

SITH

SEGMENTOS
= INOVAÇÕES
NO TURISMO
= HOTELARIA

ARTE URBANA E TURISMO

BRUNA LOBO





Mural do grafiteiro Kobra em homenagem ao arquiteto Oscar Niemeyer, na Avenida Paulista (SP).
Foto: Lis Franco

SITH SEGMENTOS
E INOVAÇÕES
NO TURISMO
E HOTELARIA

ARTE URBANA E TURISMO

BRUNA LOBO



ARTE URBANA E TURISMO

Autora

BRUNA LOBO

Editora



Revisão

SIMONE NETO DE SANTANA OLIVEIRA
MARÍLIA PAES-CESÁRIO

Arte

LIS V. A. S. FRANCO
GISELMA FRANCO
RICARDO ARAÚJO

João Pessoa
2025

Copyrights by GCET, 2025



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Lobo, Bruna

Arte urbana e turismo [livro eletrônico] / Bruna
Lobo. -- João Pessoa, PB : Editora Oitica, 2025.

PDF

Bibliografia.

ISBN 978-85-85264-63-5

1. Arte urbana 2. Turismo - Brasil I. Título.

25-326988.0

CDD-700

Índices para catálogo sistemático:

1. Arte urbana 700

Eliane de Freitas Leite - Bibliotecária - CRB 8/8415

INTRODUÇÃO	9
UNIDADE 1 – ARTE E TURISMO CULTURAL	12
1. O TURISMO CULTURAL NA CONTEMPORANEIDADE	13
2. TURISMO DE ARTE	15
UNIDADE 2 – ARTE URBANA: O QUE É PRECISO SABER	19
1. PERCURSO HISTÓRICO E TEÓRICO	20
2. ALGUNS GÊNEROS DE ARTE URBANA	25
UNIDADE 3 – PROJETOS DE ARTE URBANA	27
1. WOOL – FESTIVAL DE ARTE URBANA DE COVILHÃ – PORTUGAL	28
2. BIENAL DE ARTE URBANA – ALEMANHA	30
3. PROJETO DO OUTRO LADO - PORTUGAL	32
UNIDADE 4 – OS CONTRIBUTOS DA ARTE URBANA PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO CULTURAL	33
REFERÊNCIAS	36

O turismo brasileiro tem se destacado como uma atividade com grandes possibilidades e, assim, contribuído para o crescimento econômico de várias localidades. De maneira geral, os destinos têm investido nesse setor e apostado no desenvolvimento e no fomento dessa atividade como uma forma de impulsionar o mercado e diversificar suas receitas. Contudo, quando a oferta de serviços e produtos turísticos torna-se muito homogênea nas localidades, pode comprometer a competitividade entre os destinos, uma vez que a diversidade de serviços e produtos turísticos é exatamente o que os turistas procuram em suas viagens.

Com base nesse fato, foi lançada a coletânea de cartilhas “Segmentação & Inovação no Turismo e Hotelaria – SITH”, cujo principal objetivo é apresentar segmentos e temáticas turísticas inovadoras, visando fomentar o desenvolvimento do turismo de forma diferenciada, atendendo assim às características específicas de cada destino turístico.

Essa coletânea é resultado dos projetos do GCET (Grupo de Cultura e Estudos em Turismo), realizados no âmbito do FLUEX (Fluxo Contínuo de Extensão) da Universidade Federal da Paraíba, intitulados “Turismo, hotelaria e segmentação: propostas inovadoras” e “Segmentos inovadores para o turismo e a hotelaria: propostas para empreendedores e gestores dos setores público e privado”. Os projetos visavam desenvolver uma coletânea online sobre os segmentos e temas turísticos inovadores, com o intuito de fomentar o desenvolvimento do turismo de maneira distinta e atendendo às características dos destinos turísticos.

Como metodologia para a execução dos projetos, foi realizada uma pesquisa documental e bibliográfica que contribuiu para a formação do arcabouço teórico e desempenhou um papel fundamental na análise dos dados coletados nas pesquisas de campo, bem como na formulação das ações propostas. Destaca-se ainda que a coletânea de cartilhas será disponibilizada no acesso livre, e poderá ser acessada pelos repre-

sentantes públicos e privados do setor turístico, hoteleiro e demais áreas afins, assim como pela sociedade em geral.

Espera-se que, a partir da elaboração e disponibilização desta coletânea, seja possível contribuir efetivamente para o incentivo e a capacitação dos gestores, de forma que as necessidades e desejos dos visitantes sejam satisfatoriamente atendidos, através de uma nova visão sobre a localidade e suas potencialidades econômicas, ambientais e culturais. Com isso, o resultado pretendido será capacitar e orientar o desenvolvimento ou aprimoramento da oferta turística atual e potencial das localidades, tendo como premissa o respeito, a conservação, a divulgação e a valorização da cultura e do meio ambiente dos destinos turísticos trabalhados.

A cartilha também visa contribuir para o fortalecimento da relação entre ensino, pesquisa e extensão, ao trazer significativos aportes para as disciplinas que lidam com essas temáticas nos cursos de turismo e hotelaria.

Desejamos uma boa leitura!

Doutora Adriana Brambilla
Coordenadora do projeto

Doutor Elídio Vanzella
Coordenador adjunto do projeto

INTRODUÇÃO

A globalização transpôs fronteiras. As cidades estão mais parecidas. Existe, assim, uma repetição de uma estética capitalista nos grandes centros urbanos, seja pela publicidade, seja pela arquitetura. Foi contra esse sistema de reprodução que surgiu a arte urbana, como denúncia à atual configuração capitalista. Apesar dessa origem, a arte pública de hoje contribui para um dos protagonistas do mundo capitalista: o turismo. Em 2022, as receitas do turismo internacional atingiram US\$1 trilhão, recuperando o setor que sofreu com o *lockdown* imposto pela pandemia (UNWTO, 2023).



Figura 01 - Mural em edifício do Centro Cultural de Cabo Verde, Lisboa. Fonte: Pesquisa, 2023.

A arte urbana tornou-se um atrativo turístico, pois ao ser aplicada em determinado lugar, com uma linguagem visual peculiar, desperta o interesse tanto de visitantes como de organizações governamentais e privadas, que se juntam aos artistas visuais para criarem obras contextualizadas com a cultura local, enaltecendo a identidade e favorecendo a fluência de turistas. É sobre essa tendência que se conjuga o tema dessa cartilha, interessando as expressividades artísticas produzidas para o espaço público da cidade como um atrativo do segmento do turismo cultural.



Figura 02 - Stencil de Banksy. Fonte: <https://portaldeportugal.com/exposicao-obras-de-banksy-lisboa/>

O gênero de arte criada para fora do museu ou galeria de arte é uma prática antiga que remonta ao século XV, quando os artistas eram contratados para realizarem intervenções em espaços públicos para grandes eventos, como a chegada de um rei na era moderna ou para atrair o olhar dos visitantes, como aconteceu com a Torre Eiffel que foi construída no século XIX para a Feira Mundial e celebrar o centenário da Revolução Francesa. No panorama atual, a arte pública/arte urbana vem se sobressaindo no cenário de grandes centros urbanos como também em cidades de pequeno porte. Essa prática reflete-se na relação entre políticas culturais e intervenções artísticas na cidade. A contemporaneidade valoriza o efêmero e a arte urbana se configura como uma arte efêmera que, com o tempo, não mais existirá, pois os painéis ou as projeções desaparecerão.



Figura 03 - Projeção de imagem em serra. Mostra Princípio de João Lobo. Brejo do Cruz, Brasil, 2018. Foto: Rodrigo Bettencourt.
Fonte: <http://www.joaolobo.com/Principio/>

A prefeitura da cidade de Brejo do Cruz no interior do Nordeste brasileiro convidou, em 2018, o artista João Lobo para uma intervenção artística em homenagem ao aniversário da cidade. O lugar escolhido como suporte para a projeção “Princípio” foi o grande monolítico que está no centro da cidade (Figura 03). A figura acima, mostra a serra com uma das imagens projetadas. A mostra aconteceu ao som de uma trilha sonora composta pelo músico Alex Madureira e interpretação da Orquestra Sinfônica da Paraíba. Tanto as imagens quanto a música foram criadas em harmonia com a cultura da cidade. Na figura, pode-se ver a imagem da padroeira da cidade. Essa intervenção foi apoiada pela Prefeitura de Brejo do Cruz e pelo Governo do Estado da Paraíba.

ARTE E TURISMO CULTURAL



Arte de Bordalo II em Lisboa, 2016.

Fonte: www.idealista.pt/news/decoracao/espacos/2016/01/06/29606-arte-urbana-dois-portugueses-entre-os-25-artistas-mais-populares-do-mundo

Nesta unidade, você poderá conhecer alguns pontos relevantes retirados da história contemporânea do turismo cultural. Além disso, irá compreender o lugar da arte no turismo através do turismo de arte.

OBJETIVOS

- Conhecer os fundamentos e a história do turismo cultural na contemporaneidade.
- Refletir sobre a atualização dos estudos culturais com o lançamento do turismo de arte.

1. O TURISMO CULTURAL NA CONTEMPORANEIDADE

Considerou-se, neste material, o espaço temporal da contemporaneidade iniciado no século XX, pois foi quando o turismo se sedimentou como um setor econômico. A história indica que foi depois da implementação do direito dos trabalhadores às férias e ao lazer que as viagens culturais se condensaram no formato do turismo cultural. Isso ocorreu quando a Europa se reestruturava das consequências da Segunda Guerra Mundial e o turismo surgiu como uma maneira de contribuir para esse reflorescimento econômico europeu. Nas décadas de 1960 e 1970, o período de paz e prosperidade garantiu o cenário adequado para o desenvolvimento econômico, que se alastrou para o aumento das viagens motivadas pelo patrimônio cultural. A seguir, em 1980, o movimento de turistas internacionais para os principais atrativos culturais cresceram sobremaneira, provocando a criação do nicho de mercado para elites, designado pela terminologia “turismo cultural”. Assim, nos finais do século XX, a antiga viagem cultural dos antigos dos séculos anteriores, como as viagens humanistas ou o *Grand Tour*, transformou o turismo cultural em um segmento reconhecido pela Organização Mundial do Turismo (OMT). Não demorou muito tempo para entrar nas estimativas e nas pesquisas acadêmicas (Richards, 2008).



Intervenção na Torre Eiffel do artista JR, Paris, 2021. As fotos gigantes combinadas com a estrutura da Torre transformaram a paisagem em um gigantesco penhasco rochoso. Foto: Divulgação

Nas décadas de 1980 e 1990, o turismo cultural continuou a se desenvolver, sendo visto como uma maneira de contribuir para a valorização do patrimônio, estimular a economia e preservar a cultura. A partir da primeira metade da década de 1990, a ampliação do conceito de cultura ajudou em uma nova configuração da viagem, para um mercado maior e menos restritivo, incluindo outras camadas da sociedade. Esse crescimento instigou o estudo e a pesquisa, começaram a surgir as primeiras publicações sobre turismo cultural, como também a tipificação da atividade como turismo patrimonial, gastronômico ou cinematográfico (Lobo, 2023).

Contudo, esse crescimento está marcado por problemas. A lotação excessiva de Sítios do Patrimônio Mundial, a dificuldade de conservação e o surgimento de novos desejos do turista por experiência, garantiram a necessidade da criação de outros focos de atenção, visando a ordenar os atuais e futuros problemas. A nova definição de turismo cultural pela OMT vem atender a essa nova demanda, quando amplia para além de locais e monumentos ocidentais clássicos, para um conjunto de características materiais, intelectuais e emocionais exclusivas de uma sociedade que abrange artes e arquitetura, patrimônio histórico, culinária, literatura, música, indústrias criativas e toda cultura viva com seus valores, crenças e tradições (Richards, 2018; Lobo, 2023).



Beyond crisis, 2020. Obra de Saype realizada com tintas biodegradáveis em uma clareira da estação de esqui de Leysin nos Alpes Suíços.

Do ponto de vista do patrimônio, a chegada do turismo cultural significou uma forma de valorização e preservação garantida pelo seu novo status de produto turístico. Não apenas as instituições de arte e patrimônio, mas as organizações do setor do turismo chegaram para somarem esforços de um setor delicado (César, Diógenes & Paula, 2017). No tempo em que as instituições de origem não turísticas encontraram no turismo formas efetivas de viabilizar a proteção e promoção do seu patrimônio cultural, descobrem também que o turismo favorece a educação da população local.

Assim, o turismo cultural fortalece não apenas a economia local, pois, ao promover a capacitação comunitária para o desenvolvimento das atividades recreativas contribui para o autorrespeito, valores e identidade dos residentes. Dessa maneira, contribui para salvaguardar aspectos do patrimônio tangíveis e intangíveis das comunidades em escala regional (Rowan, 2013).

CONHEÇA O PROJETO GALERIAS - ARTE EM COMUNIDADE

O “Projeto Galerias - Arte em comunidade” é um exemplo de como uma ação do terceiro setor percebe no turismo cultural uma oportunidade para desenvolvimento das comunidades. O projeto sociocultural promove ações de muralismo realizadas por voluntários em comunidades brasileiras pouco assistidas, mas com potencial de crescimento. Desde 2020 já promoveu mudanças significativas nos povoados de Chã de Jardim (Paraíba), Bom Sucesso (São Paulo) e Urucureá (Pará).



Escaneie ou clique no QR-code para acessar

Fonte: Projeto Galerias via Instagram (@projeto.galerias)

2. TURISMO DE ARTE

Nos estudos turísticos, a arte aparece como um produto destinado ao turismo cultural. Essa visão não é profícua, além de ser reducionista. É necessário o reconhecimento do “turismo de arte” que agrega sua origem no ambiente da arte, somada aos territórios e ao negócio do turismo. Essa particularidade aufere métodos singulares de coleta de dados e um estudo específico, até porque arte e turismo fazem parte de um mesmo sistema e dependem um do outro para a viabilidade e desenvolvimento (Franklin, 2019). O turismo de arte diz respeito a qualquer atividade desenvolvida em deslocamento para ver arte. Nestas atividades estão — desde os viajantes induzidos exclusivamente para visitar uma obra de arte, até aqueles que buscam encaixar, em seus roteiros, visitas a uma exposição – por exemplo. Deve-se reconhecer que a motivação para visitar, experienciar e conhecer arte é originada pelo mundo da arte e não do turismo.



Mural em parede de edifício. The Language of Flowers de Jacqueline de Montaigne, Lisboa, Portugal, 2023. (Autoria própria, 2023)

A motivação do turismo de arte nasce a partir de artistas, críticos de arte, museus e galerias. É realizado desde o período Clássico, por pessoas em busca do autoconhecimento acessível através do encontro com a representação e expressão artística (Franklin, 2019).

A principal motivação do turismo cultural é “aprender ou experienciar em primeira mão a especificidade cultural do destino, ou uma maneira de explorar e aprender sobre outras culturas”. Todavia, isso não se aplica aos visitantes de museus de arte. A pesquisa seria mais eficaz se considerasse a particularidade desse tipo de visitante em um universo complexo como o da arte (Stylianou-Lambert, 2011). Os visitantes de um museu de arte moderna não possuem o perfil apenas de turistas culturais, outros gêneros de visitantes, com motivações focadas em outros objetivos são encontrados: como os profissionais de museus, os amantes da arte e ainda os exploradores — esses gêneros de visitantes possuem buscas ou motivações distintas (não excludentes) do turista cultural. O turista de arte pode possuir o olhar profissional com o qual a experiência da visita estará orientada para o conhecimento, o desejo por experiências estéticas estimulantes através de artefatos artísticos e ainda a busca por experiências auto-orientadas de exploração e melhoria pessoal (Franklin, 2019).



Mural, Lisboa. (Autoria própria, 2017)

Atualmente, a relevância do “turismo de arte” surge como uma resposta às mudanças: a regeneração urbana e regional trazida pela construção de museus de arte, o aumento dos festivais urbanos e bienais. Além disso, a influência da arte na vida contemporânea aliada à esperança geral de que o turismo e o florescimento cultural indicarão maneiras de promover o emprego, a renda, a identidade e a moral. Em outras palavras, o turismo de arte reinfundiria a vitalidade da vida urbana, regional e nacional das esquecidas de manufaturas industriais e empresariais (Grodach, 2008).

Pensando que a imobilidade da arte favorece o turismo de arte, a visualização de uma obra é possível devido a sua imobilidade, em uma parede, um ateliê, em um museu ou em uma galeria, permitindo, assim, a visita do ser móvel: o turista. Todavia, a arte pode ser deslocada para outros lugares para exposições temáticas. Apesar desses indicativos, estudos sobre as relações entre turismo, arte, museus e galerias é inexpressivo.



Cartaz assinado, Lisboa. (Autoria própria, 2023)

REFLITA

- Como os turistas se configuram nos públicos de arte?
- **Como os turistas se relacionam com a arte e as plataformas expositivas?**
- Pode a experiência do turismo integrar experiências com os museus locais?
- **O que os turistas compram em experiências com arte?**

Vale lembrar que ateliês de artistas são lugares de fluxos de turistas cada vez mais comuns, pois os turistas buscam, nos ateliês, a arte mais confiável, além de conhecer o artista (Franklin, 2019).



Detalhe do mural coletivo: 48 artistas, 48 anos de liberdade, 2022-2024. Parede do Museu de Arte, Arquitetura e Tecnologia (MAT) Lisboa. Fonte: Pesquisa, 2022.

Em Lisboa, o evento Abertura de Ateliês de Artistas (AAA) é organizado para promover a visita aos ateliês de artistas nesta cidade. Na última edição, durante três dias, 150 artistas receberam visitantes seja para conhecer, vender ou mesmo conversar. As visitas são gratuitas e é disponibilizado um tour pela Castelo d'If em parceria com empresas privadas e públicas (<https://www.castelodif.pt>).

Mesmo com o significativo número de turistas nos museus, estes continuam a trabalhar focados no público residente, até porque podem ser dependentes de financiamento público para funcionarem. Alguns ativistas não aceitam a possibilidade de a arte ser exibida, primordialmente, para turistas. Mas, existe um movimento de aceitação quando houver a substituição do fundo público para a manutenção dos museus pelo capital gerado pelos turistas. Ainda neste sentido, a arte pública de viagem é pouco reconhecida ou definida como uma categoria com diferentes capacidades, necessidades e características (Miles, 2013).

2

ARTE URBANA: O QUE É PRECISO SABER



Retrato do escritor José Saramago pelo artista Vhils, Praia de Lourinhã, Portugal, 2021. Fonte: <https://www.facebook.com/bienalsaopaulo/photos/a.10152023599644477/10159107209604477/?type=3>

Nesta unidade, você poderá compreender e identificar o fenômeno da arte urbana através da perspectiva histórica e teórica.

OBJETIVOS

- Conhecer a história da arte urbana no mundo ocidental.
- Identificar o processo de inserção da arte urbana dentro da História da Arte.
- Verificar a relação da arte urbana com a comunidade autóctone.

1. PERCURSO HISTÓRICO E TEÓRICO

Nos estudos de ciências da arte, há uma querela conceitual entre arte pública e arte urbana. Ainda não existe um consenso sobre os limites e até mesmo se existem disparidades entre esses dois desígnios. Por isso, não convém explorar essa disputa teórica nesse material que busca conhecer os tipos de intervenções artísticas em espaços públicos que favoreçam o segmento do turismo cultural. Nesse sentido, aponta-se que existem diferentes níveis do que hoje se compreende por arte que acontece na rua, como o *happening*, *performance*, *videomapping*, instalações em largos ou estações de metrô, grafites realizados em muros ou edifícios em ruínas. Indicaremos casos em todo o globo que se tornaram emblemáticos na história da arte universal e que colaboraram para o estudo da criação ou desenvolvimento de atividades turísticas.



Mural na cidade de Tomar, Portugal. Mariana Duarte Santos. Fonte: <https://www.nit.pt/cultura/new-talent-mariana-duarte-santos-a-pintora-de-murais-que-se-inspira-em-series-antigas>

Existe um inextricável conceito sobre monumento público, intervenção urbana, espaços institucionais e espaços criados para o povo. Em certo sentido, a condição da arte pública é a democratização da produção artística, extrapolando os restritos círculos de arte, para uma proximidade com a sociedade interessando à política e cidadão. Nesse sentido, a opinião do transeunte ou do espectador também deve ser levada em consideração, pois, quando a obra saiu do museu e ganhou as ruas, tornou-se ativa de um espaço comum. Na contemporaneidade, os projetos de arte propõem sempre algum deslocamento, seja do corpo, seja do olhar do espectador. Dessa maneira, a discussão sobre arte para ser pública não é o local exterior expositivo, mas também a maneira como é originada a ideia e como a obra pode provocar a interação com o espectador. Assim, o artista usa diversos artifícios no desenvolvimento dessa relação com o espectador que não é criada a esmo, desde a escolha dos materiais até o uso do próprio corpo do artista (Dimov, 2007).



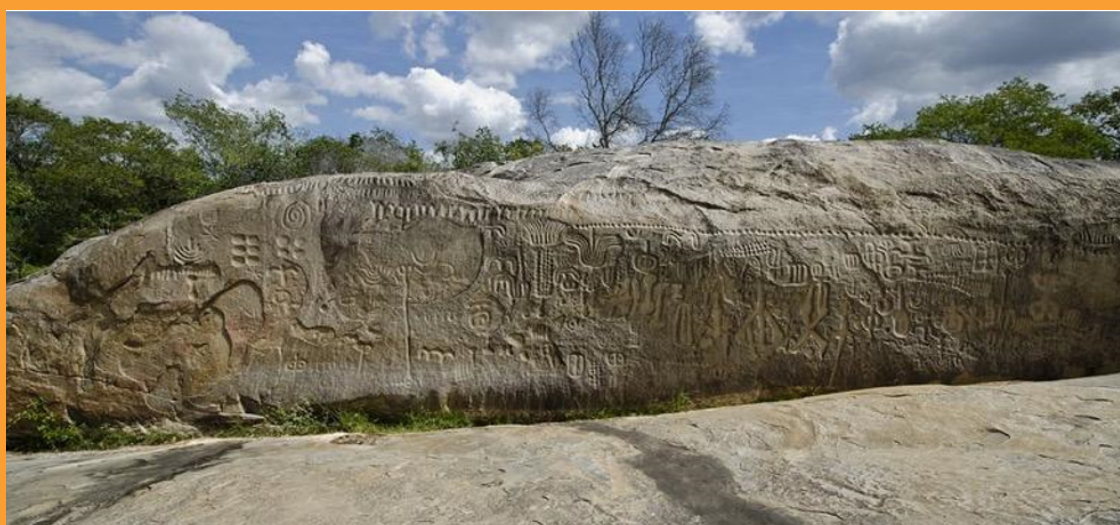
Arte de Shiko na cúpula de um planetário, João Pessoa, Brasil. Foto: Thercles Silva. Fonte: <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/planetario-da-funesec-e-reaberto-ao-publico-nesta-sexta-feira>

Para muitos autores e criadores, toda arte é pública, pois foi idealizada para entrar em contato com o público. Todavia, o acesso à arte de reconhecidos artistas mundiais é limitado a poucas pessoas que, desde cedo, visitam museus, galerias, concertos e teatros — ou seja, são pessoas da chamada elite cultural. Esse fosso cultural está relacionado com o preço de acesso a essas instituições que salvaguardam a arte, como também “pelo ambiente que se cultiva dentro desses lugares, o qual as pessoas mais simples ou que não tem hábito a esses ambientes, já se sentem excluídas” (Dimov, 2007, p.179). Nesse caso, a arte já é um produto com um mercado consumidor específico influenciado pela lógica capitalista.



Fotografia ampliada, projeto Giants do artista visual JR durante os jogos olímpicos realizados no Brasil, Botafogo, © Comitê Olímpico Internacional, Rio de Janeiro, Brasil, 2016. <https://www.jr-art.net/projects/giants-rio>

Ainda não existe um consenso sobre as definições e terminologias, mas escolheu-se o termo arte urbana por abrigar um número mais abrangente de manifestações artísticas. Visto que as diferentes denominações utilizadas em que correspondem a *graffiti*, muralismo, *culture jamming*, arte de rua, *street art* dependem de onde a arte está sendo aplicada, isto é, o patrimônio material e imaterial que envolve esta obra que pode ser uma parede, uma caixa metálica, um papel ou uma pedra. Neste sentido, a terminologia arte urbana abrange todas estas manifestações estéticas que acontecem na cidade (Campos, 2017). Não se pretende discutir o cariz ilegal de algumas formas de arte urbana. Apontaremos casos que foram legitimados por projetos artísticos desenvolvidos na legalidade.



Inscrições rupestres na Pedra do Ingá, Brasil. Fonte: <https://pixabay.com/pt/photos/itaquatiara-pedra-arqueologia-441081/>

A arte urbana se confunde com a história da humanidade, pois a vontade humana de deixar sua marca em pontos visíveis, se estende desde as antecedentes manifestações de arte rupestre no período paleolítico da civilização, até os dias de hoje com as projeções em *videomapping*.



Videomapping em Lisboa, Portugal, 2016. Fonte: <https://anoticia.pt/2016/08/12/historia-de-lisboa-em-video-mapping-no-terreiro-do-paco/>

O espaço temporal mais importante para a disseminação dessa prática ocorreu nos anos 60 e 70, com o movimento do Graffiti aliado à cultura do hip hop na cidade de Nova Iorque. Tempo em que as comunidades excluídas de imigrantes africanos e hispânicos viviam afastadas em guetos e discriminados. Assim, esses jovens enxergaram no hip hop uma maneira de promover a criatividade através da música e valores como a paz, união e o amor entre as minorias. Assinalavam a sua presença na cidade nas paredes dos edifícios. Isso se tornou uma prática e, com o tempo, as assinaturas foram se transformando, passando para desenhos com spray e stencils, atraindo artistas como foi Jean-Michel Basquiat (1960–1988) que em 1976 formou com Al Diaz o coletivo de expressão artística SAMO© (Sequeira, 2015; Stahl, 2009). A história da arte foi concebida no campo de uma cultura elitista restrita às galerias, ateliês e salões de arte. A *street art* surge, fora desse ambiente, estando, por isso, mais próxima da cultura popular (Sequeira, 2015).



Mural Andy Warhol vs Jean-Michel Basquiat de Kobra. Nova Iorque, EUA. Foto: Michèle Mounier. Fonte: <https://street-heart.com/PM-WUSNY-Brok006%20Kobra%20NY.htm>

Até hoje, atitudes semelhantes continuam em outros continentes com o anônimo Banksy que possui uma representação artística baseada na política de paz e união através da arte urbana em obras originais espalhadas por todo o mundo.



Stencil em parede de Banksy. Fonte: <https://www.guiadasartes.com.br/banksy/biografia>

Diferente das outras formas de artes desenvolvidas em ateliês, a arte urbana é criada na rua, na presença dos espectadores e, por isso, a criação artística torna-se um acontecimento. A presença de moradores pode interferir nas obras que estão sendo criadas. Espontaneamente, os moradores inquirir os artistas sobre o que estão fazendo e, nestas conversas, podem concordar ou discordar, apontar críticas construtivas ou ser contra a intervenção na sua rua.

O conceito de arte urbana é originário do graffiti, que de acordo com Campos (2010), é uma derivação do termo italiano *scraffire*, sendo *sgraffiti* a nomeação da técnica em estuque para decorar fachadas (Stahl, 2009). Para Campos (2010), advém do italiano também, mas do vocábulo *graffiare* que significa arranhar, além de graffiti.

A arte urbana do graffiti se sobressai como um fenômeno cultural, pois abarca pessoas que comungam de uma identidade, cuja atividade é imprevisível — com formas de expressar e condutas sociais próprias, visando prioritariamente demarcar o território. Contudo, deve-se referir que apesar de ser uma expressão artística, a arte urbana é considerada, por muitos, uma prática ilegal (Gomes, 2020).



Um dos vários stencils colocados ao longo da rua onde morou a fadista Amália Rodrigues, 2023. Lisboa, Portugal. Fonte: Autora.



Arte urbana em um contentor para vidros, 2014. Lisboa, Portugal. Fonte: <https://vozesdaruia.wordpress.com/2014/01/02/vidrao/>

SAIBA MAIS

Sabia que existe uma Galeria de Arte Urbana (GAU) em Lisboa? A Galeria de Arte Urbana de Lisboa, ligada à Câmara Municipal, promove legalmente o graffiti e a street art na cidade. O objetivo é valorizar a arte urbana, respeitando o patrimônio histórico e a paisagem local, combatendo o vandalismo. O site oferece projetos, eventos e roteiros para explorar a arte de rua em Lisboa.

Escaneie ou clique no
QR-code para acessar



Fonte: GAU - Galeria

2. ALGUNS GÊNEROS DE ARTE URBANA



GRAFFITI OU GRAFITE

Nesse tipo, as gravuras são realizadas com tinta spray.

Graffiti e stencil em parede de edifício. Fonte: <https://montableau deco.com/blogs/le-blog-street-art/qui-est-le-createur-du-street-art>

STENCIL

Usa tintas em spray e papel rígido como molde, podendo ser replicado em outros locais.



Stencil, Lisboa, 2017. Fonte: Pesquisa, 2023.



POEMAS URBANOS

Versos de poetas famosos ou rimas criadas também se manifestam na rua.

The language of flowers de Jacqueline de Montaigne. Fonte: Pesquisa, 2023.



Adesivos colocados em estruturas urbanas em Lisboa. Fonte: Pesquisa, 2023.



Cartaz colado em muro, Lisboa. Fonte: Pesquisa, 2016.

ADESIVOS

Geralmente anônimos, os adesivos são produzidos com imagens, nomes ou frases e colados em superfícies variadas, como placas, caixa de correio ou canos.

CARTAZ

Em papel de diferentes tamanhos, gravuras são coladas pelas paredes das cidades.

OUTDOOR

Quando uma representação artística é impressa e colocada em outdoors.



Outdoor Somos iguais, 2013 de Thales Trigo em Lisboa, Portugal. Fonte: <https://dooutroladooutdoor.wixsite.com/2021/galeria-de-imagens?pgid=kn61jj5-7e-2aa102-16ec-4415-9a4c-738d48441929>

Esse tipo de arte com acesso ilimitado de espectadores provoca diferentes atributos que suscitam outras lógicas para o olhar. Geralmente, as imagens artísticas colocadas em outdoor transmitem discursos artísticos, visam não convencer como faria o marketing, mas instigar algo novo no olhar do espectador (Sayão, 2015).



PROJETOS DE ARTE URBANA



Mural da dupla Os Gêmeos em Boston, EUA. Fonte: <https://www.streetartbio.com/artists/os-gemeos/>

Nesta unidade, apresenta-se sucintamente algumas características de três projetos de arte urbana desenvolvidos em Portugal e na Alemanha.

OBJETIVOS

- Conhecer os projetos de arte urbana.
- Refletir sobre as manifestações artísticas nas cidades.

1. WOOL – FESTIVAL DE ARTE URBANA DE COVILHÃ – PORTUGAL

É o primeiro festival do gênero em Portugal e acontece desde 2011 na cidade da Covilhã. Organizado pelos irmãos covilhanenses Lara Seixo Rodrigues, Pedro Seixo Rodrigues, além de Elisabet Carceller. O projeto foi a forma que encontraram de promover a cidade que fica no interior do país com a participação de artistas nacionais e internacionais.

A palavra inglesa *WOOL* significa lã, um dos produtos fabricados na cidade, mas também, está relacionada com o termo em inglês *walls* que designa parede que é onde as intervenções artísticas são produzidas.

ATIVIDADES EDUCATIVAS - Os principais objetivos deste evento são aproximar artistas para a cidade, descentralizando, assim, as diferenças regionais e utilizar diferentes técnicas que cheguem ao maior público possível. Além disso, possui várias atividades educativas como *workshops* que atraem os autóctones a participarem efetivamente do festival.

REQUALIFICAÇÃO DAS FACHADAS - O festival contribui para a requalificação das fachadas de edifícios urbanos, tornando a cidade da Covilhã reconhecida pela presença de uma arte urbana que reflete a cultura local. Este é um dos pontos fortes da proposta, pois apesar dos artistas não pertencerem à localidade, devem representar a cultura local.



Mural do Festival de Arte da Covilhã. Fonte: <https://observador.pt/2022/05/11/festival-wool-covilha-arte-urbana-recebe-cinta-vi-dal-reskate-ruido-e-francis-co/>



Mural do Festival de Arte da Covilhã. Foto: Nelson Garrido. Fonte: <https://www.publico.pt/2022/06/11/p3/noticia/wool-festival-existiria-comunidade-volta-paredes-covilha-2009526#&gid=1&pid=1>



Mural do Festival de Arte da Covilhã. Fonte: <https://noticiadocentro.pt/covilha-wool-e-o-mais-antigo-festival-de-arte-urbana/>

UrbanArt Biennale 2022



Cartaz da bienal de arte urbana em Völklingen, 2022. Fonte: <https://www.speyer-kurier.de/kuriere/freizeit-kurier/artikel/urbanart-biennale-2022>

A Bienal de Arte Urbana acontece nas instalações da antiga fábrica Siderurgia de Völklingen. O lugar oferece uma enorme variedade de superfícies para os artistas intervirem. Construída no final do século XIX, foi incluída como patrimônio mundial da Unesco e, hoje, é *Völklinger Hütte World Cultural Heritage*.



Um trabalho do artista Stephane Moscato em uma das paredes internas da fábrica. Foto: Oliver Dietze. Fonte: <https://www.lessentiel.lu/de/story/vielfaeltig-aktuell-und-politisch-wie-nie-941182017946>



Na edição de 2022, o artista Roadworth pintou um grafite em uma das estruturas que cobrem a fábrica. Foto: Oliver Dietze. Fonte: <https://www.lessentiel.lu/de/story/vielfaeltig-aktuell-und-politisch-wie-nie-941182017946>

A Bial foi uma maneira de colocar os artistas de arte urbana em um único espaço e exibir propostas atualizadas. Acontece desde 2011, e inclui instalações, pinturas, esculturas, grafite em estêncil, colagens em realidade aumentada e murais.

O evento traz cor e criatividade para as paredes da antiga siderurgia que, em tempos, foi a mais importante da Europa. Dispondo de 10.000 m², os artistas convidados das mais diferentes origens, são instigados pelos organizadores a criarem, para o espaço, uma visão atualizada da arte urbana produzida no globo.



Fotografia colada à estrutura da siderurgia. Bial de Arte Urbana de Volklilingen, 2019. Mentalgassi. <https://voelklinger-huette.org/fr/kuenstlerinnen/mentalgassi/>

3. PROJETO DO OUTRO LADO - PORTUGAL

A condição de clausura imposta pela pandemia encerrou as galerias. Restou a arte urbana. Seguindo esse pensamento e contornando o coronavírus e todas as suas variáveis, as empresas europeias *Art Dispersion* e a *JCDcaux*, promoveram, através de *outdoors* espalhados pela cidade de Lisboa, a exposição fotográfica “do outro lado” durante o mês de abril de 2021. Este projeto contou com a participação do Instituto Moreira Salles.

Os grandes painéis mostram imagens selecionadas tendo em consideração o confinamento causado pela pandemia. Participaram da exposição Alberto Natan (Ar), Bruno Veiga (Br), Evandro Teixeira (Br), Eugenio Ampudia (Es), Filipe Branquinho (Mz), João Miguel Barros (Pt), João Serra (Pt), Maria Mergulhão (Pt), Rodrigo Bettencourt da Câmara (Pt), Teresa Palma Rodrigues (Pt) e Thales Trigo (Br).

O conceito do projeto parte da frase de Fernando Pessoa¹: “Tudo é do outro lado” e trata da noção de que tudo aquilo que se deseja está sempre “do outro lado”. Assim, surgiu a ideia da exposição “do outro lado”, seja do passeio, da janela de casa ou do carro, o espectador recebe as maneiras individualizadas de observar e transcrever a realidade, através do um olhar íntimo dos artistas que rompem paradigmas.

Esta mostra, em doze *outdoors*, contou com uma proposta de tour que pôde ser feito de carro ou bicicleta para visualizar os doze *outdoors* seguindo as indicações do mapa em: <https://dooutroladooutdoor.wixsite.com/2021/mapa>.

Esse projeto favoreceu a conversão momentânea dos transeuntes em apreciadores de arte, comprometidos, unicamente, a contemplar a arte durante o período de confinamento do Covid-19.



I touched you, you hugged me, Outdoor na Rotunda Pina Manique, Lisboa. (Maria Mergulhão, 2021).

1. Pessoa, F. (1933). “Contemplo o que não vejo”. In Poesias. Fernando Pessoa. Lisboa: Ática, 1942 (15ª ed. 1995), p.171.



Corriola (convolvulus), 2021, Teresa Palma Rodrigues. Outdoor na Avenida Carlos Pinhão, Lisboa. Fonte: <https://dooutroladooutdoor.wixsite.com/2021>



Lockdown, 2020/21, João Serra. Exposição "do outro lado". Outdoor na Rua Prof. José Sebastião e Silva, Lisboa. Fonte: <https://dooutroladooutdoor.wixsite.com/2021/galeria-de-imagens?pgid=kn61jjj5-0f5b351d-34fe-4d5b-9f53-4eefd1773e62>



Museu em Montagem, 2009, Rodrigo Bettencourt da Câmara. Exposição "do outro lado". Outdoor na Av. Afonso Costa, Lisboa. Fonte: <https://dooutroladooutdoor.wixsite.com/2021/galeria-de-imagens?pgid=kn-61jjj5-accf977b-f83a-41a5-b94a-1422e23a49f1>

5 OS CONTRIBUTOS DA ARTE URBANA PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO CULTURAL



Poseidon por PichiAvo, Lisboa, Fonte: <https://www.lisbonlux.com/lisboa/turismo/arte-urbana.html>

Nesta unidade, aponta-se os principais contributos da arte pública para o turismo cultural.

OBJETIVOS

- Reconhecer a importância da arte pública para o turismo.
- Refletir sobre a relação das manifestações artísticas para o desenvolvimento do turismo.
- Propor uma atividade.

No tocante à academia, o debate sobre a inclusão da arte urbana no tradicional campo da arte revela-se polêmico devido a uma teoria que sustente o fenômeno da arte urbana, o anonimato de alguns artistas urbanos, o fator do vandalismo, já que alguns trabalham na clandestinidade e usam paredes sem autorização prévia e, por fim, a efemeridade, pois geralmente os murais não são mantidos, com o tempo desaparecem. Além disso, a nomenclatura deixa margem para várias terminologias. Assim, a arte pública é uma maneira de democratização das artes e de disseminação da arte contemporânea colocada num espaço da sociedade.

A arte urbana advém da década de 60, quando a liberdade de expressão ganhou a rua através do grafite visto como vandalismo. O grafite não se interessa pela arquitetura, por uma parede branca preparada, busca desrespeitar as edificações, tomando conta de muros, janelas, metrô, carros, qualquer superfície serve. Depois, o grafite vai sendo substituído pelo mural, quando artistas se juntam e influem em criações mais artísticas. Atentas a isso, as entidades públicas e privadas percebem o poder dessa manifestação e começam a apoiar projetos que desenvolvam este tipo de arte.

Dentro das galerias, a arte se limita a um certo público, nas ruas, atinge um público maior, atraindo os turistas. Pôde-se verificar, ao longo desta cartilha, que a arte urbana já se disseminou pelo globo e não há como negar que demarcou seu espaço na história contemporânea.

Agora é a sua vez!



Selfie da autora desta cartilha em um detalhe do mural coletivo: 48 artistas, 48 anos de liberdade, 2022-2024. Parede do Museu de Arte, Arquitetura e Tecnologia (MAT) Lisboa.

Que tal fazer um roteiro de arte urbana pela sua cidade ou bairro?

Faça um levantamento das artes disponíveis levando em consideração as distâncias, elabore um mapa (o *Google Maps* pode ajudar), tire fotos e tente descobrir os autores dos grafites. Pode produzir um panfleto sobre esse tour, com as imagens e as informações levantadas, depois tenha um bom passeio!

- Campos, R. & Sequeira, Á. (2019). Entre VHILS e os Jerónimos: arte urbana de Lisboa enquanto objeto turístico. In: Horizontes antropológicos, ano 25, nº 55, Set.- Dec, p. 119-151. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/CBnYj76tSFzQLntrT63Tz5d/abstract/?lang=pt#>
- César, P. de A. B. et al (2017). Turismo cultural: algumas ideias para a sua elaboração teórico-metodológica e seu procedimento prático. In: Brambilla, Adriana et al. (Org.). Cultura e turismo: interfaces metodológicas e investigações em Portugal e no Brasil. João Pessoa: Editora do CCTA, p. 293-312.
- Dimov, N. (2007). Arte pública no século XXI: habitar a cidade tecnológica. In: Arte teórica, nº 10, Lisboa, p.177-190. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10451/15725>
- Franklin, A. (2018). Art tourism: A new field for tourist studies. In: Tourist Studies, 18(4), p. 399-416. <https://doi.org/10.1177/1468797618815025>
- Grodach, C. (2008). Looking beyond Image and Tourism: The Role of Flagship Cultural Projects in Local Arts Development. In: Planning, Practice and Research 23(4), p. 495-516.
- Maia, S. V. (2017). As rotas museológicas como estratégia de turismo cultural: o caso da região de Aveiro, Portugal. In: Brambilla, Adriana et al. (Org.). Cultura e turismo: interfaces metodológicas e investigações em Portugal e no Brasil. João Pessoa: Editora do CCTA, p. 69-93.
- Miles, M (2013). Art and Culture: The Global Turn. In: Grierson, S. (Ed.) Re-Imagining the City. Chicago, IL: University of Chicago Press, p. 18-38.
- Lobo, B. (2023). Diálogos entre turismo cultural e arquitetura: A Casa da Arquitectura no contexto turístico. In: Paiva, R. A.; Santiago, Z.; Brambilla, A. Turismo & Hotelaria no contexto da arquitetura e urbanismo. João Pessoa: Editora do CCTA, 2023. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10451/56713>.
- Sayão, B. (2015). arte, política e comunicação no Brasil dos anos 1960: os outdoors realizados por Nelson Leirner. Revista Farol, 9(9), 89-100. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/>

Bruna Lobo é doutoranda em Ciências da Arte e do Património pela Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa (FBAUL), onde é Membro Colaborador do Centro de Investigação e Estudos em Belas-Artes (CIEBA). Realizou Mestrado em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), onde foi Representante Discente, fez estágio docência no curso de Turismo na disciplina Marketing Turístico, participou do programa de Docência Assistida REUNI-CAPEs, prestando apoio à disciplina Estágio Supervisionado auxiliando os alunos para a vida profissional, coautora do Manual de Estágio Supervisionado. Possui Especialização em Docência Superior e é graduada em Turismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) onde é membro do Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (GCET) e coordena a Linha de Pesquisa “Arte, currículo cultural e patrimónios no contexto turístico” e as sub-linhas “Os artistas viajantes e o desenvolvimento da viagem cultural” e “Turismo de arte: do Grand Tour ao turismo cultural”. Passou por formações em informática, administração, consultoria em turismo, metodologia e curadoria de arte. É autora e coautora de artigos e resumos em Revistas Científicas, Conferências, Jornais, Posters, Manuais, Posfácio e blogs. Atuou na editoria de livros. Trabalhou como professora (2013-2014) do Curso de Bacharel em Turismo do Instituto de Educação Superior da Paraíba (IESP), atuou como orientadora, desenvolveu blog e lecionou as disciplinas Planejamento Turístico e Trabalho de Conclusão de Curso. Foi Coordenadora de Artes Visuais (2012-2013) da Fundação Espaço Cultural da Paraíba (FUNESC), onde organizou exposições, curadorias, cursos, editais e eventos artísticos. Atualmente dedica-se a investigação doutoral “Os artistas viajantes e a viagem cultural no Século XVIII: os álbuns e as cartas de Francisco Vieira Portuense (1765-1805)” no Museu Nacional de Arte Antiga em Portugal, financiada por fundos nacionais através da FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito da bolsa de doutoramento com ref. 2023.01651.BDANA (<https://doi.org/10.54499/2023.01651.BDANA>).



S O B R E A A U T O R A

SITH

SEGMENTOS
E INOVAÇÕES
NO TURISMO
E HOTELARIA