas que essas tecnologias nos oferece e com as bases teóricas da cibercultura relacionada a museologia, nos permite compor um espaço que atenda, não apenas às necessidades das artistas, mas também responda aos questionamentos museológicos sobre a capacidade que um museu virtual tem de abarcar as demandas da museologia e relacionar com a cibercultura e a arte do *graffiti*.

Para a construção do museu virtual dos *graffiti* feitos por mulheres, assim como para a construção da instituição museu, é necessário iniciarmos o processo de musealização que colabora para a constituição de objetos, antes em ambientes diversos a objetos museais, como afirmam Desvallées e Mairesse (2013): “[...] a musealização é a operação de extração, física e conceitual, de uma coisa de seu meio natural ou cultural de origem, conferindo a ela um estatuto museal – isto é, transformando-a em *musealium* ou *musealia*, em um ‘objeto de museu’ que se integre no campo museal.” (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013, p. 57).

Compreendemos, portanto, que o processo de musealização é aquele que adéqua determinados objetos ao museu, formando ou inserindo uma coleção relevante, capaz de auxiliar no processo de comunicação, ou melhor dizendo, uma transmissão de conteúdo, capaz de atender às necessidades do público, tornando-o também parte essencial desse processo.

O processo de musealização é constituído por etapas, seja o museu físico ou virtual, é esse momento que formaliza a instituição museu. Nesse sentido, Desvallées e Mairesse (2013) afirmam que:

[...] a musealização, como processo científico, compreende necessariamente o conjunto das atividades do museu: um trabalho de preservação (seleção, aquisição, gestão, conservação), de pesquisa (e, portanto, de catalogação) e de comunicação (por meio da exposição, das publicações, etc.) ou, segundo outro ponto de vista, das atividades ligadas à seleção, à indexação e à apresentação daquilo que se tornou *musealia*. (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013, p. 58).

Apresentaremos o caminhar do processo de musealização e de construção do museu, necessário salientarmos que em algumas etapas desse processo foi preciso particularizar certas questões como a aquisição, a ficha catalográfica na documentação, entre outras, por tratarmos de um acervo, como já dito anteriormente, com características específicas como a efemeridade e seu contexto de produção urbana, por isso, delimitamos nosso processo baseado nesse objeto. Sendo assim, apresentaremos as etapas para a constituição do museu, discutida e defendida pelo grupo, como melhor opção para o desenvolvimento dessa instituição.

6.1 ARQUITETURA

Iniciaremos a partir da arquitetura do museu, que para Desvallées e Mairesse (2013),

A arquitetura (museal) define-se como a arte de conceber, de projetar e de construir um espaço destinado a abrigar as funções específicas de um museu e, mais particularmente, as de uma exposição, da conservação preventiva e ativa, do estudo, da gestão e do acolhimento de visitantes. (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013, p. 29).

Para isso analisamos outros sites de museus e principalmente museus virtuais, além das instituições físicas, para nortearmos nossa construção com o intuito de criarmos um local que seja de fácil acesso, utilizamos dos hipertextos para facilitar o acesso à informação desse museu. Sendo assim, definimos a arquitetura do museu da seguinte forma: a página inicial, com hipertextos para as outras seções, inicia com uma apresentação do museu, com as localizações

feitas pelo Google Earth²⁶, algumas das obras no pé da página e notícias sobre arte urbana (*graffiti*) (figura 23 e 24).

1 - Título da página inicial



Figura 23 – 1ª página do museu.
Fonte: Elaborada pela autora.

²⁶ “O Google Earth é um programa desenvolvido e distribuído pelo Google cuja função é apresentar um modelo tridimensional do globo terrestre construído a partir de imagens de satélites obtidas de diversas fontes.” Informação disponível em: <http://www.mp.go.gov.br/portalweb/hp/10/docs/apostila_-_google_earth_-_mp-go.pdf>. Acesso em: 02 out. 2018.

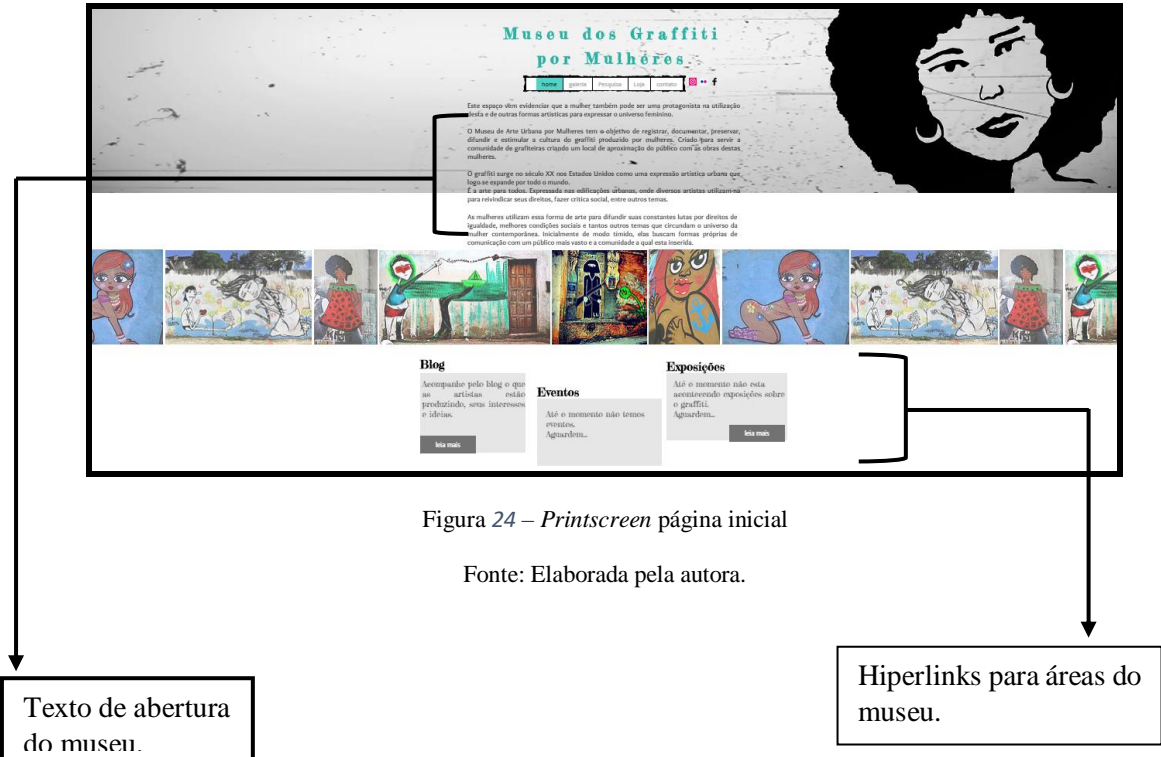


Figura 24 – Printscreen página inicial

Fonte: Elaborada pela autora.

A página seguinte, definida como galeria (figura 25, 26 e 27), é a sala expositiva, onde serão apresentados os objetos deste museu, que serão selecionados, pela equipe da instituição.

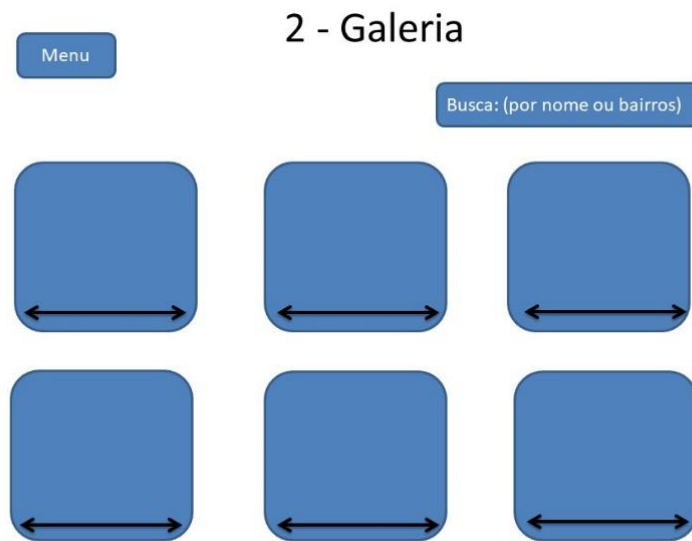


Figura 25 – Arquitetura da seção “Galeria”.
Fonte: Elaborada pela autora.



Figura 26 – *Print Screen* da área de exposição.
Fonte: Elaborada pela autora

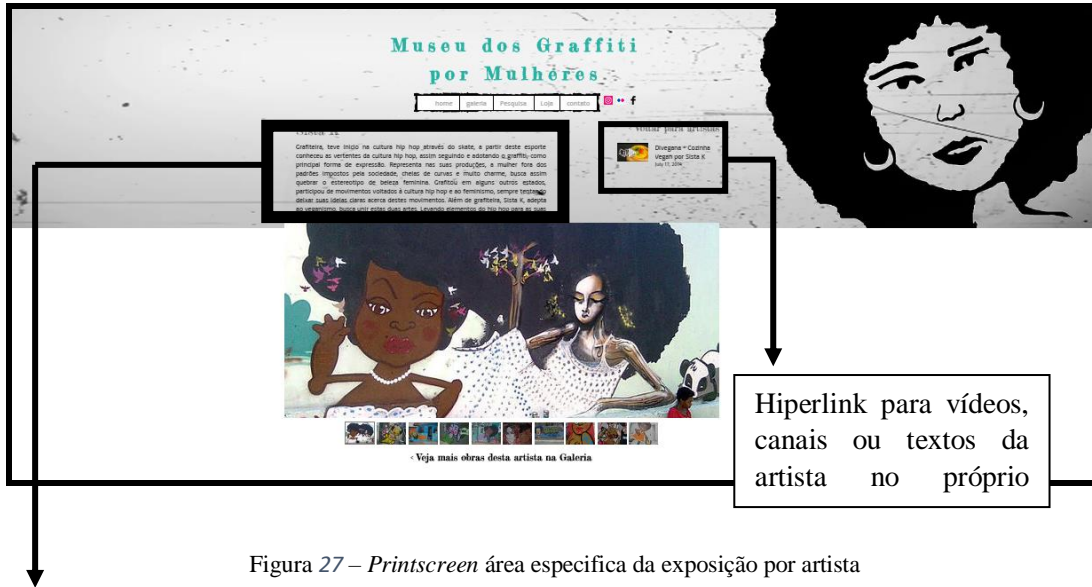


Figura 27 – Printscreen área específica da exposição por artista

A seção do museu virtual intitulada “Pesquisa” (figuras 28, 29, 30, 31, 32, 33 e 34), será voltada para a busca por informações sobre o acervo, assim, como vídeos, textos e entrevistas, para contribuir nas possíveis pesquisas feitas por outros pesquisadores. A subpágina “Textos” tem como característica os textos acadêmicos sobre *graffiti*, mas principalmente sobre *graffiti* feitos por mulheres, com autoras mulheres. Decidimos dar preferência a esta produção, pois acreditamos que um assunto referente às mulheres pode ser dito com muito mais propriedade pelas próprias mulheres.



Figura 28– Arquitetura do museu “Pesquisa”.
Fonte: Elaborada pela autora.

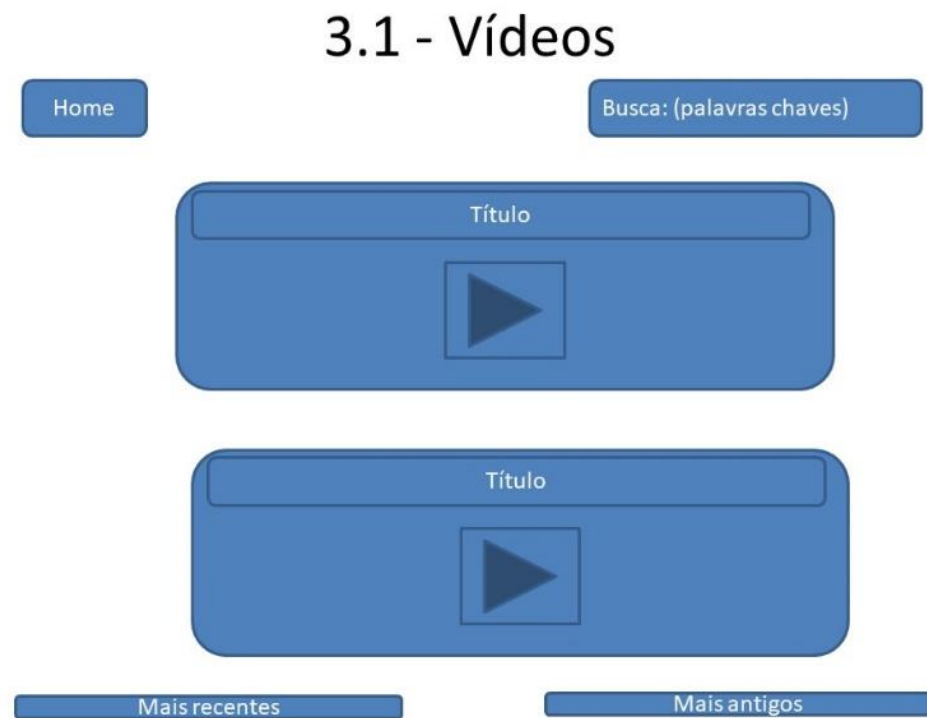


Figura 29 - Arquitetura do museu “Pesquisa > Vídeos”.
Fonte: Elaborada pela autora.

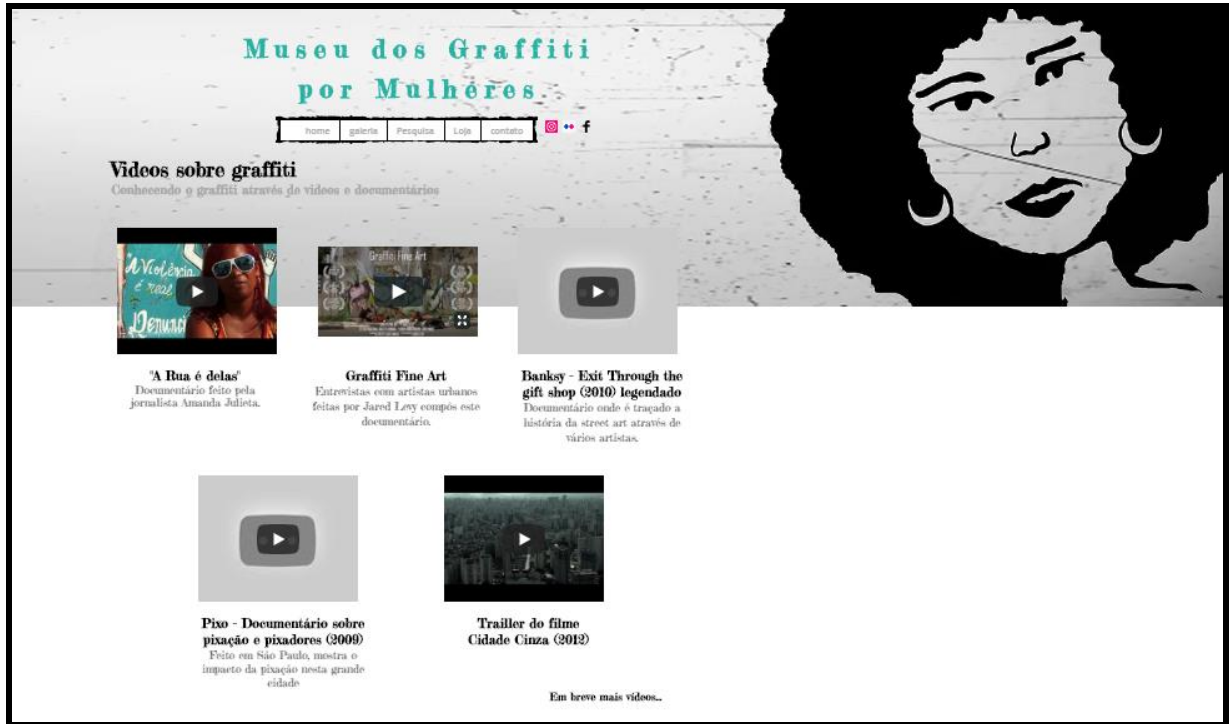


Figura 30 – Print Screen referente à Área de vídeos sobre graffiti.
Fonte: Elaborada pela autora.



Figura 31 - Arquitetura do museu "Pesquisa > Entrevistas".
Fonte: Elaborada pela autora.

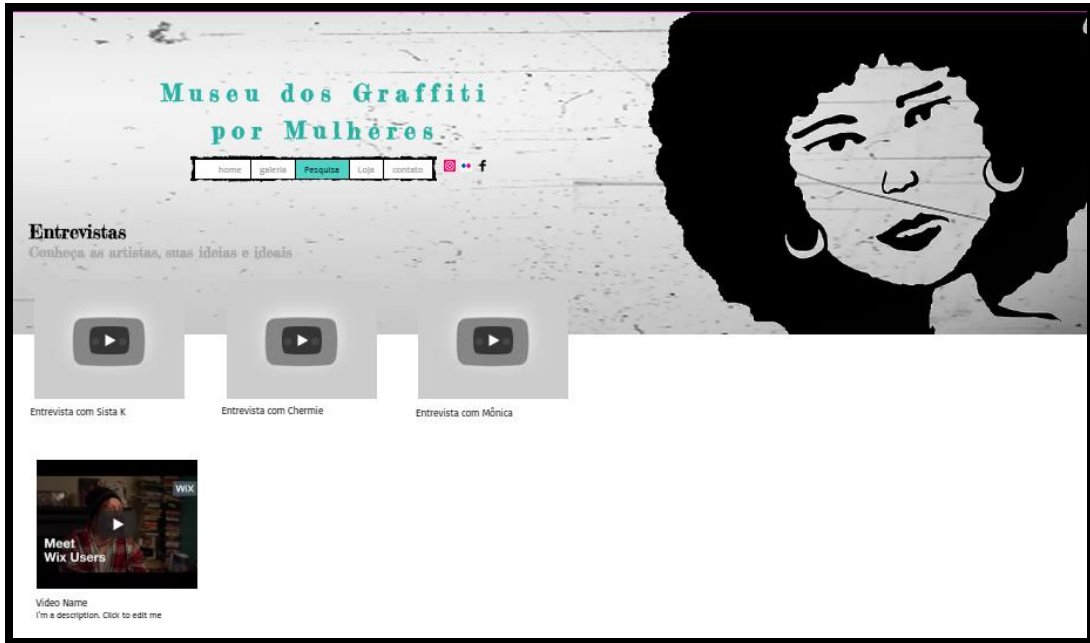


Figura 32 – Print Screen da Área onde as entrevistas com as grafiteiras ficarão expostas.

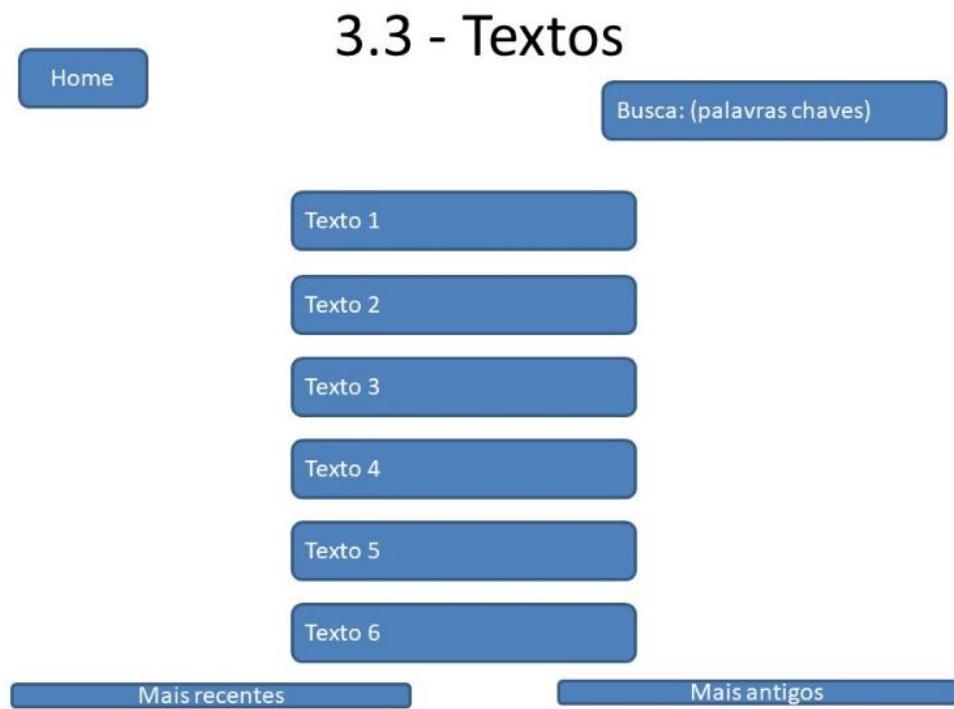


Figura 33 - Arquitetura do museu “Pesquisa > Textos”.
Fonte: Elaborada pela autora.



Figura 34 – Print Screen da área de “textos” subpágina de “Pesquisa”.
Fonte: Elaborada pela autora.

A seção seguinte do museu virtual é definida como “Loja” (figura 35), pois ao identificarmos as artistas que irão expor no museu, percebemos que muitas delas utilizam suas produções como forma de buscar recursos financeiros. Nesse sentido, a equipe pensou em disponibilizar esse espaço para que os produtos das artistas possam ser vendidos. Como o museu ainda não está ativo para acesso ao público, decidimos não colocar produtos das artistas para venda, porque, para isso, será necessário uma avaliação dos produtos, de valores, formas de entregas, contatos entre outras políticas a serem definidas com as artistas.

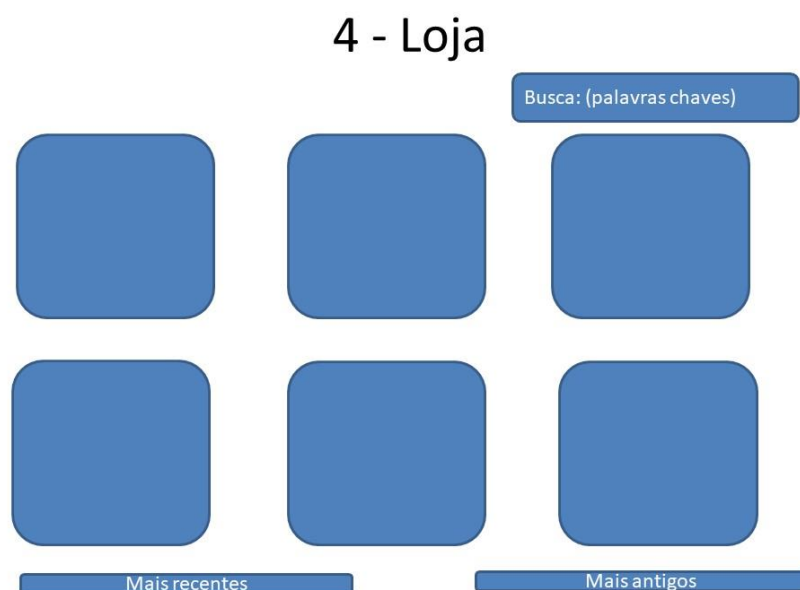


Figura 35 - Arquitetura do museu “Loja”.
Fonte: Elaborada pela autora.

A última seção do museu virtual é definida como “Contato” (figura 36 e 37), configurada como um espaço para o visitante entrar em contato com a equipe do museu e com as artistas.

5 - Contatos

Nome:

Email:

Mensagem:

ENVIAR

A arquitetura do formulário para o contato é composta por quatro elementos principais: um campo de texto para o nome, um campo de texto para o e-mail, um campo de texto maior para a mensagem e um botão de envio. Todos os elementos possuem um fundo azul sólido e uma borda branca. O campo de mensagem é um retângulo com cantos arredondados. O botão 'ENVIAR' é um retângulo com cantos arredondados e uma borda branca.

Figura 36 - Arquitetura do museu “Contatos”.
Fonte: Elaborada pela autora.



Figura 37 - Print Screen da página do museu referente à área de contatos.
Fonte: Elaborada pela autora.

6.2 MUSEALIZAÇÃO DO ACERVO

6.2.1 Aquisição de Acervo

Para a aquisição do acervo, definimos dois tipos: coleta e doações. Para a coleta, definimos configurações fotográficas para o registro de imagens dos *graffiti*, tais configurações foram determinadas de forma a não prejudicar a qualidade da imagem. As doações foram definidas devido, primeiro, à grande quantidade da produção das artistas e, segundo, devido à característica essencial das artes urbanas, a efemeridade. Nesse sentido, muitas obras não existem mais, porém, como dito anteriormente, o registro fotográfico e o ciberespaço configuram-se como ferramentas auxiliadoras no processo de salvaguarda dessas produções. Logo, entramos em contato com as artistas e, a partir de uma documentação de concessão de imagem e uso de nome, elas disponibilizaram seus registros, via e-mail e redes sociais. Essa documentação encontra-se no apêndice da dissertação (Apêndice B).

Para esse processo de aquisição de acervo foram levantados alguns critérios necessários para os materiais que irão compor o acervo. Como definimos o acervo com coleções abertas e achamos importante a interação com o público interessado, recebendo imagens digitais das produções dos *graffiti*, definimos os seguintes critérios:

- Qualidade do conteúdo. – Os materiais enviados para o e-mail do museu deverão ter uma boa qualidade de resolução e se adequar ao conteúdo, ou seja, apenas materiais de *graffiti*, outras linguagens artísticas não serão aceitas;
- Averiguação de autoras – buscar informação sobre a artista e se os *graffiti* têm como artista uma mulher (estas informações poderão ser encontradas a partir das assinaturas nos próprios *graffiti*);
- Estado da obra – Se a produção ainda existe.

Assim como em um museu físico, o museu virtual contará com uma reserva técnica, ou seja, nem todos os registros estarão em exposição, mas se solicitado, poderá ser disponibilizado para o usuário do museu. Essa reserva técnica, citada anteriormente, será virtual, assim como nosso acervo, será um banco de dados que abrigará essas informações. Como sabemos que o ciberespaço, assim como aparatos tecnológicos como HD externo, podem ter problemas de funcionamento, optamos por três tipos de backups (cópias de segurança): o HD externo, a nuvem e o Flickr, para evitarmos possíveis perdas ou erros de leituras.

Para o descarte das obras, o critério estabelecido foi o pedido da artista, caso a artista não queira que determinada obra esteja exposta por algum motivo, fica a decisão de retirar da exposição e conseqüentemente deixará de fazer parte do acervo.

Acreditamos que descarte de obra por outros motivos como, por exemplo, a obra não estar mais no local de produção ou caso se encontre em um estado ruim de conservação, não se adequará a essa política, pois o registro pode suprir as necessidades do pesquisador.

6.2.2 Documentação

Para a primeira etapa da nossa documentação, foi feito um inventário (tabela 1) com dados iniciais e principais dessa coleta. Foram coletados e doados 222 registros fotográficos de *graffiti*, excetuando-se os registros feitos nos eventos, definimos o acervo como aberto, pois as grafiteiras estão em constante produção, assim, buscaremos sempre que possível inserir nesse inventário suas produções. O inventário dos *graffiti* encontra-se no apêndice dessa dissertação (Apêndice D).

Nº	Imagens	Artista	Localização	Data de produção	Fotografo / Data
-----------	----------------	----------------	--------------------	-------------------------	-------------------------

Tabela 1 – Inventário.

A etapa seguinte foi a elaboração de uma ficha catalográfica (figura 38) que fosse adequada para as variadas particularidades do acervo. Nesse momento, necessitamos pensar nas diversas vertentes de arte urbana. No apêndice serão apresentadas as fichas catalográficas (Apêndice E) preenchidas, para que possa ser compreendida melhor a adoção dos itens escolhidos para a documentação, a exemplo do tipo de numeração tripartido.

Compreendemos que a sistematização do banco de dados é uma etapa importante na construção de um espaço museológico, porém acreditamos ser necessária a participação de tecnólogos da informação, para criação e desenvolvimento de um programa que nos possibilite organizar e fazer um cruzamento de dados do acervo. Como essa produção museológica dispõe de verbas pessoais, não foi possível, nesse momento, traçar um planejamento para o desenvolvimento desse banco de dados. Definimos, assim, as questões básicas para organização e documentação desse acervo.

FICHA CATALOGRÁFICA		
OBRA/ANO:	ARTISTA:	COLEÇÃO:
DATA DE ENTRADA:	TIPO DE ENTRADA:	
Nº DO INVENTÁRIO:	Nº DO REGISTRO:	NOME DO ARQUIVO:
TIPO DE BACKUP / DATA DO BACKUP:		
LOCALIZAÇÃO:	SITUAÇÃO DO GRAFFITI: <input type="checkbox"/> EXISTENTE <input type="checkbox"/> NÃO EXISTENTE <input type="checkbox"/> DESCONHECIDO	

DADOS HISTÓRICOS:
OBSERVAÇÕES:
IMAGEM:
LINKS:
RESPONSÁVEL/DATA:

Figura 38 – Ficha catalográfica, referência dos registros fotográficos de *graffiti*.
Fonte: Elaborada pela autora.

Percebemos a necessidade de evidenciarmos alguns tópicos da ficha catalográfica (Figura 39) do acervo deste museu, além das informações básicas e essenciais como “Obra / ano”; “Artista”; “Coleção”; nº de registro e inventário. Alguns dados tiveram que ser configurados de acordo com a tipologia do museu e do nosso acervo, como “Nome do arquivo”, este tópico é referente ao nome dado ao arquivo no momento de seu salvamento no sistema, essa informação é essencial, pois, no caso de processo de busca, pode-se procurar de acordo com o nome que está identificado na ficha. Para a renomeação dos arquivos, foi utilizado o ACDsee Pro, que permite que se renomeie uma grande quantidade de arquivos, com numeração corrida, com base na data de entrada de cada imagem.

Os próximos tópicos que merecem atenção são “Tipo de backup” e “Data do backup”. Nesses tópicos serão evidenciados o processo de conservação dos arquivos digitais e um controle sobre o período de backup, pois esse procedimento deve ser sempre revisto para que as informações não sejam perdidas, em razão de compreendemos que, apesar do ciberespaço nos possibilitar um melhor desenvolvimento nesse sentido, entendemos também que é necessário que haja uma manutenção desses processos com o intuito de evidenciar suas possibilidades.

O tópico “Estado de conservação” é voltado para a questão da efemeridade da obra, o que permite evidenciar a existência ou não da obra. No caso de uma revisão da documentação

e, caso a obra não exista mais, essa informação será trocada e pontuada no tópico “observações”.

O último tópico que merece atenção é “Links”. Nesse item, serão evidenciados os espaços de rede nos quais determinada obra poderá ser encontrada, com o intuito de auxiliar também nas possíveis pesquisas feitas. Para esclarecimentos do preenchimento da ficha catalográfica, criamos uma tabela na qual explicamos cada item e como deve ser preenchido.

RECOMENDAÇÕES PARA PREENCHIMENTO DE FICHA CATALOGRÁFICA	
Museu dos <i>graffiti</i> feitos por mulheres	
ITEM	PREENCHIMENTO
OBRA/ANO	Nome da obra (caso tenha) ou nome da série das produções, como exemplo, a artista Talitha que produz alguns <i>graffiti</i> em série, como “Edifício na Cidade” ou “Luto”. E o ano em que foi produzida (caso seja de conhecimento)
ARTISTA	Quem fez o <i>graffiti</i>
COLEÇÃO	Inicialmente contaremos com a coleção de registro fotográfico e audiovisual. Esta pesquisa de mestrado faz um recorte na coleção de registro fotográficos, com subcoleções referentes às artistas, como exemplo: 1 – Registros Fotográficos 1.1 – Mônica 1.2 Gata X 1.3 Kpitú 1.4 Chermie 1.5 Sista Kátia 1.6 Talitha
TIPO DE ENTRADA	Foram definidas as entradas de doação que inicialmente foram feitas pelas próprias artistas, através de documentação, por e-mail e rede social. E o Registro in loco, principalmente realizado em eventos.

DATA DE ENTRADA	É colocada a data em que o registro é inserido no inventário.
Nº DO INVENTÁRIO	Número corrente referente a cada artista.
Nº DO REGISTRO	Numeração dada de acordo com a entrada no inventário e elaboração da ficha. Numeração tripartida - Exemplo: MGM.F1.1 (MGM – Museu dos <i>graffiti</i> feitos por mulheres; F1.– Coleção (fotografia e artista Mônica); 1 - Número de registro de entrada do inventário.)
NOME DO ARQUIVO	Foi utilizado um programa para fazer a renomeação do arquivo de acordo com sua entrada no museu. Neste caso, utilizamos o ACDSsee, para renomear de acordo com o salvamento digital da imagem.
TIPO DE BACKUP / DATA DO BACKUP	Utilizaremos o backup em nuvens e HD Externo. As nuvens utilizadas são Flickr, por manter as características da imagem quando feito o upload e informar as definições da câmera no momento da captura, a nuvem do Google Drive e um HD Externo. E a data é referente a quando foi feito o backup da imagem, este registro permite que possamos ter um controle do processo de salvaguarda destes registros, tentando evitar sua perda.
LOCALIZAÇÃO	Localização dos <i>graffiti</i> , informação que nem sempre obtemos.
SITUAÇÃO DO GRAFFITI	Neste tópico, optamos por uma leitura diferente das comuns em museus, utilizamos: Existente, Não existente e Desconhecido, pois desta forma teremos informações necessárias para salvaguarda do acervo.
DESCRIÇÃO E DADOS HISTÓRICOS	Neste tópico será informado se o <i>graffiti</i> foi feito em algum evento, se foi produzido em conjunto, se já foi apagado e qual <i>graffiti</i> está no local (neste caso, se já houver o registro fotográfico da produção atual, referenciar o número de inventário

	ou registro), assim como deve ser pontuado na ficha do registro atual.
OBSERVAÇÕES	Alguma observação relevante sobre a obra ou a artista
IMAGENS	Imagem feita do registro ou doada pela artista
LINKS:	Se houver algum site ou rede social em que esteja publicado algum registro fotográfico da obra ou site da artista ou da <i>crew</i> .
RESPONSÁVEL / DATA	O responsável pela elaboração desta ficha catalográfica e a data que foi feita.

Figura 39 – Recomendações para preenchimento de ficha catalográfica.

6.3 SALVAGUARDA E PRESERVAÇÃO DO ACERVO

Os critérios para registros e guarda de material foram definidos de forma que fosse mantida a qualidade das imagens, assim foram utilizados os formatos descritos abaixo como critérios de guarda de documentos:

WEB

- Imagens deverão ser salvas em JPEG, pois este formato permite que a imagem seja exibida e preservada sem alterá-la.;
- 640x480.

BACKUP

- Imagens serão salvas em RAW, pois este formato permite preservar a imagem com suas características originais, possibilitando a criação de cópias que poderão ser manipuladas e utilizadas para acesso no museu;
- 1024x768 ou mais;

- As imagens serão armazenadas em HD Externo, no e-mail do Museu (nuvem) e no Flickr (login específico no site do museu) sendo uma possibilidade devido à sua preservação do arquivo original.

6.4 COMUNICAÇÃO E INTERAÇÃO

6.4.1 Geolocalização

Foi feita a geolocalização (figura 40) de alguns dos *graffiti* através da plataforma do Google Earth.

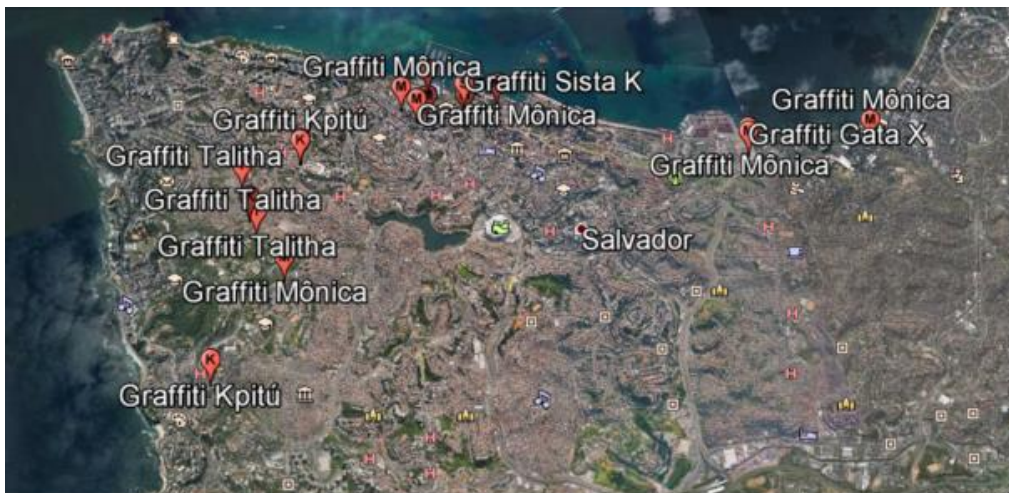


Figura 40 – Geolocalização dos *graffiti* em Salvador.
Fonte: Elaborada pela autora.

6.4.2 Interação

A interação com o público foi elaborada de forma a pensar na possibilidade dos visitantes desse espaço poderem ter acesso ao local onde estão os *graffiti*.

Dessa forma, utilizamos um gerador de *QR Code* online e, com a ajuda do *Google Maps*, acionamos a função *street view* e copiamos a URL do local onde era possível observar o *graffiti*. Assim, foi gerado um *QR Code* que está sendo inserido ao lado das imagens em exposição (figura 41).

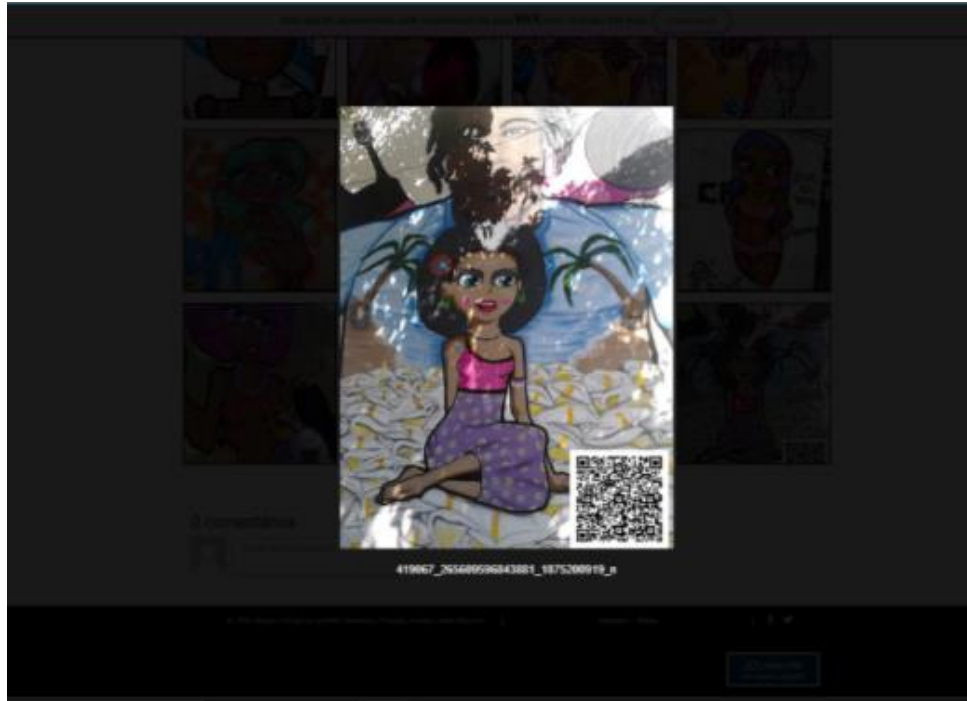


Figura 41 – Visualização de obra exposta com o QR Code.
Fonte: Elaborada pela autora.

Dessa maneira, o visitante poderá conhecer o entorno em que as obras estão inseridas (figura 42) de forma virtual e descobrir outras obras próximas às que possuem o *QR Code*, caso existam outras obras de outros artistas próximas.



Figura 42 – *Print Screen* da visualização do Google Street View a partir do QR Code.



Figura 43 – QR Code²⁷ da localização do *graffiti* de Mônica.
Fonte: Elaborada pela autora.

²⁷ QR code produzido pelo site <https://br.qr-code-generator.com/>.

A figura acima (figura 43), mostra o *QR Code* utilizado para a visualização do local onde o *graffiti* se encontra. Na exposição, ela poderá ser encontrada ao lado da imagem exposta no museu, quando houver conhecimento de sua localização.

Com estas interações criadas entre obra e público, acredita-se que o visitante deste espaço, aprecie as obras que estarão expostas e que as visualize no seu cotidiano, buscando a valorização não apenas a arte dos *graffiti* mas também as suas produtoras. O objetivo deste museu é de expor estas obras com o intuito de valorizar estas mulheres, e para além disso se tornar um espaço de troca de conhecimento e experiências.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreendemos a necessidade de criação do plano museológico para instituições museais, pois este procedimento colabora para a solidificação de uma instituição, porém também entendemos que é um processo longo, que necessita do envolvimento de membros da comunidade à qual o museu se destina a direcionar seu acervo e suas pesquisas, como é afirmado que:

É recomendado que o Plano Museológico seja elaborado de forma participativa, envolvendo os funcionários do museu e outros atores relevantes, como representantes da comunidade, associação de amigos, professores ou representantes de atividades econômicas que se relacionem com o museu [...] (IBRAM, 2016, p. 37).

Desse modo, é importante contar com o envolvimento de outros profissionais do setor museológico e com interessados em colaborar para o desenvolvimento do museu.

No entanto, observamos que o período ao qual se destinou esta pesquisa favoreceu até certo ponto a produção e definição de elementos importantes para a construção desse plano, porém, como dito anteriormente, museu é processo e o seu plano museológico é também um processo a ser desenvolvido com todos aqueles interessados nesta instituição.

Para tanto, trazemos, aqui, algumas das questões que faltam serem definidas para o plano museológico e ressaltamos, nesse sentido, que o que não foi concluído assim está pela necessidade de estarmos em contato com terceiros e, também, pela necessidade de parceiros financiadores.

Ao pontuarmos a questão do financiamento para desenvolvimento desse museu, ressaltamos, aqui, que a *Gestão de financiamento e fomento* como está descrita na publicação do IBRAM (2016, p. 36)²⁸: “abrange o planejamento de estratégias de captação, aplicação e gerenciamento dos recursos econômicos dentro do museu visará a busca por financiamento deste museu”, porém salientamos que, até o momento, os gastos para pesquisa foram pessoais. Os recursos obtidos serão revertidos para a consolidação do Museu no ciberespaço, como para a compra de domínio e hospedagem; custos voltados para as adaptações para deficientes; para as atividades socioeducativas realizadas pelo museu; e o gerenciamento de pessoal.

Ainda que faltem elementos para a construção desse plano museológico, o museu virtual dos *graffiti* feitos por mulheres pretende musealizar registros audiovisuais de *graffiti* feitos por

²⁸ IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus. Subsídios para elaboração de planos museológicos, 2016.

mulheres em Salvador, para auxiliar nas pesquisas sobre este tema, criando um espaço virtual capaz de atender as necessidades museológicas. Visamos o reconhecimento como museu virtual, espaço online de comunicação, pesquisa e difusão do conhecimento acerca da produção artística dos *graffiti*.

Estas informações são parte da pesquisa feita para desenvolvimento deste museu, alguns dados, como dito anteriormente, deverão ser produzidos em momentos futuros, outros foram desenvolvidos no decorrer da pesquisa.

Temos como meta dar continuidade a este trabalho, buscando torná-lo, não apenas um espaço museológico (comunicação, pesquisa e conservação), mas também um espaço de experiências e experimentos museológicos que sirvam de modelo para futuras pesquisas e produções em âmbito acadêmico tanto da museologia como da arte e da comunicação, colaborando para o vínculo entre estas áreas.

Este vínculo nos faz perceber as diversas possibilidades de envolvimento museológico em áreas distintas, como quando expandimos nossos conhecimentos e nos mantemos fora da “caixinha”, dando chance a observarmos a museologia presente em outros espaços, como na comunicação, especificamente lidando com a cibercultura. E como ambas têm a oferecer uma a outra, assim, a convergência entre disciplinas e espaços nos permite a compreensão de dados que, por vezes, podem passar despercebidos.

Ao realizarmos esta pesquisa, articulando com áreas de arte, museologia e comunicação, tendo a cada momento da pesquisa a necessidade de olhares e abordagens específicos. Como dito anteriormente, nossa metodologia de pesquisa foi baseada na etnografia e netnografia, conseguindo, desta forma, aplicar métodos de observação específicos para cada área, captando informações que dialogariam futuramente, além de criarmos um diálogo com as artistas envolvidas e com um público que, em muitas situações, desconhecem o valor destas produções.

Durante o processo da pesquisa, como nos levantamentos de dados, também percebemos como os museus ainda são vistos como espaços tradicionais, por leigos que acreditam que estes espaços não permitem a inserção de elementos, como os *graffiti* em suas salas expositivas; e o desconhecimento sobre a produção de museus online. Com esta pesquisa pudemos perceber e desmitificar estes conceitos, criados para estes espaços que se mostraram dinâmicos e com diversas possibilidades de inovações.

Acreditamos que a museologia é uma ciência que caminha junto com o desenvolvimento social e tecnológico, sem estes, ela seria uma ciência de “coisas velhas”, porém, como dito no início, desta dissertação, a sociedade está em constante mudança e a tecnologia é atualizada a cada piscar de olhos. Percebemos, contudo, que, em alguns aspectos, esta pesquisa traz em sua

abordagem assuntos ainda recentes para os estudos acadêmicos de museu. Tentamos, assim, através dela, trazer para o âmbito museológico mais uma possibilidade de estudo para os profissionais que estão chegando e para aqueles que ainda irão chegar.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Ana Mae. Arte no Brasil: Várias Minorias. **Gênero**, Niterói, v. 3, n. 2, 2003.

BRASIL. Lei Nº 12.408, De 25 De Maio De 2011. Altera o art. 65 da Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998, para descriminalizar o ato de grafitar, e dispõe sobre a proibição de comercialização de tintas em embalagens do tipo aerossol a menores de 18 (dezoito) anos. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112408.htm>. Acesso em: 02 out. 2018.

BRASIL. **Lei nº 11.904. Art.1º**, de 14 de janeiro de 2009. Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L11904.htm >. Acesso em: 02 out. 2018.

CASTELLS, Manuel. Museus na era da informação: conectores culturais de tempo e espaço. **Revista Musas**, Brasília, ano. VII, n.5, 2011.

CERTEAU, Michel de. **A cultura no plural**. 7. ed. (Coleção Travessia do Século). Campinas – SP: Papirus, 2012 .

CHAGAS, Mário. A radiosa aventura dos museus. In: **E o patrimônio?** DODEBEI, Vera; ABREU, Regina (Org.). Rio de Janeiro: Contra Capa/Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 2008.

COSTA, Ana Alice. **Gênero, poder e empoderamento das mulheres**. Seminário de aprofundamento do trabalho com gênero no Pro-Galvão. Vitória da Conquista – Bahia. 2000. Disponível em: < <http://www.neim.ufba.br/wp/wp-content/uploads/2013/11/textosapoio1.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2018.

CUNHA, Marcelo Nascimento Bernardo da. Algumas considerações sobre museus digitais. In: **A política do intangível: museus e patrimônios em nova perspectiva**. SANSONE, Lívio (Org.). Salvador: EDUFBA, 2012.

CURY, Marília Xavier. Museus em Transição. In: **Museus: o que são, para que servem?** Sistema Estadual de Museus – SISEM SP (Organizador). Brodowski (SP): ACAM Portinari; Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo. São Paulo, 2011.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2. ed. – São Paulo: Atlas, 1985.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. **Conceitos-chave de Museologia**. Tradução: Bruno Brulon Soares e Marília Xavier Cury. São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, Pinacoteca do Estado de São Paulo, Secretaria de Estado da Cultura, 2013.

ESTRELLA, Charbelly. A poética do grafite e a visualidade do ambiente urbano. **Revista LOGOS: Comunicação e Universidade**, ano 10, n. 18, Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social, 1º semestre de 2003.

GITAHY, Celso. **O que é graffiti**. (Coleção Primeiros Passos: 312). São Paulo: Brasiliense, 2012.

GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Educação**. v. 16, n. 47, Universidade Estadual de Campina – Universidade Nove de Julho, 2011.

GONDAR, Jô; DODEBEI, Vera (Org.). **O que é memória social?** Rio de Janeiro: Contra Capa Livros, 2005.

GODINHO, Tatau. Mulheres brasileiras: reinventando a vida, a história, a cultura. In: ASSIS, Maria Elisabete Arruda de; SANTOS, Taís Valente dos (Org.). **Memória feminina: mulheres na história, história de mulheres..** Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2016.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

_____. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: PUC – Rio/ Apicuri. 2016.

HENRIQUES, Rosali. **Museus Virtuais e Cibermuseus: A internet e os museus**. Universidade Lusofona de Humanidades e Tecnologia de Portugal, 2004.

HORTA, Natália Botelho. **O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica**. 2015. 191f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

IBRAM. **Subsídios para Elaboração de Planos Museológicos**, 2016.

ICOM. Mesa-Redonda de Santiago do Chile, 1972. Museologia e Patrimônio: Documentos Fundamentais. In: PRIMO, Judite (Org.). **Cadernos de Sociomuseologia**: Centro de Estudos de Sociomuseologia. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, nº15, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. 2. ed. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Trad. Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2014.

LAMAS, Berenice Sica. Mulher artista: cidadã do universo **Psicologia: Ciência e Profissão**. Vol. 15, nº 1-3. Brasília, 1995.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 7. ed. Porto Alegre: Sulina. 2015.

_____; CUNHA, Paulo (Org.). **Cibercultura**. Alguns pontos para compreender a nossa época. Olhares sobre a Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LEVY, Pierre. **O que é virtual**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

_____. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MIRANDA, Andrea Cristina Lisboa de. A mulher artista na idade média: Considerações e revelações acerca do seu lugar na história da arte. **Revista Científica/FAP**, Curitiba, v.1, jan./dez., 2006.

MIRANDA, Jorge Hilton de Assis. **Bahia com H de Hip Hop**. Salvador: s/e, 2014.

OLIVEIRA, José Claudio. **A memória social na era das novas tecnologias**. XI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciências da Informação (XI ENANCIB). Universidade Federal da Bahia. 2010.

_____. **O museu na era do ciberespaço**. Ciberlegenda, out/2007. 18p. Disponível em: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/artigojoseclaudiofinal.pdf>> Acesso em: 02 out. 2018.

_____. Museus digitais e cibermuseus: sistema, objeto e informação dos bancos de dados iconográficos. Problemas e perspectivas da pesquisa científica no ciberespaço. Biblioteca do

Museu da Pessoa, 2005. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/19401887-Informacao-dos-bancos-de-dados-icograficos-problemas-e-perspectivas-da-pesquisa-cientifica-no-conclusoes.html>>. Acessado em: 02/10/2018.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. (Coleção Cibercultura). Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROQUE, Maria Isabel. A arte efêmera. Pompas e circunstâncias da arte efêmera. **Boletim SCUCP**. 2011. Disponível em: <https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/12511/1/P%C3%A1ginas%20de%20Lumen_2-2011.pdf>. Acesso em: 02 out. 2018.

SANTOS, Maria Célia Teixeira Moura. Processo Museológico e educação: construindo um museu didático-comunitário. **Cadernos de Sociomuseologia**, Lisboa, n. 7, 1996.

SARDENBERG, Cecília M. B. **Conceituando “Empoderamento” na Perspectiva Feminista**. I Seminário Internacional: Trilhas do Empoderamento de Mulheres – Projeto TEMPO. NEIM/UFBA. 2006. Disponível em: <<http://www.repositorio.ufba.br:8080/ri/bitstream/ri/6848/1/Conceituando%20Empoderamento%20na%20Perspectiva%20Feminista.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2018.

SCHEINER, Teresa Cristina. Museu, museologia e a relação específica: considerações sobre os fundamentos teóricos do campo museal. **Ciência da Informação**. v. 42, n. 3. Brasília: IBICT, 2013.

SILVEIRA, Fabrício. **Grafite expandido**. Porto Alegre: Modelo de Nuvem, 2012.

SOUZA, Ana Lúcia Silva. **Letramentos de reexistência: poesia, grafite, música, dança: hip hop**. São Paulo: Parábola Editorial, 2011.

STOCKINGER, Gottfried. Caminhos da comunicação contemporânea. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Dez, 2004.

TEATHER, Lynne. A Museum is a Museum is a Museum...Or Is It?: Exploring Museology and the Web. **Museums and the web**, 1998. Disponível em: <http://www.archimuse.com/mw98/papers/teather/teather_paper.html> Acesso em: 01 nov. 2016.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. A pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TRIZOLI, Talita. **O feminismo e a arte contemporânea** – considerações. 17º Encontro Nacional da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas Panorama da pesquisa em artes visuais. Florianópolis, 2008. Disponível em: <<http://anpap.org.br/anais/2008/artigos/135.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2018.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ENTREVISTAS COM AS GRAFITEIRAS

SISTA KÁTIA. *Entrevista I*. [jul. 2014]. Entrevistadora: Melissa Santos dos Santos. Salvador, 2014. Entrevista 1.mov (24min50s)

Entrevistadora: Como foi sua entrada na cultura *hip-hop*?

Sista Kátia: (eu falo para aqui ou para aqui). Minha entrada na cultura *hip-hop*? Rapaz, foi bem cedo eu era bem nova, é, eu andava de skate em 98-99, e foi através do skate, assim né. Eu morava perto de uma pista de skate lá em cajazeiras, que a gente mesmo fez, os meninos mesmo que montou uma pista de madeirite, um profissional da área do skate que deu uma força pra galera, conseguiu os madeirite e aí a gente começou a andar e tal. Eu andava bem pouco, eu tinha muita vergonha os meninos ficavam fazendo toda aquela pressão, então eu andei bem pouco e era só eu de menina e tudo, aí eu comecei a entrar na cultura *hip-hop* através do sport, através do skate. Depois do skate eu fui conhecendo a música né, nessa parte do *hip-hop* veio o rap né e outros tipos de música mais (politizada), veio o punk, o hardcore. E aí eu me afastei um pouco do skate e tudo e comecei a militar mais no movimento punk, hierarquista, libertário. E lógico que aqui em Salvador sempre foi muito coligado o hardcore, com o *hip-hop*, com o rap, então a gente estava sempre nos mesmos ambientes mas eu era sempre uma pessoa mais do *hip-hop*. Estava mais como espectadora do movimento do que ativamente trabalhando com algum elemento da cultura.

Entrevistadora: e a relação dos homens ao você iniciar no *graffiti*, como foi?

Sista Kátia: O *graffiti* foi um pouco depois, eu já tinha uma militância dentro da cultura *hip-hop* como espectadora, como feminista, como, enfim, uma pessoa que já vinha do hardcore, então já estava envolvida com outros grupos políticos, de mídias sociais e n coisas. E quanto eu entrei, quando eu comecei a pintar, decidi que tipo, pô, vou me focar no *graffiti*, eu gosto pra caramba, eu vou começar a pintar, as pessoas já me conheciam de outra militância, então já foi assim, eu comecei a pintar com os grafiteiros conhecidos daqui da cena, sempre houve muito respeito, meu companheiro também é grafiteiro, então as vezes rola essa coisa, de por ser a mulher do cara que todo mundo respeita. Mas existiu um respeito por mim também, pelas pessoas me conhecerem pela militância feminista dentro e fora do *hip-hop*. Então não foi traumático, não tem aquele conto de fadas ao contrário, tipo, “ah eu sofri preconceito”, não passei por isso no início do meu envolvimento com o *graffiti*.

Entrevistadora: Até hoje (eles) mantêm esse respeito?

Sista Kátia: Aqui em Salvador sim, até hoje. Tem pessoas que eu não pinto por opção mesmo, até políticas, caras que eu não pinto, que são escrotos, são violentos com suas mulheres e tal, então eu escolho não me envolver com eles de nenhuma forma, nem em uma pintura que é uma coisa amistosa, para mim não rola. Mas já rolou situações aqui em Salvador e fora em outros estados, em eventos, daquela galera ficar, olhando no muro só porque só tinha meninas, “vamos ficar olhando as gostosinhas” ou senão “ah, vamos ver se essas meninas pintam mesmo, ou se só são as namoradas dos caras”, sempre rola esses comentários, mas eu acho que as meninas do *hip-hop* são muito empoderadas e elas sempre sabem se sair de situações de violência cotidiana seja assédio, seja física, seja moral ou psicológica, a gente sempre tira de letra, com uma piada, com uma tiração de sarro ou senão com uma grosseria mesmo. Então é, ainda existe o mesmo respeito dos caras que me respeitam desde sempre e os que não respeitam nunca vão respeitar, não adianta ficar batendo, é só não ligar, deixar para lá.

Entrevistadora: Qual sua concepção do que era *graffiti* para o que é hoje em dia? Houve mudança?

Sista Kátia: É hoje, eu sempre achei que o *graffiti* ele é um elemento da cultura *hip-hop*, ponto assim né. Pode ter gente que usa o discurso que o *graffiti* vem da arte rupestre ou que o *graffiti* é uma expressão artística tipo a pintura, tipo a arquitetura, escultura. Pra mim o *graffiti* é uma expressão cultural da cultura *hip-hop*, da cultura de gueto de periferia. Se outras, é, se outros espaços abraçaram o *graffiti* como as galerias, como as universidades, ok. Mas isso não torna o *graffiti* uma arte de galeria, uma arte acadêmica, é uma arte de rua. Então a minha concepção sempre foi, o *graffiti* é um elemento da cultura *hip-hop*, e pra mim tá cada vez mais forte, só que agora eu acho que tenho a obrigação de falar isso para as pessoas que tão pintando só por pintar. Assim como a galera do break fala pra os meninos que resolvem dançar só por dançar, ou os caras do rap falam pros caras que resolvem cantar só por cantar, não é só isso, é um movimento, uma expressão artística da favela mas tem quer político, tem que ser politizado. Então o *graffiti* pra mim é, continua sendo um elemento da cultura *hip-hop* e é uma ferramenta política.

Entrevistadora: E como as pessoas reagem quando sabem que você é grafiteira?

Sista Kátia: Algumas pessoas estranham né, tipo, “ah grafiteira, aquela galera que fica pintando assim”, tipo, hoje em dia em Salvador por n motivos, por uma galera que já, anterior a mim, assim a duas décadas atrás que já pintavam, então assim, existe uma facilidade de lidar com grafiteira, eu nunca sofri preconceito por ter dito que era grafiteira, mas existe uma coisa muito

grande, eu tenho um privilégio de cor, então assim, eu sou uma menina branca, então uma menina branca dentro de um meio, é muito difícil eu ser discriminada, mesmo sendo tatuada, mesmo sendo grafiteira, mesmo sendo gorda, é muito difícil ser discriminada né, eu tenho que reconhecer isso, então assim, eu sei que as meninas que são grafiteiras e são negras elas sofrem muito mais preconceito do que eu, ou melhor sofrem preconceito que eu não sofro. Então não vou ficar nessa hipocrisia de dizer “ah, poxa eu sou grafiteira, eu sou sofrida”, não sou, não tem nada a ver. Mas as pessoas já ficaram assustadas, assim, tipo “ah não sabia que você era grafiteira”, mas nunca sofri preconceito por dizer que era grafiteira, agora as vezes quando eu falava, inclusive quando eu digo a minha opinião em relação a pichação ou em relação a minha concepção do *graffiti*, de estar ligada a uma cultura, as pessoas ficam “não, mas *graffiti* é uma coisa legal, você pode fazer nas galerias” eu falo, “Não, você pode fazer na galeria uma pintura utilizando técnicas do *graffiti*, o *graffiti* é da rua”, a pessoa, “ah, mas não precisa ser só da rua”, então as pessoas se assustam com meu discurso ou se assustam quando eu falo que o *graffiti* e a pichação são irmãos, assim né. Ai as pessoas falam “mas não, a pichação é aquela coisa suja, que polui a cidade”, ai eu falo, “pois é mas é uma expressão artística também, a diferença é que uma é coloridinha (*graffiti*), não é tão fácil das pessoas entenderem (pichação)” então assim né, isso afasta mais as pessoas mas assim quando falo minha opinião sobre a pichação as pessoas ficam meio assustadas.

Entrevistadora: ser grafiteira em salvador, como é?

Sista Kátia: Hoje em dia, eu acho fácil por conta dessas coisas que falei anteriormente. Existiu um cenário do *hip-hop* muito ativo, existe até hoje. De vários poses de *hip-hop*, de vários grupos de *hip-hop*, então o *graffiti* sempre teve muito presente na cidade já a mais de duas décadas... E... tem uma galera que já resiste a muito tempo com o *graffiti* e também uma galera que resiste a muito tempo com a pichação, então assim existiram projetos que foram criados por poses de *hip-hop* que foram absolvidos pela prefeitura, então esse projeto era pra “pichador virar grafiteiro”, o que não existe isso né, nunca foi nosso objetivo, enquanto grafiteiro, grafiteiro grafita, pichador é pichador, às vezes as duas coisas e tipo uma não está afastada da outra e por conta desse projeto a própria instituição mesmo, publica, a polícia, o estado de forma geral, a polícia, prefeitura, governo, começou a ver o *graffiti* com os olhos mais artísticos. Que eu não sei se é bom isso né, mas por exemplo, eu nunca tomei baculejo, eu nunca bebi tinta, que os policia fazia antes, botava a galera pra engolir tinta, batia, espancava, torturava, prendia, então assim, eu nunca sofri isso. Porque eu peguei o momento do *graffiti* que já estava uma coisa aceitável, bonitinha, bacana, então eu realmente não peguei essa repressão não. Então eu já

peguei um cenário, então pra mim o *graffiti*, ser grafiteiro em Salvador é ok, é tranquilo, sem sufoco.

Entrevistadora: Certo. E você já desenvolveu seus trabalhos em outros lugares, além de Salvador?

Sista Kátia: Já, Já. Eu já tive oportunidade de eventos nacionais de *graffiti*, eu participei do evento Peruseria, que acontece na periferia no noroeste de São Paulo, no bairro de Perus, que é muito legal, organizado por uma galera que mora no bairro, um grafiteiro querido também de lá que organiza Bonga. Participei já de várias edições do meeting of favela, que é um evento também feito pelos próprios grafiteiros que moram em uma vila operaria, no bairro de Duque de Caxias no Rio de Janeiro, é já participei de eventos que eu mesma organizei aqui em Salvador, evento nacional de grafiteiras, de 2009, de uma rede de grafiteiras, chamadas de rede de grafiteiras BR.

E já pinte em outros estados por minha conta, não em eventos, mas tipo, Curitiba, Recife, João Pessoa, Aracaju, em outras cidades e outros estados, Brasília, e tive a oportunidade em 2010, com o projeto que existia aqui em Salvador da prefeitura, Salvador Grafita, eu tive a oportunidade de ir pra Itália, junto com outra grafiteira Mônica, a gente foi e ficamos, acho que 15 dias em uma viagem de intercâmbio cultural. E a gente pintou lá, fez uma pintura meio turística, um orixá, aquela coisa, bandeira do brasil. Fizemos uns trampos comerciais também, em um café, fizemos um trampo que a gente mesmo conseguiu em um café, um amigo nosso conseguiu mas não por intermédio da prefeitura nem nada. Mas foi bacana, foi minha primeira, e até agora única viagem internacional e foi legal fazer isso com o *graffiti*, levar meu *graffiti* em outros lugares e conhecer o *graffiti* de outros lugares.

Entrevistadora: Em que aspecto seu *graffiti* muda, se ele muda, quando é feito aqui e em outros lugares. Se ele muda, em que aspectos ele muda?

Sista Kátia: Eu acho que o que muda é a afirmação da identidade mesmo. Assim, quando a gente faz.. hm... O meu grafite a temática é sempre relacionado a crítica ao padrão de beleza, o padrão de beleza brasileiro, O padrão de beleza Mundial da mulher magra, da mulher branca, que não tem nada a ver com a nossa cultura, que é super misturada, mas que a maior parte das mulheres. Se fosse para representar uma mulher em um corpo seria ou negra ou cabelo escuro, pele escura ou olho escuro, não seria uma mulher branca loira, dos olhos azuis, sabe, isso é minoria da população. Então meu *graffiti* tem essa crítica, quando feito no Brasil fica bem claro que por eu ser uma pessoa não estou dentro do padrão de beleza por ser gorda. Mas eu acabo

pintando essas personagens lógico se inspirando em mim e em outras mulheres que eu acho super importantes, as mulheres guerreiras e tal. E quando eu faço aqui fica claro a minha crítica e quando eu faço em outros estados como eu fiz na Itália o padrão de lá também é um pouco diferente assim mesmo padrão de beleza de lá é diferente ainda assim ligado ao corpo magro aquela coisa toda. Então assim lá também ficou como crítica, mas lá eu acabei fazendo essa temática de Orixás para falar desta questão de religiosidade brasileira que tem toda essa inspiração, de matriz africana e tal. E aqui fica lógico, bem claro. E lá as pessoas as vezes as pessoas não conhece, não tem contato não sabe o que Orixás ou nunca tinha ouvido falar. E tem as vezes esse estranhamento. Mas no geral a minha pintura não é com a temática religiosa, mas com a temática contra o padrão de beleza, crítica ao padrão de beleza.

Entrevistadora: E qual a dinâmica da sua criação, existe uma elaboração anterior ou é na hora que você chegar lá e faz um *graffiti*?

Sista Katia: Varia muito assim, o *graffiti* pra mim ele pode se tornar um processo que vem antes da pintura tipo em casa produzindo desenho e tal, pensar no muro, ou simplesmente chegar com a galera em um rolê. E falar “vamos fazer um bombing, uns thrown up, uns vandal”. Aí a gente faz, mas assim eu gosto de desenhar, eu sempre fico pesquisando referências de corpos mais gordos, mais robustos para fazer as minhas personagens. As vezes quando eu vou pintar no muro eu já tenho uns desenhos a mais, aí eu vejo o muro, se ele é um muro mais vertical ou mais horizontal e vou adequando os desenhos que eu tenho a esse muro ou as vezes vai com a inspiração, como eu pinto muito em comunidade, eu não gosto de ficar pintando muito em avenida, ou lugares desertos, eu gosto de pintar em lugar que tem vida mesmo, que as pessoas moram, que as pessoas estão sempre ali. E aí acaba tendo influência do local, as vezes eu vou pintar uma personagem só, parada, e aí a galera “bota coração, bota uma flor, bota o nome de não sei quem“, e aí acaba virando uma outra coisa, mas que massa, eu curto bastante esse processo de interação com a galera. A galera também que pega lata e quer fazer um nome, um coração, uma dedicatória de amor, e é bem legal também, ou até um protesto, a galera gosta de fazer um protesto. É tudo tranquilo e bem livre.

Entrevistadora: Normalmente você sai sozinha para grafitar ou chamar outras meninas?

Sista Katia: Não, eu sempre gosto de sair com alguém, acho que duas ou três vezes desde que eu pinto, que eu já sai alguma vez, com lata, pra pintar sozinha, acho que nem cheguei a pintar, só uma vez. Mas eu gosto desta coisa de estar no muro porque eu passo muitas horas, eu nunca faço grafite tão rápido, a não ser quando é bombing quando é pra ser rápido mesmo mas eu

gosto de passar tempo naquele lugar conversando com quem está ao redor, com quem está do meu lado. Eu gosto de pintar com outras pessoas porque essa interação é legal, eu não gosto muito de ser o centro da atenção, porque se eu estou pintando em um bairro sozinha fica, tipo, todo mundo olhando e eu fico constrangida, eu não fico muito tranquila. Quando tem outra pessoa é mais de boa, a pessoa já conversa eu já paro a gente reveza. Então eu sempre saio junto com outras pessoas, sempre saio com minhas amigas, tem Tati é minha companheira da sistas crew, até hoje. A gente sempre pinta junta, a gente sempre marca algum rolê junto, as vezes a gente sai para pintar e não pinta, as vezes a gente sai para o rolê e acaba pintando. E Finho, que é meu companheiro a gente sempre também nos rolê sempre pinta junto, as vezes a gente cola no rolê que tem uma galera aí a gente vai junto e pinta separado. Já pinte com a galera, muito de amigos. Mas eu gosto sempre de estar no muro com alguém que eu sinta confiança, Que eu sinta carinho, sempre tem uma relação afetiva também. Não é só pintura, chegar lá, e tipo trabalho comercial, “Ah pinte, tchau, fui embora”, não porque eu gosto de conversar, trocar ideias, então acaba demorando um pouquinho mais.

Entrevistadora: E você falou da sistas crew. Você poderia dizer o que foi e quando surgiu?

Sista Katia: Sim, a sistas crew foi uma crew, foi não, ainda é uma crew de grafiteiras, de mulheres grafiteiras. A gente começou a pintar em 2008. Na época eram só as meninas de Salvador, tinha eu, Tati, Rebeca Lawinski, Cirque, Lica (na época tinha uma loja Bomb Bahia), nós cinco. E a gente fazia alguns painéis, alguns lugares, como no Rio Vermelho, Cajazeiras, juntas como sistas crew, e algumas vezes em duplas ou separadas e aí a gente organizou, a Sistas crew organizou o encontro Nacional de grafiteiras, então veio gente do Brasil todo e tal e foi bem legal. E quando as meninas vieram para aqui, foi que a gente resolveu tornar a sistas crew algo nacional, então a gente chamou meninas de São Paulo, Manaus, Recife, Curitiba para poder fazer parte das sistas crew. As meninas fizeram algumas pinturas nos seus estados, mas acabou não vingando porque a gente não conseguia se encontrar para saber como é que estava o processo criativo de cada uma. Mas eu e Tati continuamos fazendo as coisas, seja grafitando, Ilustrando ou fazendo evento (bazar) juntas. Então a gente fala que a sistas crew ainda rola com um número menor mas a gente ainda rola, as vezes quando eu viajo pra evento nacional e encontro outra grafiteira de São Paulo que é das sistas crew, a gente sempre se encontra, a gente sempre pinta junto e sempre fala “olha as sistas crew aí” e é bem bacana mas meu intuito ainda é juntar essas meninas de novo para produzir um painel juntas assim, uma coisa grande, uma coisa legal falando sobre todas as questões relacionadas ao universo do feminino e feminista também e é isso.

Entrevistadora: E além desse evento que vocês produziram vocês produziram o outro ou vocês só produziram esse mesmo?

Sista Katia: Não, o encontro não foi no formato só de *graffiti*, não foi só pra *graffiti*, a gente fez encontro de formação, a gente teve nesse encontro oficinas de autodefesa, criação do estatuto de uma rede, a gente teve oficina de culinária, a gente teve várias coisas. Foi um encontro de quatro dias, então foi bem intenso. E fora isso a sistas crew organizava pinturas temáticas na cidade, como eu falei em Cajazeiras, Rio Vermelho e outros lugares, e a ideia também era trabalhar não só na pintura, mas também no processo de criação das mulheres, das muitas meninas que faziam parte dessa crew, uma formação política, uma formação mais conceitual mesmo, das meninas entenderem seus trabalhos artísticos e o que que elas queriam expressar com aquilo, então sempre foi nossa ideia formar mulheres, pessoas mais fortes. Então não era só o grafite não era só pintura, mas acabou sendo mais interna, só entre a gente mesmo.

Entrevistadora: Você tem planos futuros envolvendo o grafite?

Sista Katia: Tenho sempre tenho, o *graffiti* não deixou não, não largo não. Eu tenho tentado cada vez mais politizar meu *graffiti* e fugir dessa coisa só da estética fofinha, gordinha, mas tornar um pouco mais agressivo. Como eu também sou vegana, meu projeto atual é levar o veganismo para as ruas, de uma forma mais prática. Então no *graffiti* eu estou, eu e meu companheiro a gente é vegano, a gente tá pensando em fazer uma crew ou pinturas esporádicas, mas com essa temática vegan, com frases ou com consultoria tipo falando, “ah o brócolis é rico em potássio“ essas coisas assim, a gente está nessa pegada. Porque também eu tenho um programa de culinária e a estética do programa é toda voltada para o hip-hop também, então abertura tem bicos de confeitiro e pitos de spray, utensílios de cozinha e canetões. Por que é feito por uma grafiteira que é cozinheira ou por uma cozinheira que é grafiteira. O nome também, que é black book que é um nome relacionado ao nosso caderno de rascunhos, que é o black book de desenho, eu coloquei como black Book de receitas. E aí a ideia é lançar um produto, lançar esse black book, ser um livro de *graffiti* e culinária, que tenha uma estética de *graffiti* com tags, thrown up, com ilustrações, e que tenham receitas no meio disso para mostrar que existem várias formas de tratar alimentação e não precisa ser careta ou ser chato. Não é porque a comida saudável que tem que ser aquela coisa da hippie, holística, não ela pode ser tranquila aqui entre a gente uma salada ou qualquer coisa. Então a minha ideia é passar o veganismo através do *graffiti*, introduzir o *graffiti* também no veganismo. Meu projeto mais próximo não tão no futuro, porque já está acontecendo.

Entrevistadora: Quando você falou que já está acontecendo como é o nome e onde as pessoas podem achar?

Sista Katia: Eu tenho uma página no Facebook chamada Divegana. A Divegana é meu projeto atual de culinária e a gente tem um canal no YouTube, que é o canal Divegana. Já tem dois episódios de black book de receitas, programa de culinária e arte, música e várias coisas. A ideia é lançar um por mês por enquanto, depois quinzenal e depois semanal, se tudo der certo. E é isso logo terá mais novidades do black book, da Divegana, da Sista Katia.

Entrevistadora: Você gostaria de deixar alguma mensagem para quem está assistindo?

Sista Katia: Queria falar o que eu sempre falo em relação *graffiti*, estude a cultura hip-hop, não só vai fazer um grafite porque achou bonito ou porque viu no programa da Xuxa, vai conhecer a cultura, leia, procure outras pessoas, pergunte, seja humilde, pode perguntar pra mim ou pra todo mundo, eu já passei por isso, todo mundo já passou, ainda passo por isso com outras pessoas, então estude a cultura hip-hop, existe muito mais do que só os *graffiti* ou do que o spray. O hip-hop é um movimento político, cultural e é feito por nós mesmo, então é só colar e tamo aí.

CHERMIE. *Entrevista II.* [jun. 2014]. **Entrevistadora:** Melissa Santos dos Santos. Salvador, 2014. Entrevista 2.mov (16min24s)

Entrevistadora: Com que idade você começou a grafitar?

Chermie: Com 17

Entrevistadora: E como foi sua entrada em uma cultura de predominância masculina?

Chermie: Cara, Foi de boa, os caras mesmo deram força pra grafitar. Eles incentivaram, não incentivaram mas eles ajudaram, dava uns toques. Lógico que rola aquele preconceito, o machismo, pelo fato de estar na rua e rua querendo ou não é uma coisa mais visada por homem, mulher tem que (ruído), O pessoal coloca muito como sexo mais frágil, mais delicada pra estar na rua. Mas em relação aos caras do grafite, assim no começo eles tiravam, ficava “que não vai durar muito tempo”, mas foi tranquilo.

Entrevistadora: O que mudou em relação ao tratamento de antes, quando você iniciou pra agora, hoje em dia. Em relação os homens?

Chermie: Aos homens? Continua mesma coisa, assim tem muitos que dão força, que estão junto mais ainda Tem muitos que não respeita, ainda acho que “Ah entrou, os cara vão tudo pegar”, Não muito só acho que a minoria. Hoje em dia acho que as mulheres estão tomando mais uma posição, já se impõe mais os cara já recuam, já respeitam.

Entrevistadora: E sobre o grafite. Qual era o seu conceito quando você entrou? Pra você o que era o grafite antes?

Chermie: Não mudou muito não, grafite é uma forma de expressão pra mim sempre foi isso. Mostrar.... Mostrar algo em forma dos desenhos. Assim mudou minha, o tema do que eu pinto mas o conceito continuou mesmo. Continua sendo o de mostrar em desenho que eu quero passar.

Entrevistadora: Antes do grafite você já utilizava alguma vertente artística?

Chermie: Olha já fiz curso de DJ. Foi, antes deu começar a grafitar, eu fiz um curso de dj (mas não durou muito).

Entrevistadora: Porque parou?

Chermie: Porque assim eu sempre gostei de pichação, aí eu conheci o pessoal do hip-hop da minha cidade, formei um coletivo de mulheres que era o (inaudível) que é levanta mulher no dialeto indígena. Aí faltava o dj, dos elementos, já tinha grafiteira, já tinha mc, já

tinha bgirl, aí faltava o DJ. Aí eu fiz o curso, e fui finalizar o curso só que eu sempre gostei da pichação, acabei que eu comecei a me envolver com... eu comecei um ciclo de amizade com um grafiteiro, e acabei grafitando.

Entrevistadora: Você é da onde?

Chermie: De Manaus, Amazonas

Entrevistadora: Desde quando você está aqui em Salvador?

Chermie: Estou desde 2011

Entrevistadora: Como era a reação das pessoas de lá em relação a você ser mulher e ser grafiteira. Assim as pessoas no geral?

Chermie: Ah, as pessoas assim... A sociedade antigamente eles criticava, te chamava de vagabunda, mandava procurar o que fazer, porque estava pichando a cidade. Hoje em dia não, hoje já está mudando o conceito e, as pessoas aceitam mais.

Entrevistadora: E além daqui de Salvador e de lá de Manaus você já grafitou em outros lugares?

Chermie: Em Belém, Rio de Janeiro e São Paulo.

Entrevistadora: Sua temática continua mesma nesses lugares ou ...?

Chermie: É, continua a mesma.

Entrevistadora: Como você se avalia o impacto das suas... dos seus *graffiti* nos outros locais e aqui em Salvador?

Chermie: (pausa) O pessoal já vê mais a cultura indígena envolvida, porque assim, por exemplo em São Paulo já é muito urbano, então quando vê algo indígena, o pessoal já aceita, já acha mais bonito, Como no Rio de Janeiro, Assim, aqui em Salvador também. Assim em Manaus E Belém com uma cultura indígena ainda é forte né, não tanto mas ainda é, ou o pessoal não dão tanto valor como São Paulo ou Rio ou aqui em Salvador mesmo.

Entrevistadora: Como é que você cria? Assim você, projeta seus desenhos antes de ir pra rua?

Chermie: É projeto meus desenhos primeiro, eu pesquiso, dou uma estudada, passo pra um papel e depois passo pro muro

Entrevistadora: Você tem alguma influência ou inspiração ?

Chermie: Tenho, eu pesquiso muito, é imagens indígenas, vídeos, ritual, tem um livro on-line que eu também pesquiso uma tribo, que eu gosto, que é os Yanomami, então eu tenho que pesquisar bastante, até para alguém perguntar eu saber o que responder. Não grafitar por grafitar, porque acha bonitinho.

Entrevistadora: Como você avalia os grafiteiros que estão começando a expor em galerias, museus?

Chermie: acho que é válido, sabe? É arte e nada melhor do que expor seus trabalhos para outras pessoas ver, para outros artistas ver. Grafite é uma arte de rua, eu acho que tem que permanecer na rua, mas não impede o grafiteiro pintar uma tela pra expor, até pra vender, porque isso gera renda pra cultura. Sabe? Nada melhor do que você vender algo que é seu porque está gerando renda porque daquilo ali você com aquele dinheiro você vai poder comprar outras latas e vai estar ajudando aquela loja de *graffiti* está tudo dentro do circuito cultural. Então acho que é válido, nada de criticar. Acho que todo mundo tem que expor, todo mundo tem que conhecer.

Entrevistadora: Você já expôs?

Chermie: Não, já participei, mas já faz muito tempo

Entrevistadora: Quando foi?

Chermie: Foi em 2008

Entrevistadora: Foi aqui em Salvador?

Chermie: Amazonas

Entrevistadora: Você tem contato com outras grafiteiras ou outros grafiteiros?

Chermie: Tenho

Entrevistadora: Você sai com eles para pintar?

Chermie: Assim, com quem eu mais Grafito é Mônica, aqui em Salvador. Eu grafito, já sai para grafitar com Gata, já grafitei com vários grafiteiros da cidade.

Entrevistadora: Só mulheres ou homens também?

Chermie: Não, com homens também. É porque aqui não tem tantas mulheres grafitando. Então não tem como, acho que são quatro ou cinco mulheres que grafitam na cidade. E a maioria é homem então não tem como, agora assim a pessoa fixa d'eu grafitar é Mônica

Entrevistadora: E a relação de vocês vai além do grafite?

Chermie: Vai, acho que nossa relação, acho que a gente é mais amiga pessoal do que grafiteira. Tanto que eu sou madrinha do filho dela então, vai bem além. Também é raro de sair pra grafita a gente ficar mais tempo junto conversando, fazendo projeto...

Entrevistadora: E quais momentos de sua vida que marcaram sua arte? Assim, no geral

Chermie: No grafite?

Entrevistadora: Assim, sua vida pessoal ou no grafite? Teve algum aumento momento que realmente marcou sua arte e isso influenciou no grafite?

Chermie: Sim, sim, quando eu fui morar em São Paulo em uma ocupação (inaudível)

Entrevistadora: Como foi?

Chermie: Porque assim eu não tinha lugar pra morar, umas amigas minhas que são do movimento sem teto de São Paulo também cantam rap. Elas participaram da invasão do prédio, assim eu não participei da invasão elas já ocupavam o prédio E eu fui morar com elas e tinha dentro do prédio (inaudível - nome do prédio) tem um espaço cultural, tem um andar que é espaço cultural onde eu grafitei no evento cultural e participei do clipe. Que o nome do clipe é, “quem não luta está morto”, então isso foi bem importante pra mim acho que pessoal foi importante deu como mãe, ter que lutar pra ter... Pra minha filha morar, tem um teto pra morar, eu como militante de lutar, por que todo cidadão tem o direito de uma moradia mesmo que isso não ocorra mas tem, como militante de você ter que invadir ganhar direito. Melhor do que deixar vários prédios desocupados e aí como pessoa de participar de ver outras mães não só como brasileira, como peruana, tá naquela luta, morando naquela ocupação, e transformando aquela ocupação em local de moradia por que era um prédio abandonado cheio de lixo. Que foi a terceira ocupação.

Mas aí as pessoas transformaram aquilo como um local de moradia para várias famílias. Só tinha pessoas de bem, sabe? Um pai uma mãe que sair de madrugada para trabalhar e voltar e tinha várias regras, nós tínhamos várias regras. O que foi importante pra mim foi que quando muita gente olha de fora acha que é bagunçado. Só que não, sabe? Tinha horário, tipo 10h00 você... Adolescente até 14/15 anos não podia ficar mais no corredor, subindo e descendo escada, não podia se ter brigas entre famílias entre homem e mulher, então tinha várias regras. Então isso foi bem importante pra mim.

Entrevistadora: Além desse movimento você participou de algum outro?

Chermie: Olha movimento de moradia, de uma ONG de São Paulo, que eu participei que é união popular de mulher que trabalham com crianças e adolescentes, mulheres e idosas. É uma casa, é uma ONG das mulheres. A presidente, as cabeças da ONG elas são Da ditadura militar, são mulheres que lutaram para a melhoria da saúde.

Então pra mim foi muito importante conviver com elas, que muitas delas foram exiladas do Brasil e depois elas voltaram e são bem velhinhas mas elas continuam na luta. E eu trabalhei com elas e isso foi importante pra mim, como militante e como grafiteira.

Entrevistadora: Você tem planos futuros envolvendo o grafite?

Chermie: Tenho, tenho dois projetos e que eu quero fazer que são uma exposição em uma cadeia feminina. E o painel que a gente está fazendo agora eu e Mônica que são sobre o combate ao câncer de mama, assim não é o combate... É prevenção ao câncer de mama. A prevenção, então por enquanto, tem outros projetos mas não certos, está tudo no papel. O mais recente que eu quero mesmo é fazer esse ano é a exposição dentro da cadeia feminina, né, que eu tive essa ideia de fazer

Entrevistadora: E esse da prevenção já começou?

Chermie: Já, a gente já fez o primeiro painel dia 25. A gente vai fazer outra agora não nesse final de semana, mas no outro, acho que depois do São João. A gente pretende fazer cinco em cinco bairros da cidade

Entrevistadora: só aqui em salvador?

Chermie: Isso, só aqui em Salvador, por que é por conta própria. Então não tem como a gente tirar dinheiro do nosso bolso pra outros lugares

Entrevistadora: Qual o seu objetivo quando você se expressa com grafite?

Chermie: Meu objetivo?

Entrevistadora: além de passar esse conhecimento da cultura indígena?

Chermie: É mostrar... A mulher indígena, é passar que não só, só as mulheres negras que passam por preconceito, as mulheres indígenas também passam dentro de suas tribos. Porque os indígenas são, é uma cultura patriarca, como o pajé. Elas lutam muito pra criar seus filhos e tem muitas que saem da tribo pra morar na cidade e passa por preconceito de serem mulheres e

por serem indígenas sabe? Então, o brasileiro ainda tem esse preconceito e se der passo isso se não só as negras ou as brancas, sendo mulher você passar por machismo, mas também as indígenas passa, até dentro da suas próprias aldeias como quando são obrigadas a casar com quem elas não querem, hoje em dia a sociedade, as mulheres não são mais obrigada. A gente escolhe com quem a gente quer se relacionar E no... Nas tribos ainda não, ainda são obrigada a casar com um cara que o pai escolhe, que tem que ser da mesma tribo, tem muitas delas que não querem mas tem que seguir esse padrão. E eu tento passar isso também

Entrevistadora: E pra finalizar, você gostaria de deixar uma mensagem pra quem for assistir?

Chermie: Que... Grafite vai bem além do que as pessoas pensam, vai além do muro, sabe, tem o conceito, tem uma ideologia,. É As pessoas dizem “Gastar dinheiro com lata” mas é um hobby, é a mesma coisa de quem bebe, de quem fuma, de quem vai pra festa. É um lazer, é o nosso lazer, grafitar. Acho que desestressa, sabe? Gente tá na rua, no sol, não é só aquilo. É tudo que a gente tem pra se expressar. Até pra deixar nossa cidade mais bonita, mais colorida, mais bonita. As pessoas pensam mais, sabe? Ajuda.

E assim pagar, tem que pagar pela nossa arte, porque a gente não trabalha de graça. Todo mundo tem sua família. Além de grafiteiro, todo mundo pai e mãe, todo mundo se sustenta. Porque se a gente cobrar por uma tela, por um trabalho o pessoal acha errado, assim não gosta, não quer pagar mais a gente sustenta aquilo. Então valorizem mais a arte urbana que até mais acessível do que você comprar um quadro do Romero Britto, com certeza é mais barato.

Entrevistadora: obrigada Chermie

APÊNDICE B – DOCUMENTO DE CONCESSÃO DE IMAGEM E USO DE NOME

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO GERAL DE IMAGEM E NOME
Eu, _____, nascido(a) no dia ____/____/_____, de nacionalidade _____, residente e domiciliado(a) à _____,
Cidade de _____, Estado _____, portador(a) da Cédula de Identidade RG/RNE nº _____, inscrito(a) no CPF/MF sob o nº _____, doravante denominado(a) simplesmente de “CONCEDENTE”, na melhor forma do direito, de maneira livre, espontânea, sem qualquer vício de consentimento ou de vontade.
AUTORIZO o Museu dos <i>graffiti</i> feitos por mulheres, ou quem a ele representar, doravante denominado simplesmente de “AUTORIZADO”, a fazer uso do meu nome e da minha imagem, captada vídeo entrevista cedidas e produzidas pelo Museu em ____/____/_____, mediante a observação das seguintes condições:
1. As imagens e nome do(a) CONCEDENTE serão utilizados para expor no site do Museu <i>dos graffiti</i> feitos por mulheres.
2. A utilização da imagem e nome do(a) CONCEDENTE será permitida para fins institucionais, expográficos, jornalísticos, históricos, acadêmicos, educacionais, informativos, sociais, relacionados à exposição online, de maneira gratuita, não onerosa, por prazo indeterminado, em caráter definitivo, inequívoco, irrestrito, irretroatável e de abrangência global, incluindo internet e redes sociais.
3. O AUTORIZADO não poderá ceder, transferir ou sublicenciar a reprodução das obras a terceiro(a)s, sem a expressa concordância por escrito do(a) CONCEDENTE.
3. O AUTORIZADO poderá praticar os seguintes atos relacionados com a imagem ou nome do(a) CONCEDENTE:
a) Editar, reeditar, tratar, recortar, compilar, agrupar ou de qualquer modo complementar o conteúdo captado;
b) Transferir, migrar, deslocar, alterar ou de qualquer forma mudar o formato ou extensão do suporte ao qual o conteúdo tenha sido capturado, seja de físico para digital, digital para físico ou de digital para digital (mudança de tipo de arquivo digital);
c) Transmitir o suporte que contenha conteúdo autorizado através de qualquer meio, seja eletrônico, digital, magnético, fibra ótica, ou qualquer outro que venha a ser inventado;

d) Armazenar, agrupar ou de qualquer forma organizar o suporte em que esteja inserido o conteúdo autorizado, seja em banco de dados, servidores internos, externos, de maneira íntegra ou fracionada;

e) Veicular ou distribuir em mídia impressa ou digital, em formato físico ou pela internet, podendo o conteúdo autorizado ser disponibilizado em redes sociais, sites de compartilhamento de imagens, vídeos ou de arquivo de som, seja através de aplicativos, arquivos executáveis, editáveis ou não, ringtones, ícones e/ou wallpapers (papel de parede do computador, tablet e celular), e-Books (livros em formato eletrônico) ou Áudio-Books, seja por intermédio de computadores pessoais, celulares, smartphones, tablets, laptops ou qualquer outro dispositivo que possam reproduzir, armazenar, compartilhar, editar ou receber tal conteúdo;

f) Utilizar, reproduzir, publicar ou veicular o conteúdo autorizado, mesmo que em anúncios impressos ou digitais, em mídias ou veículos de comunicação de massa, desde que esta divulgação esteja relacionada diretamente com a disseminação de conhecimento, estímulo à cultura, ou ainda na realização de promoções e eventos que de alguma forma possam passar a mensagem ao público geral sobre o uso do conteúdo autorizado para fins sociais, expográficos, educacionais, acadêmicos, históricos ou institucionais;

4. Declara o AUTORIZADO que estão ressalvados os direitos do(a) CONCEDENTE sobre a integridade da sua honra, boa fama ou a respeitabilidade, sendo vedada a utilização da imagem ou nome deste para fins comerciais ou publicitários.

5. Fica expressamente convencionado que apenas será feita a menção ao nome do(a) autor(a) da obra em que contiver o conteúdo aqui autorizado quando a sua publicação assim o permitir, ou no formato de metadados do arquivo quando aplicável ao suporte eletrônico, ressalvando-se os casos em que as dimensões disponíveis, o espaço, ou as tecnologias envolvidas não permitirem a direta associação.

6. O(A) CONCEDENTE declara que exime o AUTORIZADO de qualquer responsabilidade pelo uso indevido de sua imagem ou nome por terceiros.

_____ de _____ de 20____

Data

CONCEDENTE

Salvador –BA

2014

APÊNDICE C – DOCUMENTO DE AUTORIZAÇÃO DO USO DE IMAGEM

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Pelo presente Termo de Autorização de Uso de Imagem, de um lado, _____ (nome completo), de RG nº _____ (nacionalidade), residente na cidade de _____, Autorizo o uso dos meus registros fotográficos para ser utilizado no Museu Virtual do Graffiti Feminino, sejam estes destinados a divulgação ao público em geral e/ou apenas para uso interno deste projeto, desde que não haja desvirtuamento da sua finalidade.

Ficam por meio deste acertado as seguintes condições:

1º: A Sr.ª _____ AUTORIZA expressamente a utilização de seus registros fotográficos para serem veiculados/utilizados no espaço virtual Museu Virtual do Graffiti Feminino, por prazo indeterminado, sem finalidade comercial, através do endereço eletrônico identificado abaixo:




2º: Pela presente permissão de uso, conforme discriminado nas condições acima referidas, a Sr.ª não receberá qualquer valor em moeda corrente ou produtos, dando plena e irrevogável quitação das obrigações assumidas pelo site.





3º: A presente autorização de uso abrange exclusivamente, a concessão de uso da imagem para os fins aqui estabelecidos, pelo que qualquer outra forma de utilização e/ou reprodução deverá ser previamente autorizada para tanto.





(Local/Data)

Assinatura







APÊNDICE D - INVENTÁRIO DOS *GRAFFITI*


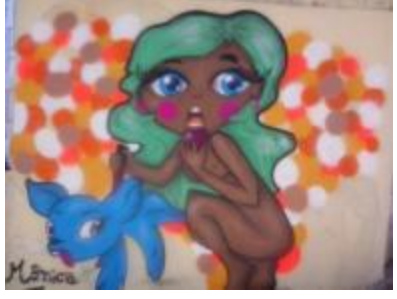



Inventário do acervo - <i>graffiti</i>					
Nº	Imagens	Artista	Localização	Data de produção	Fotógrafo / Data
MÔNICA					
1.		Mônica e Chermie	Capelinha de São Caetano, Rua Major Pinheiro	Não informado	Melissa Santos / 13-04-2014
2.		Mônica, Pinel e With	Carlos Gomes, em frente a loja "Aquino"	Não informado	Evanilton Gonçalves
3.		Mônica	Carlos Gomes, em frente ao 2 de julho	Não informado	Evanilton Gonçalves





4.		Mônica e Pinel	Carlos Gomes	Não informado	Evanilton Gonçalves
5.		Mônica, Questão e Pinel	Estrada da Liberdade, muro da estação elétrica, em frente a 2ª companhia de polícia.	Não informado	Evanilton Gonçalves
6.		Mônica, Aine, Ketu, Origi, Pinel e outros	Ladeira do Campo Grande.	Não informado	Evanilton Gonçalves
7.		Mônica	Nazaré. Avenida Joana Angélica, muro do Colégio Estadual Severino Vieira	Não informado	Evanilton Gonçalves





8.		Mônica	Santo Antônio, ladeira Ramos de Queiroz.	Não informado	Evanilton Gonçalves
9.		Mônica	São Caetano, 1ª travessa Bambuí. Em frente ao colégio Ramo da Videira	Não informado	Evanilton Gonçalves
10.		Mônica e Boob	São Caetano, Estrada de Campinas. Ao lado da loja Mata Atlântica	Não informado	Evanilton Gonçalves
11.		Mônica, Pinel e Boob	São Caetano, Estrada de Campinas.	Não informado	Evanilton Gonçalves





12.		Mônica	São Caetano, Estrada de Campinas	Não informado	Evanilton Gonçalves
13.		Mônica e Chermie	São Caetano, Rua Bambuí, em frente ao colégio Francisco de Assis.	Não informado	Evanilton Gonçalves
14.		Mônica	São Caetano, Rua do Bambuí. Em frente à clínica Fisiort	Não informado	Evanilton Gonçalves
15.		Mônica	São Caetano, Rua do Bambuí. Em frente ao Colégio Francisco de Assis	Não informado	Evanilton Gonçalves
16.		Mônica	Barbalho	Não informado	Melissa Santos / 01/05/2014







17.		Mônica	2 de julho	Não informado	Não informado
18.		Mônica	Federação	Não informado	Melissa Santos / 01-05-2014
19.		Mônica	Não informado	Não informado	Não informado
20.		Mônica, Boob e Pinel	Viaduto Nazaré	Não informado	Não informado
21.		Mônica	Não informado	Não informado	Não informado
22.		Mônica e Pinel	Não informado	Não informado	Não informado





23.		Mônica e Verônica	Castelo Branco	Não informado	Não informado
24.		Mônica	São Caetano	Não informado	Não informado
25.		Pinel, Bigod e Mônica	Mercado Modelo	Não informado	Não informado
26.		Mônica	Pau Miúdo	Não informado	Não informado
27.		Mônica	Liberdade	Não informado	Não informado






28.		RBK, Sista Katia e Mônica	Muro da CODEBA (1ª edição BTC)	15/03/2015	Melissa Santos / 15/03/2015
GATA X					
29.		Gata X	Ribeira. Avenida Beira Mar		Evanilton Gonçalves
30.		Gata X	Capelinha de São Caetano, Rua Major Pinheiro	13-04-2014	Não informado
31.		GataX	Baixa de Quintas	Não informado	Não informado






<p>32.</p>		<p>GataX</p>	<p>Comércio</p>	<p>Não informado</p>	<p>Melissa Santos /</p>
<p>33.</p>		<p>GataX</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>34.</p>		<p>GataX</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>35.</p>		<p>GataX</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>





36.		GataX	Não informado	Não informado	Não informado
37.		GataX	Não informado	Não informado	Não informado
38.		GataX	Não informado	Não informado	Não informado
39.		GataX	Não informado	Não informado	Não informado






40.		GataX	Cidade Nova	Não informado	Não informado
41.		GataX	Guaianazes - São Paulo	Não informado	Não informado
42.		GataX	Instituto de Ciências de Saude - UFBA	Não informado	Não informado
43.		Taizo, With e Gata X	Mata Escura	Não informado	Não informado
44.		Mônica, Chermie e GataX	Não informado	Não informado	Não informado
45.		Mônica, Gata X e Pinel	Não informado	Não informado	Não informado






46.		GataX	Pau Miudo	Não informado	Não informado
47.		Chermie e GataX	Subúrbio rodoviário – Alto de Coutos	Não informado	Não informado
48.		GataX	Tremembé – São Paulo	Não informado	Não informado
KPITÚ (ANNIE GANZALA)					
49.		Kpitú (Annie Ganzala)	Capelinha de São Caetano, Rua Major Pinheiro	13-04-2014	Melissa Santos / 13-04-2014






50.		Kpitú (Annie Ganzala)	Capelinha de São Caetano, Rua Major Pinheiro	13-04-2014	Melissa Santos / 13-04-2014
51.		Kpitú (Annie Ganzala)	Ondina - UFBA	12/12/2011	Não informado
52.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
53.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
54.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado





55.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
56.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
57.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
58.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
59.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado

<p>60.</p>		<p>Kpitú (Annie Ganzala)</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>61.</p>		<p>Kpitú (Annie Ganzala)</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>62.</p>		<p>Kpitú (Annie Ganzala)</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>63.</p>		<p>Kpitú (Annie Ganzala)</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>





64.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
65.		Kpitú (Annie Ganzala)	Ondina	Não informado	Não informado
66.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
67.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
68.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado





69.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
70.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
71.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
72.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
73.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado





<p>74.</p>		<p>Kpitú (Annie Ganzala)</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>75.</p>		<p>Kpitú (Annie Ganzala)</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>76.</p>		<p>Kpitú (Annie Ganzala)</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>77.</p>		<p>Kpitú (Annie Ganzala)</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>78.</p>		<p>Kpitú (Annie Ganzala)</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>





79.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
80.		Kpitú (Annie Ganzala)	Não informado	Não informado	Não informado
81.		Kpitú (Annie Ganzala)	Muro da CODEBA (1ª edição BTC)	15/03/2015	Melissa Santos / 15/03/2015
CHERMIE					
82.		Chermie	Não informado	Não informado	Não informado



<p>83.</p>		<p>Chermie</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>84.</p>		<p>Chermie</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>85.</p>		<p>Chermie</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>86.</p>		<p>Chermie</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>






<p>87.</p>		<p>Chermie</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>88.</p>		<p>Chermie</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>89.</p>		<p>Chermie</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>90.</p>		<p>Chermie</p>	<p>Alto da Sereia – Rio Vernelho</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>





91.		Chermie	Ribeira	Não informado	Não informado
92.		Chermie	São Caetano	Não informado	Não informado
SISTA K					
93.		Sista K	Capelinha de São Caetano, Rua Major Pinheiro	13-04-2014	Melissa Santos / 13/04/2014
94.		Sista K	Não informado	Não informado	Não informado






<p>95.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>96.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>97.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>98.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Ribeira</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>



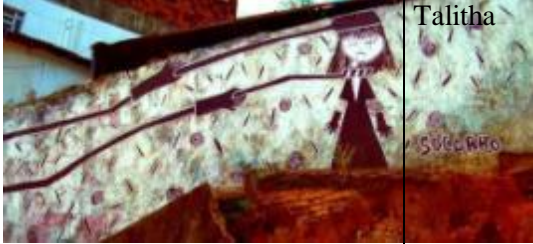


<p>99.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Ribeira</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>100.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>101.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Viaduto Politeama</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>102.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>






<p>103.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>104.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>105.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>106.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Cajazeiras</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>107.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Castro Alves</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>






108.		Fimho e Sista K	Não informado	Não informado	Não informado
109.		Fimho e Sista K	Ladeira da Montanha	Não informado	Não informado
110.		Tettis e Sista K	Ladeira da Preguiça	Não informado	Não informado
111.		Sista K e Fimho	Ladeira do Zauer	Não informado	Não informado
112.		Sista K	Maranhão	Não informado	Não informado





<p>113.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Pero Vaz</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>114.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Ribeira</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>115.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Rio de Janeiro</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>116.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Rio Vermelho</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>

<p>117.</p>		<p>Sista K</p>	<p>Saramandaia</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>118.</p>		<p>Sista Kátia</p>	<p>Madre de Deus</p>	<p>Não informado</p>	<p>Melissa Santos / não informado</p>
<p>119.</p>					
<p>TALITHA</p>					
<p>120.</p>		<p>Talitha</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>121.</p>		<p>Talitha</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>122.</p>		<p>Talitha</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>




<p>123.</p>		<p>Talitha</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>124.</p>		<p>Talitha</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>125.</p>		<p>Talitha</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>126.</p>		<p>Talitha Agonia Extase</p>	<p>Av. Reitor Miguel Calmon</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>127.</p>		<p>Talitha Naara</p>	<p>Av. Leovigildo Figueiras, Garcia</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>

<p>128.</p>		<p>Talitha</p>	<p>Cachoeira - em frente a sede da Irmandade da Boa Morte 1</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>129.</p>		<p>Talitha</p>	<p>Cachoeira - em frente a sede da Irmandade da Boa Morte</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>130.</p>		<p>Talitha</p>	<p>Centro da cidade de Tucano, interior da Bahia, no território de identidade do Sisal, sertão da Bahia. Local onde aconteceu o VIII Fórum de Cultura da Bahia.</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>131.</p>		<p>Talitha / Duelo</p>	<p>Corredor da Vitória</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>132.</p>		<p>Talitha / Duelo</p>	<p>Corredor da Vitória</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>






<p>133.</p>		<p>Talitha Duelo /</p>	<p>Corredor da Vitória</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>134.</p>		<p>Talitha Duelo /</p>	<p>Garibaldi</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>135.</p>		<p>Talitha Duelo /</p>	<p>Entre o Vale do Canela e a Graça</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>136.</p>		<p>Talitha Duelo /</p>	<p>Garcia</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>137.</p>		<p>Talitha Duelo /</p>	<p>Ladeira do Campo Grande</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>






<p>138.</p>		<p>Talitha Duelo</p>	<p>/ Rio Vermelho</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>139.</p>		<p>Talitha Duelo</p>	<p>/ Sabino Silva</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>140.</p>		<p>Talitha Duelo</p>	<p>/ Vale do CAnela</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>141.</p>		<p>Talitha Duelo</p>	<p>/ Rio Vermelho</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>







<p>142.</p>		<p>Talitha / elo</p>	<p>Vasco da Gama</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>143.</p>		<p>Talitha / Edificil na Cidade</p>	<p>Av. ACM Em frente a Embasa</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>144.</p>		<p>Talitha / Edificil na Cidade</p>	<p>Caminho das Arvores</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>145.</p>		<p>Talitha / Edificil na Cidade</p>	<p>Campo Grande</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>146.</p>		<p>Talitha / Edificil na Cidade</p>	<p>Corredor da Vitoria</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>






147.		Talitha Edifício Cidade / na	Corredor da Vitoria	Não informado	Não informado
148.		Talitha Edifício Cidade / na	Corredor da Vitoria	Não informado	Não informado
149.		Talitha Edifício Cidade / na	Escada que liga o final do Canela	Não informado	Não informado
150.		Talitha Edifício Cidade / na	Garcia	Não informado	Não informado
151.		Talitha Edifício Cidade / na	ladeira da barra	Não informado	Não informado
152.		Talitha Edifício Cidade / na	ladeira da barra	Não informado	Não informado





<p>153.</p>		<p>Talitha Edificil Cidade / na</p>	<p>Ondina Ademar de Barros</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>154.</p>		<p>Talitha Edificil Cidade / na</p>	<p>Ondina Rio Vermelho</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>155.</p>		<p>Talitha Edificil Cidade / na</p>	<p>Rio Vermelho</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>156.</p>		<p>Talitha Edificil Cidade / na</p>	<p>Rio Vermelho</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>157.</p>		<p>Talitha Edificil Cidade / na</p>	<p>Vale do Canela</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>





158.		Talitha Edifício na Cidade	/ Vale do Canela	Não informado	Não informado
159.		Talitha Edifício na Cidade	/ Viaduto que dá no Canela	Não informado	Não informado
160.		Talitha Edifício na Cidade	/ Rio Vermelho	Não informado	Não informado
161.		Talitha Edifício na Cidade	/ Em frente ao MAM Abaixo da Av. Contorno	Não informado	Não informado
162.		Talitha Edifício na Cidade	/ Rua Democrata 2 de julho	Não informado	Não informado






163.		Talitha / Experimentos	Cidade Baixa	Não informado	Não informado
164.		Talitha e Kpitú	Federação	Não informado	Não informado
165.		Talitha	Ladeira da Preguiça Centro Historico Salvador 1 realizado final de 2013	Não informado	Não informado
166.		Talitha	Ladeira da Preguiça Centro Historico Salvador 1 realizado final de 2013	Não informado	Não informado
167.		Talitha	Ladeira do Campo Grande	Não informado	Não informado
168.		Talitha / Luto	Hospital universitario ufba	Não informado	Não informado





169.		Talitha Luto /	Próximo viaduto ao da contorno	Não informado	Não informado
170.		Talitha Luto /	Rio Vermelho	Não informado	Não informado
171.		Talitha Luto /	Rio Vermelho	Não informado	Não informado
172.		Talitha Luto pela paz /	Av. ACM	Não informado	Não informado
173.		Talitha Luto pela paz /	Av. ACM	Não informado	Não informado
174.		Talitha Grito / O	Rua dos Ingleses Centro Salvador	Não informado	Não informado

175.		Talitha	Rio Vermelho	Não informado	Não informado
176.		Talitha	Rio Vermelho	Não informado	Não informado
177.		Talitha	Rua das Flores Pelourinho	Não informado	Não informado
178.		Talitha	Rua do Sodre - 2 de julho 1	Não informado	Não informado
179.		Talitha	Rua do Sodre - 2 de julho 1	Não informado	Não informado

180.		Talitha	Rua reitor Miguel Calmon - em frente ao bar chuleta	Não informado	Não informado
181.		Talitha	Rua reitor Miguel Calmon - em frente ao bar chuleta	Não informado	Não informado
182.		Talitha	São Lazaro	Não informado	Não informado
183.		Talitha / Civilização Mágica	Garcia	Não informado	Não informado
184.		Talitha / Civilização Mágica	Garcia	Não informado	Não informado






<p>185.</p>		<p>Talitha / Civilização Mágica</p>	<p>Garcia</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informad o</p>
<p>186.</p>		<p>Talitha / Civilização Mágica</p>	<p>Garcia</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informad o</p>
<p>187.</p>		<p>Talitha / Civilização Mágica</p>	<p>Garcia</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informad o</p>
<p>188.</p>		<p>Talitha / Civilização Mágica</p>	<p>Garcia</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informad o</p>






189.		Talitha / Civilização Mágica	Garcia	Não informado	Não informad o
190.		Talitha / Civilização Mágica	Garcia	Não informado	Não informad o
191.		Talitha / Meio Ambiente	2 de julho	Não informado	Não informad o
192.		Talitha / Meio Ambiente	2 de julho	Não informado	Não informad o
193.		Talitha / Meio Ambiente	Amaralina	Não informado	Não informad o






<p>194.</p>		<p>Talitha / Meio Ambiente</p>	<p>Av. ACM</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informad o</p>
<p>195.</p>		<p>Talitha / Meio Ambiente</p>	<p>Federação</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informad o</p>
<p>196.</p>		<p>Talitha / Meio Ambiente</p>	<p>Garibaldi</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informad o</p>
<p>197.</p>		<p>Talitha / Meio Ambiente</p>	<p>Ladeira da Concha Acústica TCA</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informad o</p>



<p>198.</p>		<p>Talitha / Meio Ambiente</p>	<p>Orla Amaralina</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>199.</p>		<p>Talitha / Meio Ambiente</p>	<p>Pituba</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>200.</p>		<p>Talitha / Meio Ambiente</p>	<p>Rua reitor miguel macedo ao lado do Bompreço</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>201.</p>		<p>Talitha e Kpitú / Meio Ambiente</p>	<p>Ondina</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>

<p>202.</p>		<p>Talitha / Meio Ambiente</p>	<p>Vasco da Gama</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>203.</p>		<p>Talitha / O grito</p>	<p>Ondina</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>204.</p>		<p>Talitha / O grito</p>	<p>Ademar de Barros - Ondina</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>205.</p>		<p>Talitha / O grito</p>	<p>Av. 7 de setembro</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>

206.		Talitha / O grito	Barra	Não informado	Não informado
207.		Talitha / O grito	Carlos Gomes	Não informado	Não informado
208.		Talitha / O grito	Corredor da Vitoria	Não informado	Não informado
209.		Talitha / O grito	Corredor da Vitoria	Não informado	Não informado
210.		Talitha / O grito	Corredor da Vitoria	Não informado	Não informado

<p>211.</p>		<p>Talitha / O grito</p>	<p>Vasco da Gama e Garibaldi</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>212.</p>		<p>Talitha / O grito</p>	<p>Federação</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>213.</p>		<p>Talitha / O grito</p>	<p>Garcia</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>214.</p>		<p>Talitha / O grito</p>	<p>Garcia</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>215.</p>		<p>Talitha / O grito</p>	<p>Garcia</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>

<p>216.</p>		<p>Talitha / O grito</p>	<p>Ladeira da Barra</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>217.</p>		<p>Talitha / O grito</p>	<p>Natal RN</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>218.</p>		<p>Talitha / O grito</p>	<p>Rio Vermelho</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>219.</p>		<p>Talitha / O grito</p>	<p>Viaduto da Graça</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>
<p>220.</p>		<p>Talitha</p>	<p>Vale do Canela</p>	<p>Não informado</p>	<p>Não informado</p>

221.		Talitha	Viaduto do Vale do Canela	Não informado	Não informado
222.		Talitha	Madre de Deus	Evento BTC	Melissa Santos

APÊNDICE E – FICHAS CATALOGRÁFICAS

Ficha Catalográfica – Registros Fotográficos - Mônica

FICHA CATALOGRÁFICA		
OBRA/ANO: “Mulher sentada” muro do ICEIA	ARTISTA: Mônica	COLEÇÃO: Registros fotográficos
DATA DE ENTRADA: 01/05/2014		TIPO DE ENTRADA: Registro in loco
Nº DO INVENTÁRIO: 16	Nº DO REGISTRO: MGM.F1.16	NOME DO ARQUIVO: Mônica_11
TIPO DE BACKUP / DATA DO BACKUP: Flickr; HD Externo / 01/05/2014; 07/04/2018		
LOCALIZAÇÃO: Muro do Colégio ICEIA - Barbalho	SITUAÇÃO DO GRAFFITI: <input type="checkbox"/> EXISTENTE <input checked="" type="checkbox"/> NÃO EXISTENTE <input type="checkbox"/> DESCONHECIDO	
DADOS HISTÓRICOS: Produzido com outros artistas, foi parte de um projeto de <i>graffiti</i> na cidade de Salvador. Apagado no ano de 2018, porém artistas foram chamados para repintar o muro, pois estes encontravam-se desgastados com a ação do tempo e da poluição.		
OBSERVAÇÕES: <i>Print screem</i> do Instagram da artista Mônica, mostrando parte do mural, onde o <i>graffiti</i> encontrava-se e como ele está atualmente.		



IMAGEM:



LINKS:

RESPONSÁVEL/DATA: Melissa Santos / 14-07-2018

Ficha catalográfica – Registros Fotográficos – Chermie

FICHA CATALOGRÁFICA		
OBRA/ANO: Projeto juntas somos fortes	ARTISTA: Chermie	COLEÇÃO: Registros fotográficos
DATA DE ENTRADA: 17 de julho de 2014		TIPO DE ENTRADA: Doação
Nº DO INVENTÁRIO: 99	Nº DO REGISTRO: MGM.F2.99	NOME DO ARQUIVO: Chermie_11
TIPO DE BACKUP / DATA DO BACKUP: Flickr; HD Externo / 17-07-2014; 07/04/2018		
LOCALIZAÇÃO: Capelinha de São Caetano, Salvador, Bahia	SITUAÇÃO DO GRAFFITI: <input type="checkbox"/> EXISTENTE <input type="checkbox"/> NÃO EXISTENTE <input checked="" type="checkbox"/> DESCONHECIDO	
DADOS HISTÓRICOS: Arte produzida para o projeto “juntas somos fortes”, desenvolvido pelas artistas Chermie e Mônica, com o intuito de conscientizar a população, principalmente as mulheres, a realizarem o auto exame do câncer de mama.		
OBSERVAÇÕES:		
IMAGEM:		



LINKS:

RESPONSÁVEL/DATA: Melissa Santos / 14-07-2018

Ficha catalográfica – Registros Fotográficos – Sista Kátia

FICHA CATALOGRÁFICA		
OBRA/ANO: orixá negra	ARTISTA: Sista Katia	COLEÇÃO: Registros fotográficos
DATA DE ENTRADA: 14 de março de 2015		TIPO DE ENTRADA: Registro in loco
Nº DO INVENTÁRIO: 126	Nº DO REGISTRO: MGM.F3.126	NOME DO ARQUIVO: Sista Kátia_26
TIPO DE BACKUP / DATA DO BACKUP: Flickr; HD Externo / 17-07-2014; 07/04/2018		
LOCALIZAÇÃO: Entrada do Ferry Boat – Comercio, Salvador, Bahia		SITUAÇÃO DO GRAFFITI: (X) EXISTENTE () NÃO EXISTENTE () DESCONHECIDO
DADOS HISTÓRICOS: Arte produzida no Evento Bahia de Todas as Cores, que reuniu dezenas de grafiteiras e grafiteiros de todo o mundo. Sua primeira edição, ocorreu no bairro do Comercio.		
OBSERVAÇÕES:		
IMAGEM:		



LINKS: <http://www.bahiacores.com/>

RESPONSÁVEL/DATA: Melissa Santos / 14-07-2018

Ficha catalográfica –Registros Fotográficos – GataX

FICHA CATALOGRÁFICA		
OBRA/ANO: “Deixe viver livre”	ARTISTA:GataX	COLEÇÃO: Registros Fotográficos
DATA DE ENTRADA: 23/05/2014		TIPO DE ENTRADA: Doação
Nº DO INVENTÁRIO:31	Nº DO REGISTRO: MGM.F4.31	NOME DO ARQUIVO: Gata X_08
TIPO DE BACKUP / DATA DO BACKUP: Flickr; HD Externo / 17-07-2014; 07/04/2018		
LOCALIZAÇÃO: Baixa de Quintas – Salvador, Bahia		SITUAÇÃO DO GRAFFITI: <input type="checkbox"/> EXISTENTE <input type="checkbox"/> NÃO EXISTENTE <input checked="" type="checkbox"/> DESCONHECIDO
DADOS HISTÓRICOS:		
OBSERVAÇÕES:		
IMAGEM:		



LINKS:

RESPONSÁVEL/DATA: Melissa Santos / 14-07-2018

Ficha catalográfica –Registros Fotográficos – Kpitú (Annie Ganzala)

FICHA CATALOGRÁFICA		
OBRA/ANO: “Mulheres se beijando” 2011	ARTISTA: Kpitú (Annie Ganzala)	COLEÇÃO: Registro fotográficos
DATA DE ENTRADA: 23/05/2014		TIPO DE ENTRADA: Doação
Nº DO INVENTÁRIO: 51	Nº DO REGISTRO: MGM.F5.51	NOME DO ARQUIVO: Kpitú - Ondina UFBA - 12 de dezembro de 2011
TIPO DE BACKUP / DATA DO BACKUP: Flickr; HD Externo / 17-07-2014; 07/04/2018		
LOCALIZAÇÃO: Ondina - UFBA	SITUAÇÃO DO GRAFFITI: <input checked="" type="checkbox"/> EXISTENTE <input type="checkbox"/> NÃO EXISTENTE <input type="checkbox"/> DESCONHECIDO	
DADOS HISTÓRICOS:		
OBSERVAÇÕES:		
IMAGEM:		



LINKS:

RESPONSÁVEL/DATA: Melissa Santos / 14-07-2018

Ficha catalográfica –Registros Fotográficos – Talitha

FICHA CATALOGRÁFICA		
OBRA/ANO: Mulher e sua força	ARTISTA: Talitha	COLEÇÃO: Registros fotográficos
DATA DE ENTRADA: 06/10/2016		TIPO DE ENTRADA: Registro in loco
Nº DO INVENTÁRIO:222	Nº DO REGISTRO: MGM.F6.222	NOME DO ARQUIVO: Talitha_105
TIPO DE BACKUP / DATA DO BACKUP:		
LOCALIZAÇÃO: Madre de Deus, Bahia	SITUAÇÃO DO GRAFFITI: <input type="checkbox"/> EXISTENTE <input type="checkbox"/> NÃO EXISTENTE <input checked="" type="checkbox"/> DESCONHECIDO	
DADOS HISTÓRICOS: Arte produzida no Evento Bahia de Todas as Cores, que reuniu dezenas de grafiteiras e grafiteiros de todo o mundo. Sua primeira edição, ocorreu no bairro do Comercio		
OBSERVAÇÕES:		
IMAGEM		

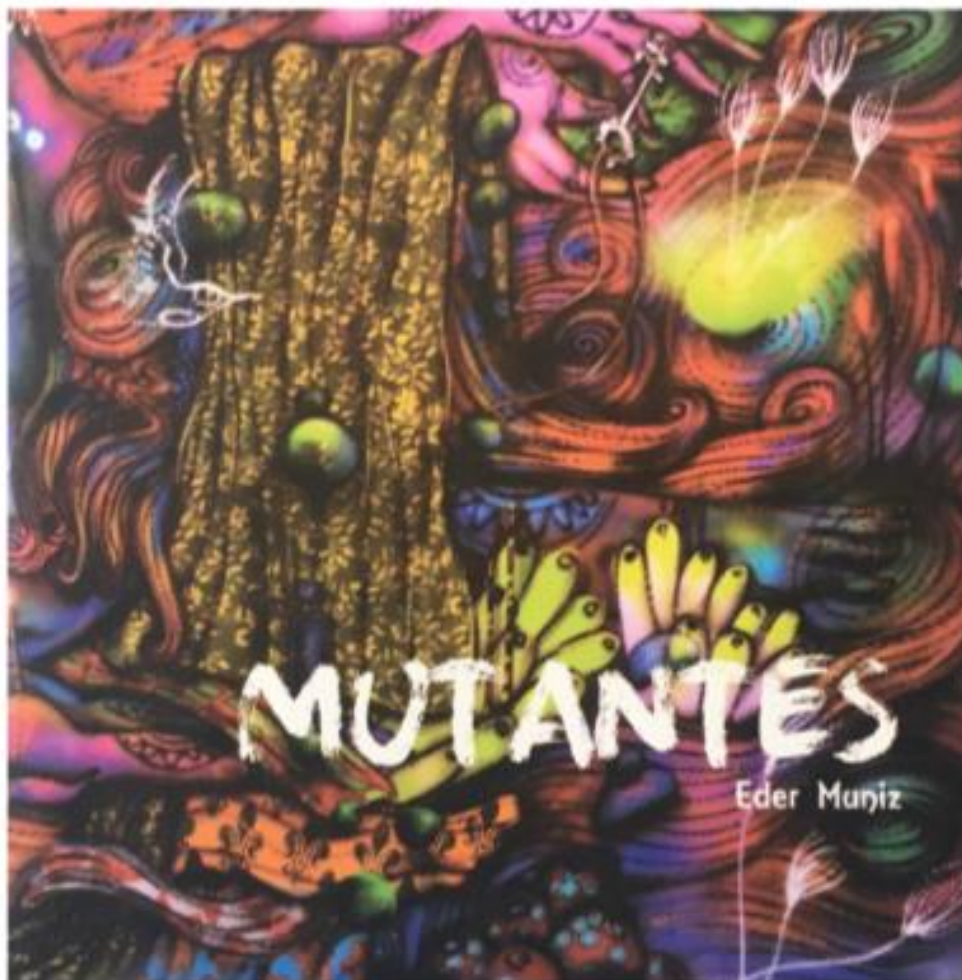


LINKS: <http://www.bahiacores.com/>

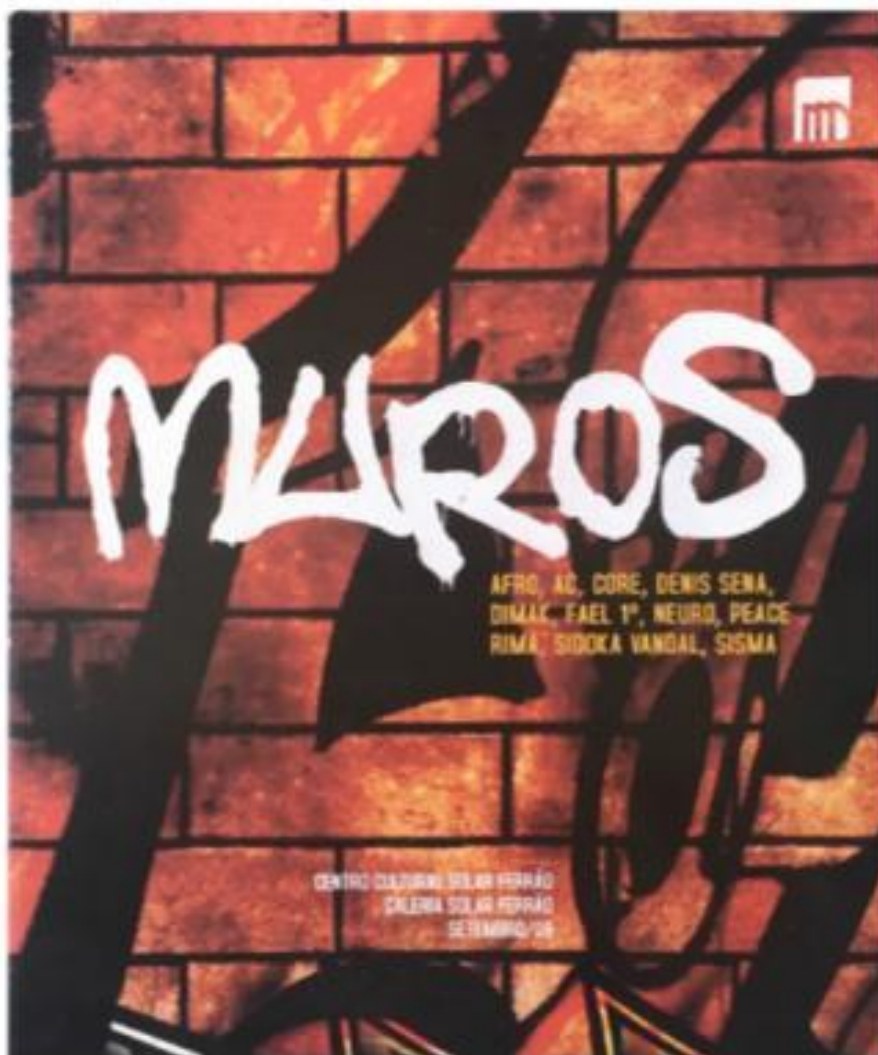
RESPONSÁVEL/DATA: Melissa Santos / 14-07-2018

ANEXOS

ANEXOS 1 - Catalogo da exposição Mutantes



Anexo 1 - Catalogo da exposição Mutantes (2013)

ANEXOS 2 - Folheto da exposição Muros

Anexo 2 – Folheto da exposição Muros (2009).