

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Mariana Alves Leite

**TURISMO E INTERVENÇÕES URBANAS: A ARTE URBANA COMO ATRATIVO TURÍSTICO**

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso).  
Orientador: Prof. Edwaldo Sérgio dos Anjos Júnior.

Juiz de Fora  
2016

## DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, MARIANA ALVES LEITE, portador do documento de identidade nº 15.308.937 e CPF nº116 102 386 05, acadêmico do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculado sob o número 201372057A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **TURISMO E INTERVENÇÕES URBANAS: A ARTE URBANA COMO ATRATIVO TURÍSTICO**, desenvolvido durante o período de 11/03/2016 a 25/07/2016 sob a orientação de EDWALDO SÉRGIO DOS ANJOS JÚNIOR, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

---

**MARIANA ALVES LEITE**

# TURISMO E INTERVENÇÕES URBANAS: A ARTE URBANA COMO ATRATIVO TURÍSTICO

## *TOURISM AND URBAN INTERVENTION: THE URBAN ART AS TOURIST ATTRACTION*

Mariana Alves Leite<sup>1</sup>

### RESUMO

O artigo aborda a relação que pode ser estabelecida entre as intervenções urbanas e o turismo considerando a possibilidade de a arte urbana promover uma experiência turística. Para isso, foram estudados e debatidos os conceitos de intervenção urbana, cultura, turismo cultural e experiência turística, assim como a possível interligação entre eles gerando uma discussão em torno de dois critérios relevantes para compreender essa ligação: a possibilidade de as intervenções urbanas se tornarem um atrativo turístico e as maneiras pelas quais o turista vivencia as intervenções urbanas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Arte urbana. Turismo. Cultura. Experiência. Espaço público.

### ABSTRACT

The article deals with the relationship that can be established between urban interventions and tourism considering the possibility of urban art to promote a tourist experience. Therefore, we have studied and discussed the concepts of urban intervention, culture, cultural tourism and tourist experience, as well as the possible interconnection between them generating a discussion between two relevant criteria to understand this connection: the possibility of urban interventions become a tourist attraction and the ways in which the tourist experiences the urban interventions.

**KEYWORDS:** Urban art. Tourism. Culture. Experience. Public space.

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo assume relações com dois tipos de intervenção urbana, aquelas que são planejadas para criar atrativos turísticos na cidade com uma motivação econômica, como pode-se observar em Gomes, C., (2011)<sup>2</sup> e as que surgem espontaneamente, fruto da manifestação dos próprios habitantes da cidade e artistas. É sobre essas últimas que está orientada esta pesquisa. Essa modalidade de arte vem ganhando destaque, assim como as ruas estão cada vez mais preenchidas por essas intervenções, além de se constatar que o contato com essas obras e a conscientização de seu significado promovem a sua disseminação e atraem cada vez mais curiosos.

Apesar do aumento do interesse pela arte urbana, esse fenômeno ainda é um pouco conhecido e estudado. O público reconhece uma obra de grafite ao se deparar com ela, porém existe todo um universo por trás da obra que é desconhecido por muitos: – a motivação do artista, sua mensagem, a inserção da arte nos espaços da cidade.

O reconhecimento e a valorização do trabalho dos artistas de rua e suas consequências, que vão desde o despertar do indivíduo para o espaço em que está inserido até a criação de um atrativo turístico, denotam a importância da produção de conhecimento sobre o assunto.

A pergunta levantada por essa pesquisa é sobre a possibilidade de haver uma experiência turística junto às intervenções urbanas em espaços públicos.

O objetivo da pesquisa é investigar a possível experiência turística promovida pelas intervenções urbanas. Os objetivos específicos são a construção de uma análise sobre o conceito de intervenção urbana, bem como apresentar um breve histórico desse fenômeno nas cidades, assinalar algumas formas de intervir no espaço público e analisar o impacto que a intervenção tem na dinâmica da cidade e como esse impacto influencia o turismo.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. E-mail: mariainhaalves@hotmail.com. Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientadora: Prof. Edwaldo Sérgio dos Anjos Júnior.

<sup>2</sup> Embora as atividades mais diretamente relacionadas com o setor turístico não se mostrem preponderantes no contexto econômico da cidade, o turismo não deixa, ainda assim, de representar uma estratégia importante nas políticas públicas, tal como revelam os projectos recentes de intervenção urbana e os discursos dos responsáveis políticos e dos intervenientes na esfera turística da cidade (GÓMES, C., 2011, p.5).

A justificativa para a escolha desse tema está atrelada ao destaque que essa modalidade artística vem ganhando e a atração de visitantes que tem proporcionado para as cidades e, além disso, destaca-se que é um assunto pouco estudado.

A estrutura do artigo está assim concebida: na primeira seção discutir-se-á a conceituação de intervenção urbana, um breve histórico da atividade e algumas maneiras como ela se reproduz. Posteriormente, são abordados os conceitos de turismo cultural e experiência turística de forma a caracterizar a ligação desses conceitos com o espaço urbano e a configuração desse espaço.

A conclusão, baseada em uma visão holística dos principais temas abordados, revela uma interpretação dos dados levantados e discutidos fundamentada na interdependência entre esses temas.

## **2. INTERVENÇÕES URBANAS: CONCEITUAÇÃO, BREVE HISTÓRICO E POSSIBILIDADES**

Nesse capítulo será discutido o que é intervenção urbana, como surgiu e se desenvolveu e algumas formas pelas quais ela se dá.

Para abordar o tema intervenção urbana é necessário fazer uma distinção entre os múltiplos usos desse termo. O primeiro é referente às intervenções no espaço urbano através de processos arquitetônicos e urbanísticos; já o segundo trata das manifestações artísticas de caráter efêmero que alteram o aspecto da cidade.

Esses processos, as intervenções artísticas no espaço público, recebem diferentes denominações. Deutsche os chamou de “arte pública”, Pallamin usou o termo “arte urbana” e Ardenne, “arte contextual” (GONÇALVES; ESTRELLA, 2007).

Segundo Souza (2012), as intervenções urbanas são uma forma de inscrição livre e de caráter temporário nos espaços da cidade de maneira a se apropriar deles e promover sua transformação. Essas manifestações são fenômenos culturais originados no interior das sociedades e instituições em que se reproduzem, como determina Pallamin (2000, p. 46):

Arte urbana foi definida anteriormente, como prática social relacionada a modos de apropriação do espaço urbano. Enquanto “espaço de representação”, a obra de arte é também um agente na produção do espaço, adentrando-se nas cotidões e conflitos aí presentes.

A cidade se torna a plataforma de trabalho onde o artista se expressa, de forma que a arte é feita na cidade e com a cidade com o intuito de produzir e ocupar o espaço urbano. Ao tirar a arte do ambiente fechado das galerias, as intervenções urbanas promoveram a democratização do fenômeno artístico (CARTAXO, 2009).

As intervenções urbanas tem o objetivo de dialogar, questionar e modificar a forma como os indivíduos vivenciam a cidade. Segundo Gonçalves e Estrella (2007, p. 98), “as intervenções artísticas urbanas funcionam, neste contexto, como práticas sociais comunicativas, que nos permitem repensar os modos como nos relacionamos com o urbano e os significados sociais que lhe são atribuídos”.

A arte percorreu um longo caminho até que surgissem as intervenções urbanas. Segundo Cartaxo (2009), elas têm sua origem junto à arte contemporânea e representam uma das formas de ruptura com os paradigmas da arte moderna, a qual é marcada pelo realismo e pelo uso da ciência para interpretar essa realidade.

O retorno do subjetivismo à esfera artística coloca fim ao projeto da modernidade e leva ao expressionismo abstrato, esse, no entanto, se distanciava do mundo, de forma que, em 1960, artistas em busca não só da estética nas artes, mas de uma dimensão cultural, social e política deram início à arte contemporânea. Nela o lugar da arte passou a ser questionado (CARTAXO, 2009).

Assim, museus e galerias foram considerados elementos que distanciavam a arte do público, portanto, na arte contemporânea, os artistas saem das galerias e tomam as ruas. A inserção de manifestações artísticas em locais públicos traz consigo uma aproximação entre o artista e a sociedade e entre a sociedade e a arte.

A arte pública é vasta, rica em representações, na medida em que ela pode ocorrer na forma de grafite, pichações, performances, instalações ou qualquer outro meio que o artista utilize para se expressar. Dessa forma, é difícil afirmar com precisão se determinada obra se trata de arte urbana, assim como quando elas têm início.

O grafite é uma das formas mais conhecidas e de maior representatividade entre as intervenções urbanas, de acordo com Souza, (2012, p. 20)

No Brasil, São Paulo foi a primeira cidade a registrar o grafite contemporâneo. As performances começaram com a vinda de Vallauri, um etíope com passagem por

Buenos Aires e Nova Iorque, e que surpreendeu os paulistas com a imagem repetida de uma bota feminina, extraída da fábrica de carimbos Dulcemira Ltda e carimbada com a técnica da máscara e spray em muros, porta de lojas, supermercados, entre outros.

Atualmente, pode-se concluir pela disseminação das intervenções urbanas e sua valorização como instrumento de inserção e representação do indivíduo na cidade e de construção do espaço urbano e sua história.

“Tecida pela lógica da efemeridade, costuma intensificar a sua presença em espaços públicos, tanto no sentido de assegurar um grau máximo de visibilidade como de acionar e intensificar um número mais amplo de *espetadores*” (DIÓGENES, 2015, p. 687, grifo da autora), a intervenção urbana artística pode acontecer de diversas formas, assim, é necessário discutir algumas formas pelas quais o artista se apropria do espaço público.

De acordo com Gitahy (1999 apud RODRIGUES, 2013, p. 61), o grafite tem raízes nos tempos pré-históricos com as pinturas rupestres. Essas inscrições podem conter a origem do grafite, porém, são processos muitos diferentes tanto esteticamente como quanto à sua finalidade.

Segundo Ramos (2007 apud SOUZA, 2012, p. 19), foi na década de 60, na França, que o grafite começou a se desenvolver para a forma como é conhecido hoje. Grupos jovens começaram a ocupar espaços da cidade e, entre outras formas de manifestações, frases eram inscritas nas paredes da cidade, as quais se tornaram, dessa forma, espaço de comunicação. A partir de então, a prática se desenvolveu e se difundiu pelo mundo, transformando locais como túneis, muros e viadutos em tela para seus desenhos.

O grafite, apesar de ter sua origem relacionada à pichação – prática conhecida por sua clandestinidade e predomínio da escrita sem obrigatoriedade de um traço estético, se trata de uma assinatura, mais conhecida como *tag* e corresponde à identidade do autor (SOUZA, 2012) –, se distingue do picho devido à preocupação estética em sua produção, pela riqueza dos traços e cores. Como esclarece Souza (2012, p. 22)

O graffiti, por outro lado, é uma atividade relacionada à apropriação do espaço urbano para o desenvolvimento de painéis elaborados em tinta spray ou outros materiais, porém não monocromáticos e nem com traços econômicos, mas sim extremamente complexos e coloridos. Está relacionado às artes plásticas, à pintura e à gravura, com maior preocupação em relação ao desenho e à representação plástica da imagem.

A aceitação dessa expressão artística foi se construindo ao longo do tempo, segundo Rodrigues (2013). Até 2011 a prática era ilegal, atualmente o *graffiti* faz parte de exposições em galerias, passou a ser visto de outra forma pela sociedade e se tornou até mesmo forma de revitalização de espaços marginalizados, como é o caso do projeto Casas-Tela localizado no Rio de Janeiro nas favelas Pavão, Pavãozinho e Cantagalo.

Com a diversificação das intervenções urbanas, surgiram novas formas de intervir no espaço urbano conhecidas com pós-grafite, dentre elas estão os conhecidos *sticks* e estêncil. Os primeiros são ilustrações em papel adesivo fixadas em paredes, postes e qualquer outro espaço das ruas com o intuito de se contrapor às propagandas, já o estêncil corresponde à técnica que utiliza um molde com o desenho a ser transferido para a superfície com tinta (SOUZA, 2012).

### 3. TURISMO E INTERVENÇÕES URBANAS

Aqui são discutidos o conceito de turismo cultural, os atrativos que ele envolve e o papel que o espaço da cidade tem nessa dinâmica.

#### 3.1 Turismo cultural

O conceito de turismo cultural possui mais de uma definição. A Organização Mundial do Turismo, segundo Julião (2013), com o intuito de especificar aqueles que podem ser classificados turistas culturais para o estudo desse segmento, aborda turismo cultural como movimentos de pessoas devido a motivações culturais, como visitas de estudo, performances e tours culturais, viagens para outros países para usufruir de festivais e outros eventos culturais, visitas a locais e monumentos, entre outros. Turismo Cultural, de acordo com o Ministério do Turismo (2006), “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”. De acordo com Moletta (1998 apud BATISTA, 2006, p. 30-31),

Turismo cultural é o acesso a esse patrimônio cultural, ou seja, à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade. Sendo assim, o turismo cultural não busca somente lazer, repouso e boa vida. Caracteriza-se, também, pela motivação do turista em conhecer regiões onde o seu alicerce está baseado na história de um determinado povo, nas suas tradições e nas suas manifestações culturais, históricas e religiosas.

Essas são algumas definições entre as diversas que existem sobre turismo cultural. Delas, pode-se apreender que esse segmento turístico se diferencia por não conter a busca estrita de lazer ou repouso, mas por manifestações culturais de determinado local, podendo essas estarem ligadas à história, religião, gastronomia, arquitetura ou representações artísticas do local – fatores moldados pela ação do homem, já que cultura seja no sentido antropológico, sociológico ou estético, está essencialmente relacionada com as criações e obras do homem.

Para este artigo, interessa o turista atraído pela arte. A relação entre turismo e arte na concepção de Ashworth, (apud GOMES, L., 2012) estabelece a arte como atração turística para apenas uma parcela dos turistas, uma elite instruída e apta a compreendê-la que buscam em seus destinos atrativos como galerias de arte, teatro e museus. Nesse sentido as intervenções urbanas ou arte pública possuem um papel relevante no sentido de contribuir para ampliar o acesso à arte.

As definições supracitadas de turismo cultural assim como a relação estabelecida por Ashworth entre arte e turismo são antigas, quando as intervenções urbanas ainda não tinham a repercussão que possuem atualmente e também quando o turismo cultural estava se desenvolvendo. Segundo Gomes, L., (2012, p. 24)

A caminhada que se foi fazendo até definir concretamente a existência de um turismo cultural teve o seu ponto alto nos finais da década de 1970. É precisamente no final desta década que as pessoas viajam já com o objetivo específico de ter experiências culturais no território visitado.

Conforme o interesse por esse segmento aumentou, assim como as práticas artísticas procuradas por esse público se diversificaram, pode-se dizer que o turismo cultural não é mais o mesmo. A categoria turista cultural foi ampliada, de forma a não se restringir apenas a uma elite, igualmente os atrativos culturais também se ampliaram e se tornaram mais acessíveis. As intervenções urbanas tem um lugar importante nessa transformação, elas são, ao mesmo tempo, um reflexo e um meio de democratização das artes.

### **3.2 Turismo cultural e o espaço da cidade**

Segundo Gomes, L., (2012), ao observar como se desenvolve o turismo cultural e a relação entre turismo e cultura, pode-se notar que o espaço urbano é onde se dá essa relação. A dinâmica da cidade e a intervenção do homem na sua construção a tornam um espaço rico em elementos culturais e, portanto, o principal destino para o segmento de turismo referido.

Coutinho (2009 apud GOMES, L., 2012, p. 25) considera que a interação entre o turista e o espaço da cidade acontece de maneira que

O turista cultural dá atenção a tudo aquilo que distingue a cidade que visita da sua própria, às particularidades que lhe conferem um aspeto diferente, permitindo-lhes fazer comparações que nunca ocorreriam às pessoas para quem esta cidade é o espaço do seu quotidiano.

Segundo Pérez (2009), há duas formas de moldar o espaço urbano para a demanda turística, uma prioriza a atividade e os visitantes deixando os habitantes locais em segundo plano e outra que integra o turismo a dinâmica da cidade como mais uma de suas atividades. Muitas cidades turísticas tiveram suas atividades e seu espaço orientados apenas para o turismo, o que, além de prejudicar os moradores é uma fonte de conflito entre eles e os turistas. Assim, é possível perceber que a melhor maneira de implementar o turismo na cidade é incorporando-o as suas demais atividades de forma a contribuir para a formação de um ambiente satisfatório tanto para moradores como para turistas.

No caso específico do turismo cultural, Nicolau (2002 apud PÉREZ 2009, p. 289) afirma que “o melhor museu da cidade é a própria cidade”, assim, entende-se que o investimento na cidade e para a cidade é mais importante que a sua monumentalização, as intervenções urbanas são um instrumento que contribui com essa finalidade, seja como mecanismo de denúncia ou como agente transformador da paisagem urbana.

Pérez (2009, p. 292) afirma que

A cidade, enquanto modo de vida e de habitar o espaço, é produto da história e obedece à articulação entre vários modelos de urbanismo. Estes modelos são não apenas morfológicos e arquitetônicos, mas também sociais e culturais.

O que significa que a dinâmica da cidade, a forma como ela é moldada está condicionada à sua história e à cultura de seus moradores, de forma que cada cidade possui em seu cotidiano e em sua estrutura um patrimônio cultural. Dentre os elementos que formam esse patrimônio cultural estão as intervenções urbanas, na medida em que elas podem ser entendidas como cultura tanto no sentido antropológico, entendida aqui como a produção de um grupo, seu modo de vida, seus valores e crenças e suas manifestações como no sentido estético, o qual estaria ligado a atividades como música, teatro, dança, literatura e artes plásticas (PÉREZ 2009).

### 3.3 Experiência turística e intervenções urbanas

Para tratar da experiência turística associada às intervenções urbanas, é necessário, antes, esclarecer a experiência turística. Para Turner e Bruner (1986 apud PEZZI; SANTOS, 2012) numa concepção antropológica a experiência está baseada numa interrupção da rotina, na mudança de papéis e na sensação de estranhamento proporcionada. O turismo, como atividade que promove o deslocamento do indivíduo e o seu encontro com o novo, mobilizando-o de maneiras subjetivas, se constitui em uma experiência e em um gerador de experiências, já que tira o indivíduo de seu cotidiano e o coloca em contato com o inesperado.

De acordo com Nascimento, Maia e Dias (2013) os anseios do turista atual não se resumem ao descanso ou diversão em um local diferente de sua moradia, ele busca uma experiência nova, única. Nesse contexto é possível presumir o aumento do interesse por culturas distintas, as quais oferecem “uma vivência do diferente fazendo com que o turista faça parte, se emocione com a história daquele povo, interaja e experimente sensações inesquecíveis” (SOARES 2009 apud NASCIMENTO et al., 2013, p 146).

Após definir a experiência turística é possível perceber como as intervenções urbanas enquanto elementos distintos e subversivos da paisagem urbana despertam a atenção do turista e constituem parte de sua experiência no local visitado interferindo na percepção do lugar. A arte urbana possibilita a ressignificação do lugar e a participação do espectador como integrante da obra (SANTOS 2015).

Num contexto global em que as pessoas são bombardeadas com diversas informações, mais do que podem reter, e o conseqüente desenvolvimento do que Simmel (1973 apud GONÇALVES; ESTRELLA, 2007) chamou atitude blasé e um processo transformação e espetacularização das cidades que as torna cada vez mais parecidas as intervenções urbanas tem um papel relevante de despertar e promover a reapropriação do lugar público pelos indivíduos.

De acordo com Santos (2015, p. 158) os artistas “provocam processos de experiência sensível do mundo através de atos performativos” e o espectador voluntariamente ou não interage com essas performances.

A arte urbana, enquanto processo ainda pouco conhecido de maneira aprofundada pelo público geral, pode fazer parte da vivência turística de maneira incidental, o turista cultural incidental, de acordo com Ashworth e Turnbridge (1990 apud PÉREZ, 2009, p.125), “é um turista cultural que não apresenta uma motivação cultural primária em direção aos recursos culturais do destino turístico”. As intervenções urbanas podem ser descobertas, muitas vezes, dessa forma, mas isso não as torna menos importantes na experiência turística já que são percebidas e tem impacto na percepção do turista sobre o local.

## 4. METODOLOGIA

A pesquisa qualitativa, para Minayo (2001 apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 32),

Trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Levando em consideração o objetivo desse estudo – analisar as possibilidades de as intervenções urbanas se constituírem em um atrativo turístico – e a conseqüente necessidade de um levantamento de dados para compreender esse fenômeno que não pode ser quantificado, essa pesquisa se caracteriza por ser uma pesquisa qualitativa de natureza descritiva – tipo de estudo que “pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade” (TRIVIÑOS, 1987 apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 35).

Essa análise foi possível mediante uma pesquisa bibliográfica, tipo de pesquisa realizado, de acordo com Fonseca (2002 apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p.37), “a partir do levantamento de referências teóricas

já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites”. Foram selecionados artigos científicos e livros que abordam as intervenções urbanas – sua história, tipos e recepção pelo público –, turismo cultural e experiência turística, e o conceito de cultura. As informações retiradas da literatura consultada foram examinadas, exploradas de forma a estabelecer correspondências entre esse conteúdo e o tema proposto pelo artigo, e por último, os dados foram interpretados resultando em uma discussão acerca de duas categorias importantes para a construção do conteúdo da pesquisa. Essas categorias são a possibilidade de as intervenções urbanas se tornarem um atrativo turístico e as maneiras pelas quais o turista vivencia as intervenções urbanas.

## **5. DISCUSSÃO**

### **5.1 As intervenções urbanas e a possibilidade de se tornarem atrativos turísticos**

Tendo em vista a compreensão de experiência turística debatida anteriormente é possível afirmar como Miranda (2015, p. 58-59) que “a arte urbana tem todas as características de uma oferta ou de experiência turística dentro de um panorama de uma sociedade globalizada”. Diante de um novo tipo de turista, o qual está em busca de experiências, as intervenções urbanas se constituem como uma opção para satisfazer o desejo desse turista.

Segundo Miranda (2015, p. 27),

O principal “ingrediente” que leva a um turista a viajar é a motivação, isto é, o motivo pelo qual o turista se desloca ao destino. Esse motivo, reforçado por campanhas de promoção efectuadas pelas empresas do sector turístico, leva a que o turista vá à procura de satisfazer a sua necessidade ou motivações, tornando os desejos em necessidades.

O interesse pela arte urbana tem fomentado o surgimento de roteiros turísticos específicos para esse público. Segundo Braga (2015), surgiram agências especializadas nesse segmento que, além de contar a história do local, valoriza sua cultura.

Constatada a existência dessa demanda e também a possibilidade de estimular nos turistas a curiosidade e o desejo de conhecer roteiros de arte urbana através do marketing (MIRANDA, 2015) é possível e propício que se estabeleça um planejamento turístico nas cidades que divulgue essa oferta e que trabalhe com o intuito de desenvolver nas pessoas esse novo interesse cultural. Os meios de comunicação são fundamentais nesse processo.

Essa é uma alternativa viável e possível para o turismo urbano, como se pode observar no caso da cidade de Lisboa:

Em suma, Lisboa enquanto destino turístico tem vindo a quebrar com metodologias convencionais de promoção, adoptando e criando atributos identitários visando provocar um hibridismo cultural<sup>57</sup> e recorrendo a uma tipologia de hibridismo artístico ou estético<sup>58</sup> que é o fenómeno da arte urbana (MIRANDA, 2015, p. 56).

No Brasil, o projeto já mencionado neste artigo, Casas-tela, que consiste em um circuito de casas que tiveram suas paredes grafitadas de forma a contar a história da comunidade e preservar sua cultura (RODRIGUES, 2012) também demonstra a possibilidade de as intervenções urbanas se constituírem em atrativos turísticos.

### **5.2 Possibilidades de experienciar turisticamente as intervenções urbanas**

De acordo com Miranda (2015, p. 56),

É na componente transversal e transnacional dos conceitos ou práticas turismo e arte urbana que reside a complexidade das suas delimitações de comportamentos e de quantificação do impacto que têm na sociedade atual. A aposta no revestimento da cidade de Lisboa em arte urbana, e o cariz efêmero deste tipo de arte, faz com que a ameaça de emoções repetidas provocada pela repetição de narrativas, repetição de observação do mesmo, seja atenuada ou anulada.

Ampliando o contexto da cidade de Lisboa para a arte urbana localizada nas mais diversas cidades, com essa afirmação, a autora esclarece que as intervenções urbanas tem a capacidade de proporcionar algo novo ao turista como emoções diferentes das que ele normalmente vivencia no cotidiano.



Miranda (2015) constata que na busca das cidades por um diferencial que lhes garanta maior competitividade em relação às outras a arte urbana, sua autenticidade, é uma ferramenta importante para captar o olhar do turista.

As intervenções urbanas estabelecem uma comunicação com o turista, através das imagens e frases inscritas na superfície dos espaços públicos o turista tem uma percepção daquela cidade.

Assim, quanto à relação entre as intervenções urbanas o turista, pode-se dizer que ele assume uma postura de contemplação diante delas e elas, por sua vez, fornecem a ele uma perspectiva da cidade,

O graffiti e a street art, são os melhores métodos de apresentação da verdadeira essência da cidade, conseguindo com que o turista fique com a memória, não só das vivências das cidades, mas da sua imagem. A arte urbana é a produção de uma forma de comunicação visual genuína em que um ser humano através de uma lata ou do uso de técnicas criativas produz estímulos a partir de uma imagem (MIRANDA, 2015, p. 59).

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo que, primeiro, faz uma exposição sobre o que é a arte urbana, como ela surgiu e como ela se efetiva, seguida do debate sobre o conceito de turismo cultural, a relevância do espaço da cidade para esse segmento e sobre a experiência turística busca, a partir dessa revisão teórica, relacionar as intervenções urbanas e o turismo.

Com base na exposição sobre arte urbana e sobre cultura, pode-se concluir que as intervenções urbanas fazem parte da cultura do local onde estão inseridas, sendo assim, também é possível dizer que elas são parte dos atrativos turísticos de uma região para o segmento turismo cultural.

A noção de experiência turística também foi relevante para entender as intervenções urbanas como um atrativo. Sendo a experiência – fator almejado pelos viajantes atualmente – o confronto com o incomum, a intervenção urbana tem muito a oferecer em termos de experiência para o turista, já que elas têm caráter extraordinário e surgem de maneira inesperada na paisagem urbana.

Os conceitos de cultura e experiência estão presentes de maneira irrefutável tanto com nas artes como no turismo, e para compreender de que forma a arte urbana pode se relacionar com o turismo, foi necessário estabelecer uma ligação entre esses dois conceitos, essa ponte foram os fatores cultura e experiência presentes na arte urbana que também correspondem a uma demanda no mercado turístico.

Como resposta ao seu objetivo, a pesquisa possibilitou a compreensão de como a arte urbana pode ser recebida pelo turista. Ela representa para ele, através de imagens, a dinâmica da cidade, sua identidade e cultura produzindo, dessa forma, uma memória daquele local.

Também se constatou com a pesquisa, como resposta aos seus objetivos específicos a capacidade que as intervenções urbanas possuem de modificar tanto a paisagem como a dinâmica das cidades captando a percepção dos indivíduos e, relacionado a essa capacidade, o impacto que essas intervenções têm no turismo, visto que já existem agências e circuitos especializados nesse segmento.

Devido a sua complexidade, o assunto não foi completamente esgotado. A questão das intervenções urbanas no campo turístico ainda é um assunto pouco explorado, a pesquisa pretende indicar modestamente existência de uma relação entre esses dois fenômenos e uma das maneiras como ela pode ocorrer, assumindo a possibilidade de existirem diversas outras formas como o turismo interage com a arte urbana.

## REFERENCIAS

BATISTA, Claudio Magalhães. Memória e identidade: aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural. **Caderno virtual de turismo**, v. 5, n. 3, 2006.

BRAGA, Gustavo Henrique. **Turismo fatura com roteiros de arte urbana**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5189-turismo-fatura-com-roteiros-de-arte-urbana.html>. Acesso em: 28 mai. 2016.

BRASIL, Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

CARTAXO, Zalinda. 1. ARTE NOS ESPAÇOS PÚBLICOS: a cidade como realidade. O Percevejo Online, v. 1, n. 1, 2009.

DIOGENES, Glória. Artes e intervenções urbanas entre esferas materiais e digitais: tensões legal-ilegal. **Anál. Social**, Lisboa, n. 217, p. 682-707, dez. 2015. Disponível em <[http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0003-25732015000400001&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0003-25732015000400001&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 28 jun. 2016

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Rev. adm. empres.**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, Jun 1995. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75901995000300004&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901995000300004&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 20 Jul 2016.

GOMES, Carina Sousa. A cidade, o turismo e a (re) invenção dos lugares: Ausências e emergências nos imaginários turísticos urbanos. *Oficina do CES*, v. 366, p. 1-20, 2011.

GOMES, Liliana Margarida Freitas. *Turismo criativo: experiências na cidade do Porto*. 2012.

GONÇALVES, Fernando do Nascimento, ESTRELLA, Charbelly. Comunicação, arte e invasões artísticas na cidade. *LOGOS 26: comunicação e conflitos urbanos*. Ano 14, 1º semestre 2007.

HENRIQUES, C., *Turismo, Cidade e Cultura – Planeamento e Gestão Sustentável*, Edições Silabo, Lisboa, 2003.

JULIÃO, Liliana de Carvalho Santos. **Cidade, cultura e turismo: o impacto turístico em Guimarães, Capital Europeia da Cultura 2012**. 2013. Tese de Doutoramento. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

Métodos de pesquisa / [organizado por] Tatiana Engel Gerhardt e Denise Tolfo Silveira ; coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

MIRANDA, Rita Maria Santos de. **Debaixo de uma parede cinza... existe um amor pela nossa cidade.(Os Gémeos): cidade, turismo e arte urbana na área metropolitana de Lisboa**. 2015. Tese de Doutoramento. Universidade de Lisboa.

NASCIMENTO, Isabella; MAIA, Adiel Ferreira; DIAS, Priscila Olivia de Oliveira. A experiência como produto turístico: A emoção e a sensação do novo e diferente. **Revista Turismo: estudos e práticas**, v. 1, n. 2, 2013.

PALLAMIN, Vera M. *Arte urbana. São Paulo: Região Central (1945-1998): obras de carácter temporário e permanente/Vera Maria Pallamin-São Paulo, Fapesp, 2000.*

PÉREZ, Xerardo Pereiro. *Turismo cultural. Uma visão antropológica, El Sauzal (Tenerife. España): ACA y PASOS, RTPC*, 2009.

PEZZI, Eduardo; SANTOS, Rafael José dos. A experiência turística e o turismo de experiência: aproximações entre a antropologia e o marketing. **Anais do VII seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caixias do Sul**, 2012.

RODRIGUES, Fernanda da Silva Figueira. **PENSANDO O GRAFFITI COMO ATRATIVO TURÍSTICO: O OLHAR DO GRAFITEIRO E O CASO DO CIRCUITO CASAS-TELA EM PAVÃO, PAVÃOZINHO E CANTAGALO (RJ). Itinerarium**, v. 1, n. 1, p. 55-85, 2013.

SANTOS, Camila Geracelly Xavier Rodrigues dos. Percepção do lugar: o modo relacional entre arte, artistas, público e espaço urbano. **Temática**, v. 11, n. 9, 2015.

SOUZA, Leticia Fontanella. Intervenção urbana na cidade pós-moderna: Rua Trajano Reis em Curitiba. 2012. 42f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) - Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2012.