

MARIA CAROLINA PEREIRA DA SILVA SAN MARTIN

**ESPAÇOS PÚBLICOS, TURISMO E GRAFFITI: UM ESTUDO DE CASO DO
BECO DA MULHER MARAVILHA EM MARESIAS – SP**

Rosana

2022

MARIA CAROLINA PEREIRA DA SILVA SAN MARTIN

**ESPAÇOS PÚBLICOS, TURISMO E GRAFFITI: UM ESTUDO DE CASO DO BECO
DA MULHER MARAVILHA EM MARESIAS – SP**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Turismo da
Faculdade de Engenharia e Ciências -
Câmpus de Rosana, Universidade
Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”,
como parte dos requisitos para obtenção
do grau de Bacharel em Turismo.

Orientador (a): Profa. Dra./Ma. Renata
Maria Ribeiro

Rosana

2022

S197e San-Martin, Maria Carolina Pereira da Silva

Espaços públicos, turismo e graffiti : um estudo de caso do Beco da Mulher Maravilha em Maresias - SP / Maria Carolina Pereira da Silva San-Martin. -- Rosana, 2022

47 p. : tabs., fotos

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Turismo) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Engenharia e Ciências, Rosana

Orientadora: Renata Maria Ribeiro

1. Espaços públicos. 2. Revitalização. 3. Graffiti. 4. Beco da Mulher Maravilha. 5. Maresias. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Engenharia e Ciências, Rosana. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

MARIA CAROLINA PEREIRA DA SILVA SAN MARTIN

ESPAÇOS PÚBLICOS, TURISMO E GRAFFITI: UM ESTUDO DE CASO DO BECO
DA MULHER MARAVILHA EM MARESIAS – SP

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Turismo da
Faculdade de Engenharia e Ciências -
Câmpus de Rosana, Universidade
Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”,
como parte dos requisitos para obtenção
do grau de Bacharel em Turismo.

Rosana, 05/Agosto/2022.

Componentes da Banca Examinadora:

Presidente e Orientador: Renata Maria Ribeiro, Professora Dra. da Faculdade de Engenharia e Ciências do Campus de Rosana da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Membro Titular: Juliana Maria Vaz Pimentel, Professora Dra. da Faculdade de Engenharia e Ciências do Campus de Rosana da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Membro Titular: Lara Dalperio Buscioli, Geografa e Mestre em Geografia pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

AGRADECIMENTOS

Sem dúvidas esse é um dos agradecimentos mais esperados e mais difíceis da minha vida, nunca pensei que fosse escrevê-los. Na verdade, desde 2020 eu não acreditava mais nessa graduação, se eu era realmente capaz de me formar e tornar uma turismóloga. O cansaço mental e outras questões me afetavam e me acompanhavam dia após dia como fantasmas, me fazendo desacreditar de mim, da minha capacidade acadêmica e profissional. E sem dúvidas foi uma tortura, pensar nas pessoas que eu amava, acreditavam mais em mim do que eu mesmo. Eu sempre ia adiando e adiando e adiando, mas chega uma hora que não dá para adiar mais e finalmente conseguir concluir o trabalho mais difícil da minha vida.

Vamos aos agradecimentos, primeiramente gostaria de agradecer a minha família, meus pais Maurina e Eugenio e meus irmãos Loriane e Cesar que nunca mediram esforços para me ajudar nos momentos que precisei e sempre estiveram ali para me aconselhar e me acolher, muito obrigada, amo vocês mais que tudo. Em especial gostaria de agradecer a minha tia e Madrinha Doralice, que muitas vezes me acolheu em sua casa, me emprestando computador, impressora e internet para realizar os trabalhos acadêmicos e que também sempre me apoiou, acreditou, aconselhou e orou por mim.

Aos meus poucos e bons amigos Mariana, Viviane, Bárbara, Sthe, Leandro e João Victor, que aguentaram anos de reclamação e surtos enquanto realizava a graduação e principalmente o terrível TCC. E como diz o cantor Emicida “quem tem um amigo tem tudo” muito obrigada galera, vocês são demais. Gostaria de agradecer também ao meu psicólogo Gabriel “*haha*” que cuida da minha saúde mental e que me abriu os olhos, me fazendo repensar sobre a desistência da graduação, sei que foi um trabalho bem difícil, mas deu certo.

Nunca fui uma pessoa muito religiosa, mas sempre acreditei em Deus, agradeço a ele por ter me dado forças, sabedoria, paciência e fé.

Por último e não menos importante gostaria de agradecer a mim mesma, foram anos de cobrança e autosabotagem “*haha*” mas preciso parar de ser dura comigo mesma e reconhecer todo o esforço e dedicação para a conclusão deste trabalho, por mais que ele não esteja 100% do jeito que eu planejei, sei que dei o meu melhor e estou feliz com essa conquista. Finalizo os agradecimentos com uma frase que levo comigo e penso nela todos os dias “Always look on the bright side of life”.

Tento não me esquecer disso, e não deixar os problemas me afetarem, que por mais que tudo esteja um caos, o ideal é sempre olhar pelo lado bom da vida.

Muito obrigada, aproveitem o trabalho.

RESUMO

O presente estudo teve como objeto de pesquisa o Beco da Mulher Maravilha, situado no município de São Sebastião (SP) especificamente no bairro Maresias. Esse lugar é considerado uma das intervenções artísticas do projeto “Colorindo Maresias”, e foi idealizado pelo Studio Carlito e Renata Pascucci. O nome foi escolhido em uma referência e homenagem ao Beco do Batman, na cidade de São Paulo. O objetivo principal foi analisar a revitalização por meio da arte do graffiti da Travessa Irmãos Martins, hoje denominada como Beco da Mulher Maravilha, e se essa arte pode ser considerada uma nova estratégia para o desenvolvimento da atividade turística ao ser convertida como novo atrativo turístico. Os objetivos específicos foram: aprofundar o conhecimento sobre espaços públicos, revitalização e graffiti; obter informações gerais sobre o Beco da Mulher Maravilha; identificar ações de planejamento turístico no entorno do Beco da Mulher Maravilha; analisar se o local revitalizado atrai de fato os turistas. Como metodologia, fundamentou-se na identificação de ações do planejamento turístico no Beco da Mulher Maravilha, partindo do reconhecimento pautado em análises do Boullón já que o mesmo discorre sobre os logradouros e os corredores de estada, bem como o planejamento participativo, além da pesquisa bibliográfica e documental. Como procedimentos metodológicos, realizou-se a aplicação de questionário estruturado com os turistas, no período denominado como alta temporada, especificamente nos dias de final de semana devido ao fluxo turístico no bairro ser maior. O resultado teve uma perspectiva positiva em relação ao grafite de beco, concluindo assim que a revitalização dos espaços públicos torna-se uma importante estratégia para o turismo urbano, transformando lugares degradados em novos atrativos turísticos.

Palavras-chave: Revitalização. Espaços públicos. Graffiti. Beco da Mulher Maravilha. Maresias.

ABSTRACT

The present study had as research object the Wonder Woman Alley, located in the municipality of São Sebastião (SP) specifically in the Maresias neighborhood. This place is considered one of the artistic interventions of the project "Colorindo Maresias", and was idealized by Studio Carlito and Renata Pascucci. The name was chosen in a reference and homage to the Beco do Batman, in the city of São Paulo. The main objective was to analyze the revitalization through graffiti art of Travessa Irmãos Martins, today known as Wonder Woman Alley, and whether this art can be considered a new strategy for the development of the tourist activity when converted into a new tourist attraction. The specific goals were: to deepen the knowledge about public spaces, revitalization and graffiti; to obtain general information about the Wonder Woman Alley; to identify tourism planning actions in the surroundings of the Wonder Woman Alley; to analyze if the revitalized place actually attracts tourists. As methodology, it was based on the identification of tourism planning actions in the Wonder Woman Alley, starting from the recognition based on Boullon's analysis, since it discusses about the streets and corridors of stay, as well as participatory planning, and bibliographic and documentary research. As methodological procedures, a structured questionnaire was applied to tourists in the period called high season, specifically on weekends, because the tourist flow in the neighborhood is higher. The result had a positive perspective in relation to alley graffiti, thus concluding that the revitalization of public spaces becomes an important strategy for urban tourism, transforming degraded places into new tourist attractions.

Keywords: Revitalization. Public spaces. Graffiti. Wonder Woman Alley. Maresias.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1- Pinturas Rupestres.....	25
Figura 2 Tags da década de 60 – Filadélfia	26
Figura 3- Metros de Nova York	27
Figura 4- Graffiti e Hip-Hop	28
Figura 5 - Obra de Banksy	29
Figura 6- Protesto contra a ditadura.....	29
Figura 7 - Obra dos artistas Os Gêmeos.....	30
Figura 8- Beco do Batman.....	31
Figura 9- Vista da Praia de Maresias	32
Figura 10- Trilha de Paúba.....	33
Figura 11- Mirante com vista para a praia de Maresias.....	33
Figura 12- Travessa Irmãos Martins.....	34
Figura 13- Entrada do Beco da Mulher Maravilha	35
Figura 14- Representação feminina no Beco	36
Figura 15- Dizeres e Poesias	36
Figura 16- Graffiti do artista POMB	37
Figura 17 – Arte desempenhada pela comunidade	37
Figura 18- Arte que representam figuras públicas da região	38
Figura 19 – Mais arte	38
Figura 20- Graffiti interativo	38

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Qual a sua nacionalidade?	40
Gráfico 2- Costuma visitar atrativos turísticos culturais?	41
Gráfico 3- Percebe o graffiti como arte?.....	41
Gráfico 4- Opinião sobre o Beco da Mulher Maravilha.....	42
Gráfico 5- Você postaria foto com o Beco da Mulher Maravilha ao fundo para as redes sociais?	44
Gráfico 6- Percebe o Graffiti como arte e visita atrativos culturais	45
Quadro 1- Quadro de palavras.....	42

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 COMPREENDENDO OS ESPAÇOS PÚBLICOS E O TURISMO URBANO SOBRE O ENFOQUE TEÓRICO.....	18
2.1 Espaços públicos urbanos: conceito	18
2.2 Turismo urbano como estruturação do destino	20
2.3 Contextualizando a paisagem urbana e a percepção	21
2.4 Ideia do Graffiti como arte para a revitalização dos espaços	23
2.5 Graffiti no espaço público e sua relação com o turismo.....	24
3 CONHECENDO O GRAFFITI DO BECO DA MULHER MARAVILHA COMO ATRATIVO TURÍSTICO URBANO	32
3.1 São Sebastião e Maresias	32
3.1.1 <i>Beco da Mulher Maravilha</i>	34
4 RESULTADOS.....	40
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
REFERÊNCIAS	49

1 INTRODUÇÃO

O Beco da Mulher Maravilha, inaugurado no ano de 2018, é uma área reconhecida pelos grafites que tomam os muros da antiga travessa Irmãos Martins, no bairro de Maresias, São Sebastião no estado de São Paulo (SP). Localizado próximo à praia e dos principais restaurantes do distrito, seu surgimento associou-se às mudanças no espaço urbano, transformando uma simples passagem em um museu a céu aberto.

O presente trabalho teve como objetivo analisar e interpretar o surgimento e os significados do Beco da Mulher Maravilha por intermédio de seu impacto sociocultural no destino turístico citado. Acreditando que os grafites ali encontrados são produto de uma identidade encantadora, tendo em vista que durante certo tempo, a viela era reconhecida como um lugar abandonado e marginalizado, surgindo assim uma necessidade de mudança em sua estrutura, que foi desenvolvida por iniciativa do Studio Carlito e Renata Pascucci, arquitetos que ajudam a desenvolver o conceito da arte urbana como resgate do espaço, fazendo com que os turistas e moradores de modo geral tenham mais uma opção de entretenimento e a oportunidade de fazerem diversos registros pelas artes coloridas que preenchem suas paredes do começo ao fim da passagem, promovendo um acervo de vivências e costumes que possibilitam acessar a cultural local do litoral e dessa bela atração turística.

O estudo analisou a importância da revitalização dos espaços públicos para o turismo, utilizando como ferramenta uma das vertentes da arte urbana, o graffiti, na qual segundo Rodrigues (2013, s/p) “[...] é uma arte que revitaliza e além de tudo, uma arte acessível que se encontra no espaço público, nos grandes centros urbanos, que de maneira geral, são grandes receptores de turistas”. Desse modo, a análise da revitalização do beco da Mulher Maravilha no bairro de Maresias irá constatar se o graffiti pode ser uma estratégia para potencializar a atividade turística e assim transformar-se em um novo atrativo para a localidade.

A relevância dessa pesquisa abrangeu o campo social, profissional e acadêmico. No que diz respeito ao âmbito social o estudo transparece segurança do local além de promover a inclusão da comunidade com os desenhos abordados e a integração do turista com a cultura local exposta nos muros. Desse modo essa pesquisa contribui com novos estudos acadêmicos como forma de aprofundar a discussão sobre a valorização da arte urbana, e a implementação de novos projetos

voltados à temática. Na perspectiva profissional incentivou a potencialidade turística do local, de modo que o aumento de lugares revitalizados em espaços públicos seja uma estratégia para o turismo, movimentando a região e tornando-se mais um atrativo turístico.

Enquanto método partimos da análise crítica do trabalho pois buscamos compreender a partir da historicidade e as contradições como que o Beco da Mulher Maravilha correlatas ao graffiti se incorpora no contexto do turismo. Assim, a realização de uma pesquisa exploratória e descritiva, auxiliou na identificação.

O procedimento utilizado para aprofundar os conhecimentos sobre temas específicos como espaços públicos, revitalização, graffiti e para a obtenção de informações gerais sobre o objeto de estudo, o Beco da Mulher Maravilha foi a pesquisa bibliográfica, na qual segundo Gil (2002, p. 44) “[...] é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”, caracterizando se primordial para a contextualização e entendimento do tema proposto.

A identificação de ações do planejamento turístico no Beco da Mulher Maravilha, teve um reconhecimento pautado em análises do Boullón já que o mesmo discorre sobre os logradouros e os corredores de estada e também em questões sobre o planejamento participativo, na qual a comunidade auxilia o setor público e privado.

Para a análise do objeto de estudo, foi necessário, em primeiro modo, a criação de um questionário estruturado, nas quais cinco (5) perguntas eram fechadas, sendo quatro (4) dicotômica, e uma (1) múltipla escolha. E duas perguntas abertas, entre essas duas perguntas, uma em específico foi aplicada junto a uma imagem, que se refere a uma foto do Beco antes da revitalização, assim estabelecendo uma comparação do antes e depois do local.

Após a elaboração desse questionário, foi realizado a pesquisa *in loco* no litoral norte de São Paulo, especificamente no bairro de Maresias, onde se localiza o objeto de estudo para a realização do estudo de caso que consiste no “estudo profundo e exaustivo de determinados objetos ou situações [...] pode envolver exame de registros, observação de ocorrência de fatos, entrevistas estruturadas e não estruturadas ou qualquer outra técnica de pesquisa” (DENCKER, 2002, p. 127).

Desse modo, o questionário foi aplicado durante a penúltima semana de dezembro à primeira semana de janeiro, especificamente entre os dias 26 de dezembro de 2019 à 02 janeiro de 2020 período de alta temporada na região, utilizou-

se principalmente os finais de semana sexta, sábado e domingo no qual o fluxo turístico foi maior, com isso, a aplicação se deu entre 17 horas 30 minutos às 20 horas já que devido ao atrativo principal ser a praia, o fluxo turístico do local Beco da Mulher Maravilha se torna maior nesse período.

2 COMPREENDENDO OS ESPAÇOS PÚBLICOS E O TURISMO URBANO SOBRE O ENFOQUE TEÓRICO

2.1 Espaços públicos urbanos: conceito

Primeiramente, para compreender os espaços públicos e urbanos, é preciso aprender um pouco sobre as cidades que acomodam esses espaços. Para Boullón (2002, p. 189) a cidade é um “[...] ambiente artificial inventado e construído pelo homem, cujo principal objetivo prático é viver em sociedade”, o mesmo continua expondo que:

[...] as cidades mantiveram-se em equilíbrio e dentro de uma dimensão humana; mas depois, com o crescimento dos fluxos comerciais e a mudança dos modos de produção trazidos pela Revolução Industrial, seu crescimento acelerou-se até alcançar os tamanhos gigantescos das atuais megalópoles (BOULLÓN, 2000, p. 189).

Com o crescimento das cidades, Stevenson expõe que (2003, p. 73) “[...] cidades se dividem em áreas geograficamente distintas, que raramente se amoldam a fronteiras administrativa ou politicamente impostas. Antes, elas se formavam em torno de atividades de comércio, sociabilidade, domesticidade, e/ou identidade coletiva”.

Desse modo, para Castrogiovanni (2013) as cidades são:

[...] um mundo de representações que causam diferentes sentidos. Independente de ser pequena ou uma metrópole, ela pulsa, vive, seduz, agride, transforma-se e transforma aqueles que nela interagem. Ela tem limites ilimitados no tempo e muitas vezes no espaço. A cidade é repleta de entornos e estabelece entornos, alguns fortes, expressivos; outros suaves, interativos, com a continuidade espacial. A cidade é viva; mesmo não sendo conceitualmente dinâmica, apresenta um dinamismo de relações. Com isso, sempre é possível a renovação urbana. A cidade deve ser vista como um bem cultural onde devem ser valorizadas funções culturais que atendam à vida qualificada do sujeito cidadão (CASTROGIOVANNI, 2013, p. 388).

Barbosa (2014, p.12) apresenta que as cidades estão em constante modificações e são resultantes de um “acumular sucessivo de processos históricos, que atualizam o conceito de cidade, redesenham o cenário urbano e, por conseguinte o Espaço Público”.

Desse modo, Alomá (2013, s/p) compreende o espaço público como “[...] o local principal onde se forma a imagem da cidade, uma vez que é por ele que as pessoas transitam e têm a oportunidade de observá-la e entendê-la”.

A autora ainda corrobora que os espaços públicos têm a função de conectar os lugares:

[...] o espaço público contém, na sua essência, uma característica fundamental: permite conectar lugares e pessoas de todo o tipo e procedência em qualquer momento. Portanto, o espaço público é intrinsecamente o mais democrático da cidade ao facilitar o intercâmbio mais heterogêneo em tempo, espaço, idade, gênero, nacionalidade (ALOMÁ, 2013, s/p).

Mesmo a autora discorrendo sobre o espaço ser democrático, ele apresenta problemas que impedem conexões com outros lugares e pessoas, como o envelhecimento e o abandono, Hayllar descreve os espaços como:

[...] eles são modernos e envelhecidos, uma parte da cidade, e os mesmo tempo estão à parte dela. Estão confinados e abertos, são coloridos e lisos, lugar comum e únicos. São orgânicos e altamente estruturados. Servem a diferentes fins e desempenham vários papéis funcionais. (HAYLLAR, 2011 p. 7).

Borja (2000, s/p) considera os espaços públicos como “[...] domínio público, uso social coletivo e multifuncionalidade, aspectos que refletem um campo extenso e complexo que incide no comportamento social e no uso quotidiano das cidades”. O uso social coletivo desses espaços deve ser considerado segundo Indovina (2002, p.119) “fundador da cidade (poder-se-á dizer em todas as épocas e em todos os regimes); no fundo, o espaço público é a cidade”.

Para Caixado (2016):

As cidades foram evoluindo progressivamente adaptando-se às tendências e exigências características das diferentes épocas até surgirem os espaços públicos que conhecemos actualmente e que muitos deles proporcionam as condições ideais para usufruirmos deles (CAIXADO, 2016, p. 26).

Em virtude das cidades se adaptarem, Yázigi (2001) apresenta que “[...] o espaço público é a representação da harmonia da comunidade, pois desempenha uma função de peso na eficácia dos símbolos, sendo que reúne em si um grande número de pessoas que compartilham dos mesmos códigos”. Hayllar (2011, p.7) também expõe essa ideia de compartilhamento dos espaços públicos, na qual “[...] são espaços humanos, onde visitantes e residentes “criam” lugares para interação civil – para se encontrarem, comerem, caminharem, contemplarem, comprarem, observarem ou simplesmente passarem o tempo”.

Os espaços públicos podem se dividir entre espaços públicos naturais e espaços públicos urbanos. Abordando mais sobre os espaços públicos urbanos,

segundo Corrêa (2004, p.11) “[...] o espaço urbano é um produto social, resultado de ações acumuladas através do tempo, e engendradas por agentes que produzem e consomem o espaço.” Esse consumo do espaço, ele se dá de forma desigual visto que alguns espaços foram organizados para favorecer a circulação e oferecer uma diversidade de localização, de acordo com Acselrad (2013)

O espaço urbano foi organizado de modo a favorecer as operações de circulação e, ao mesmo tempo, nele se oferece ao consumo uma diversidade de localizações, paisagens, topografias físicas e simbólicas que são, de diferentes modos, incorporadas à dinâmica mercantil (ACSELRAD, 2013, p.236).

O espaço urbano além de ter uma diversidade, ele é essencial para o turismo assim auxilia em um segmento da área turística, no caso, o turismo urbano.

2.2 Turismo urbano como estruturação do destino

Dentre os segmentos do turismo, as áreas urbanas oferecem cenários sociais, culturais, físicos e estéticos sobre os quais as atividades turísticas podem se desenvolver. Com isso o turismo urbano [...] representa a quase totalidade do fluxo turístico mundial. Há nas cidades atratividade turística, por tudo o que elas representam, “como obras de arte das sociedades humanas, como lugares de encontro, do ir e vir, do acontecer de modo geral (CRUZ, 2001, p. 16).

Percebe-se que os lugares de encontro, do ir e vir acontece frequentemente nos espaços públicos, desse modo, na qual Lynch (1997) “o espaço público é o local principal onde se forma a imagem da cidade, uma vez que é por ele que as pessoas transitam e têm a oportunidade de observá-la e entendê-la”. Além disso, segundo Santos (2014):

Uma vez que os espaços públicos podem ser utilizados para ambos os fins por serem culturalmente ou historicamente lugares de produção da memória local e das manifestações culturais, tornando-se atrativos aos turistas que por ali passam (SANTOS, 2014, p. 27).

Os espaços públicos por se caracterizarem como lugares de produção de memória e englobar atrativos turísticos em seu território, se caracteriza também como espaços turísticos, como apresenta Boullón (2002):

O espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a

infra-estrutura turística, são suficientes para a definir o espaço de qualquer país. (BOULLÓN, 2002, p. 79).

Mas nem todo espaço é denominado como turístico:

A melhor forma de determinarmos um espaço turístico é recorrermos ao método empírico, por meio do qual podemos observar a distribuição territorial dos atrativos turísticos e do empreendimento, a fim de detectarmos os agrupamentos e as concentrações que salvam à vista (BOULLÓN, 2002, p. 79).

Desse modo Boullón (2002), separa o espaço turístico em 11 categorias, às quais, facilitam o procedimento de identificação do mesmo e na aplicação de metodologias específicas, sendo assim classificadas como: zona, área, complexo, unidade, centro, núcleo, conjunto, corredor, corredor de traslado e corredor de estada.

O espaço na qual a pesquisa irá utilizar como foco será os corredores de estada, desse modo, primeiramente corredores são as vias de conexão entre as zonas, as áreas, os complexos, os centros, os conjuntos, os atrativos turísticos, os portos de entrada do turismo receptivo e as praças emissoras do turismo interno, que funcionam como elemento estruturador do espaço turístico (BOULLÓN, 2002, p. 102). Dessa maneira os corredores de estada possuem superfícies mais alongadas e são:

[...] em geral paralelas às costas de mares, rios ou lagos, que tem uma largura que não supera, em suas partes mais extensas, os 5 km. A largura é indeterminada porque depende da longitude das praias, das costas, dos lagos ou da margem dos rios que tem interesse turísticos (BOULLÓN, 2002, p. 102).

Devido a expansão da urbanização, algumas regiões das cidades sofrem com o abandono e a precarização, essa degradação ocorre por alguns fatores como o tempo ou até mesmo a marginalização realizada pelos próprios indivíduos que habitam em seu meio, de tal modo que ao deixar o seu espaço para migrar para outro território, o espaço permanece sem utilidade e assim se torna indevido e perigoso para a comunidade local e principalmente para o turismo urbano, visto que se o local apresenta insegurança ninguém irá se deslocar até ele.

2.3 Contextualizando a paisagem urbana e a percepção

Para entendermos sobre a paisagem urbana primeiramente precisamos entender sobre o conceito de paisagem e a sua importância para o turismo. Para Santos a paisagem se dá pela percepção de um ambiente em que o indivíduo

consegue testemunhar ações naturais ou de caráter urbano que são ocorrentes e resultam na alteração do local:

A paisagem pode ser entendida como o fruto de percepções de um determinado ambiente, evidenciando a condição humana e as ações naturais que são ocorrentes e que causam alterações no local. Nesta conjuntura, no meio urbano há diversos significados culturais, patrimoniais e ambientais, que são expressos no uso da terra, nas edificações, na construção e utilização de locais [...] (SANTOS, 2006).

A paisagem nos conduz a identificação do lugar, seja ele natural ou construído pelo homem, dessa maneira Xavier (2007, p. 38) diz que a paisagem se caracteriza como uma atividade informadora da percepção visual, “[...] oferece uma mensagem captada pela visão que, além de registrar os dados sensoriais, também os organiza e os interpreta”.

Utilizamos dessa interpretação para entendermos o que é uma paisagem e o que não se caracteriza como uma. Desse modo, abordando sobre a paisagem urbana segundo Abreu (2017, p. 08) “a paisagem urbana, remete à paisagem das cidades e está em seu âmbito maior”. A construção desse espaço reflete na busca de um ambiente apropriado para o homem, na qual a ânsia de possuir um ambiente com qualidade estética e funcionalidade são as preocupações de urbanistas e arquiteto, como retrata Lynch (1997):

A paisagem urbana se conforma em um espaço apropriado pelo homem, que o constrói, o usufrui e o transforma cotidianamente. As preocupações dessa dinâmica, sobre a qual os arquitetos e urbanistas pretendem certo controle através das práticas de planejamento, refletem uma busca pela construção de um ambiente com qualidade estética, funcionalidade e legibilidade (Lynch, 1997)

De acordo com Souza (2013, p. 38-39) “a paisagem urbana tem diversas funções, sendo que a principal é a de visualização e apreciação. Essa função baseia-se em experiências passadas do observador, bem como em as associações realizadas com os elementos dos espaços”. Então, como o graffiti se apropria da paisagem urbana? Segundo Tartaglia (2013, p.195) “[...] um dos procedimentos mais comuns e certamente mais importantes da prática do graffiti é perceber a paisagem. Notar as possibilidades que a paisagem urbana oferece é um exercício pelo qual grafiteiros dedicam sua percepção e sensibilidade ao circularem pela cidade.”

A paisagem urbana é observada com cuidado pelos artistas pois se caracteriza como um elemento essencial para o registro de suas marcas, conseguindo assim maior visibilidade do seu trabalho por quem passa pelo local.

Desse modo, ao deixar registrada suas marcas pelas paisagens urbanas das cidades os grafiteiros tornam o local mais colorido e divertido, criando uma região mais popular e atrativa assim criando um potencial que beneficia o turismo.

2.4 Ideia do Graffiti como arte para a revitalização dos espaços

Como mencionado anteriormente nesse trabalho, os espaços públicos de lazer são espaços que correm o risco de sofrerem com a deterioração e o abandono com o passar dos anos, desse modo são criadas estratégias para que esses locais voltem a alguma função. A revitalização é uma dessas estratégias que podem salvar os locais do abandono, segundo Januzzi e Razente (2007) “A revitalização é um processo que consiste em utilizar-se de um espaço ou um objeto deteriorado e transformá-lo assim criando uma nova identidade para o mesmo.”

A revitalização tem como objetivo dar um novo sentido para aérea precarizada e adquirir uma serie de oportunidades para o desenvolvimento urbano. Uma dessas estratégias é o processo de revitalização por meio de intervenções artísticas, onde o grafiteiro que vai realizar sua arte, qual o melhor método para o local se tornar atrativo, como Caixado (2016, p.54) menciona “presume um forte entendimento por parte do autor da obra, das necessidades dos utilizadores do espaço, que consequentemente, tornam-se fatores que influenciam na qualidade do espaço público”.

No que diz a respeito a qualidade do espaço, ele se torna um local totalmente diferente do que era ajudando no desenvolvimento urbano e proporciona um novo sentimento na população local visto que esses locais de abandono do espaço são locais mais desfavorecidos, segundo Boa (2019):

A arte enquanto método de intervenção urbana pode proporcionar às comunidades e aos locais que habitam um conjunto diversificado de benefícios como a “melhoria da saúde e do bem-estar da população (...) maior coesão social e sentido de identidade da comunidade (...) revitalização da comunidade e renovação urbana (...) efeitos económicos positivos” (BOAS, 2019, p. 68).

A transformação que a arte urbana pode realizar em cidades de destinos turísticos faz com que o turismo seja visto com outros, uma ferramenta capaz de transformar e requalificar áreas desvalorizadas segundo Law (1992).

2.5 Graffiti no espaço público e sua relação com o turismo

Segundo Caeiro (2014, p. 356) “[...] o espaço público era concebido como pedaço de território livremente acessível, disponível para a criação e a comunicação social”. Desse modo, essa criação e a comunicação social gerou diversas transformações entre elas as públicas:

Estas transformações públicas, ocorridas desde a década de 60, desenvolveram-se exponencialmente até aos dias de hoje, assumindo formas muito diversificadas que passam por várias áreas artísticas. Actualmente, as manifestações e intervenções artísticas no espaço público fazem parte da nossa sociedade e cultura, estando na origem do movimento artístico que marcou a história da arte na transição do século XX para o século XXI: a Arte Urbana (CAIXADO, 2017, p. 35).

De acordo com Pereira (2010, p. 97) “[...] a Arte Urbana trata-se, portanto, de toda e qualquer manifestação presente no espaço público, distinguindo-se das manifestações de mero vandalismo”. Essas manifestações podem ocorrer de algumas maneiras, sendo apresentações de ruas, estatuas vivas, artes em sticker, cartazes lambe-lambe, graffiti entre outros.

Segundo Caixado (2017, p. 41) “[...] o objectivo dos artistas prende-se com a aproximação da arte aos cidadãos, convertendo as cidades em novas galerias de arte, tornando-as em lugares mais inspiradores”.

O segmento da arte urbana que iremos abordar, será o graffiti, desse modo o espaço público se torna uma ferramenta para que haja a realização dessa arte, utilizando-se assim de elementos arquitetônicos como muros, pavimentos, edifícios, corredores, etc.

Primeiramente o termo “Graffiti” de acordo com Gitahy (1999, p.13) é decorrente do “termo grafitto vem do italiano e significa inscrição ou desenhos de épocas antigas, toscamente riscados a ponta ou a carvão, em rochas, paredes etc. Graffiti é o plural de grafitto. No singular, o termo é utilizado para significar a técnica e no plural, refere-se aos desenhos.”

Considerado como o mais antigo registro gráfico já feito pelo ser humano, o graffiti já era usado como uma forma de se comunicar “desde os tempos mais remotos,

o homem já se comunicava através de uma produção artística registrada nas paredes das cavernas, onde apareceram as pinturas rupestres, bem como de outras formas de comunicação escrita” (Da Cruz, 2008, p.96), conforme podemos observar na figura 1.

Figura 1- Pinturas Rupestres



Fonte: EL PAIS, 2019

Segundo Rink (2010, p. 79) “o que conhecemos hoje como grafite é muito diferente das pinturas em muros do passado pelo simples fato de que cada ação humana se insere em um contexto histórico e cultural”. Sendo assim, pelo contexto histórico e cultural cada um possuía sua forma de se comunicar com o outro. O autor ressalta que “[...] a intervenção urbana e a utilização de materiais para pintar e escrever em paredes sempre existiu ao longo da história e dependendo do momento e da cultura tem diferentes sentidos, porém em comum talvez carreguem a necessidade humana de comunicação e de estética” (p. 79).

Desse modo, avançando um pouco mais na história do graffiti, para Rink (2010, p. 80) tudo mudou com a chegada da tinta látex e das tintas de spray surgidas nos anos 1950 [...] esta nova tecnologia inaugura um momento para expressão artística feita em muros e mesmo para a história atual, conforme figura 2. De acordo com Caixado (2016):

O graffiti surgiu na Filadélfia, na década de 60, primeiro, como forma de tags e pieces, mas actualmente é utilizado através de diferentes técnicas. Caracterizava-se, nesta época por representar uma expressão pessoal, quase sempre individual de características visuais muito próprias do seu

autor, o que consequentemente, provoca o reconhecimento imediato deste tipo de peças. (CAIXADO, 2016, p.42)

Figura 2 Tags da década de 60 – Filadélfia



Fonte: SPRAYPLANET, 2018

As tags eram utilizadas como uma expressão individual, uma assinatura de cada artista, para marcar um certo território ou até mesmo só mostrar que esteve naquele local.

Na década de 1970, o graffiti chega a Nova York e atinge o seu pico, segundo Caixado (2016):

É na década de 1970 que o graffiti atinge o seu pico, passando de tags em fachadas de edifícios, para intervenções nas carruagens do metro, em Nova Iorque, o que proporcionou um novo meio de difusão móvel, chegando a um público mais numeroso e diversificado. A vibração e dinamismo exploradas no graffiti eram compiladas com o movimento das carruagens (CAIXADO, 2016, p. 43).

Tornando-se um movimento cada vez mais conhecido, o graffiti se transformou em uma arte mais popularizada em Nova York por se mostrar muito presente nos metros e mais visível entre diversos públicos, conforme ilustrado na figura 3 representando um painel fotográfico.

Figura 3- Metros de Nova York



Fonte: SPRAYPLANET, 2018

Posteriormente a esse pico que o graffiti teve nos metros, foi a vez de se tornar popular nos bairros em que surgiu o movimento Hip-Hop, como mostra a figura 4 onde eram transmitidas a cultura dos guetos. Segundo Brito (2014):

Após esses movimentos, o grafite teve seu auge em Nova York, na parte sul do bairro de Bronx e no Brooklin no final dos anos 60, quando surgiu o movimento do Hip-Hop, que era a junção da forma cíclica de como se transmitia a cultura dos guetos norte-americanos. Vive nesta época e região, uma das maiores populações menos favorecidas e mais oprimidas pela própria sociedade e que buscava uma forma de expressão (BRITO, 2014. s/p).

O graffiti, junto com o Hip-Hop, transformou-se em uma forma de expressão para os jovens oprimidos e menos favorecidos.

Figura 4- Graffiti e Hip-Hop



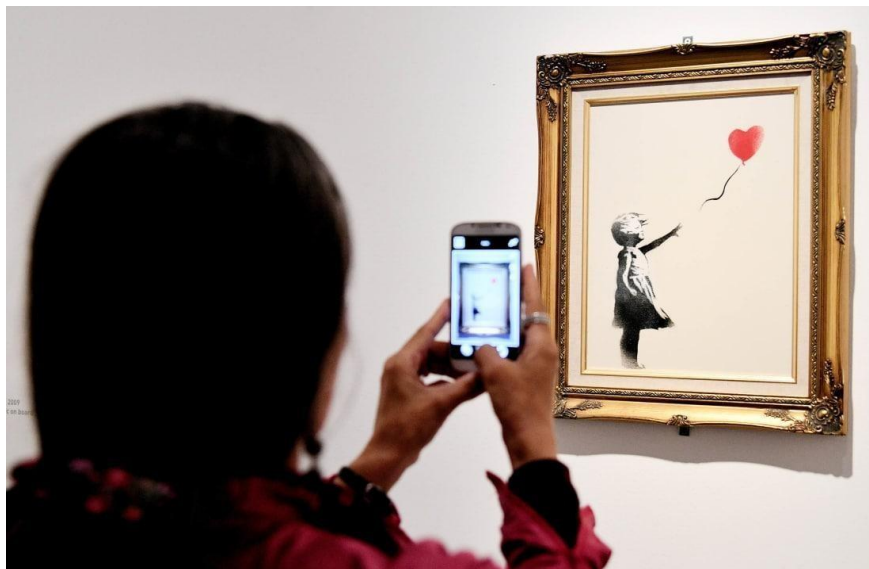
Fonte: Google Imagens

Devido à grande popularidade nas áreas periféricas, associado a diversos movimentos, e atos políticos Caixado (2016) diz que:

o graffiti foi constantemente associado a atos de vandalismo e marginalidade, com quase nenhum mérito artístico. Só nos anos 90, o graffiti entra no mercado artístico e é devidamente reconhecido como uma das vertentes da Arte Urbana, através do formato de telas. (CAIXADO, 2016, p.43).

Justamente por ser popular nas periferias, e ter um cunho político muito forte por quem produzia, o graffiti sempre foi visto com outros olhos pela sociedade. Quem praticava esse tipo de atividade era vândalos e marginais, que não tinham nada a oferecer a não ser o caos e a destruição da imagem da cidade. Esse pensamento sobre a marginalização do graffiti permaneceu por anos até enfim vir o seu reconhecimento como arte, como pode-se perceber na figura 5.

Figura 5 - Obra de Banksy



Fonte: CNN, 2017

No Brasil, o graffiti começou a ser mais conhecido pelos atos políticos, desse modo durante a ditadura militar foi uma técnica muito utilizada, como mostra a figura 6.

No Brasil a pichação, que durante os anos de ditadura militar entrou em decadência pela força da censura e do autoritarismo, surgiu com frases de protesto, humor e frases enigmáticas. Por ser considerada ilegal e subversiva, de caráter político, esta atividade acontecia sempre à noite, evidenciando a necessidade de materiais que contribuíssem com a rapidez necessária para a sua execução (DA CRUZ, 2008, p. 98).

Figura 6- Protesto contra a ditadura



Fonte: GRAFITEARTE

No dia 12 de fevereiro de 1998, o graffiti e a pichação era considerado um ato criminoso

No Brasil em 12 de fevereiro de 1998, a Lei Ambiental 9.605, conceituava o graffiti e a pichação igualmente, não estabelecendo distinção e declarando a atividade como crime contra o meio ambiente passível de penalidades. Esta lei se somava ao artigo 163 do Código Penal, que tratava dos danos ao patrimônio público e que também não fazia a distinção. Os infratores eram considerados criminosos, sendo fichados e autuados (LEAL, 2009)

Após muitos anos de repercussão foi só em 25 de maio de 2011, a presidenta Dilma Rouseff, sancionou que a prática do grafite não era mais um crime:

§ 2o Não constitui crime a prática de grafite realizada com o objetivo de valorizar o patrimônio público ou privado mediante manifestação artística, desde que consentida pelo proprietário e, quando couber, pelo locatário ou arrendatário do bem privado e, no caso de bem público, com a autorização do órgão competente e a observância das posturas municipais e das normas editadas pelos órgãos governamentais responsáveis pela preservação e conservação do patrimônio histórico e artístico nacional. (BRASIL, 2011).

Desse modo, muitos começaram a ver o graffiti de outra maneira, como uma obra de arte no meio da cidade, como por exemplo a figura 7, e não somente uma sujeira para as cidades. Segundo De Araujo (2017, p.12-13) [...] a ideia simples de desenhar em uma parede tornou-se algo extraordinário em um mundo cada vez mais emparedado e murado. Os muros são o suporte, a morada de todos esses grafismos, ícones e memórias de uma metrópole.”

Figura 7 - Obra dos artistas Os Gêmeos



Fonte: Ana Clara Martins Tenorio

De acordo com Olivera (2011) apud Harvey (1989):

As cidades apostam cada vez mais no património e na cultura de modo a conquistar e reforçar a sua atractividade e competitividade territorial, contribuindo assim para a consolidação de uma lógica de culturalização da vida urbana. As manifestações artísticas e culturais invadem a cidade e transformam-na numa “imensa acumulação de espectáculos (OLIVEIRA, 2011, apud HARVEY, 1989)

Com isso o graffiti foi adquirindo forças para colorir a vida cinza das cidades, e assim trazer mais cultura, identidade e bem-estar para a população local. Um dos exemplos de turismo urbano por meio da arte é o Beco do Batman, localizado na Vila Madalena no estado de São Paulo, a seguir na figura 8 podemos ver alguns de seus graffitis.

Figura 8- Beco do Batman



Fonte: Rafael Castilho

O Beco do Batman segundo o site “São Paulo sem mesmice”, é um dos pontos turísticos mais visitados do estado, seus graffitis formam um museu a céu aberto, recebendo visitantes durante a semana toda, o site relata que em algumas pinturas, formam-se filas para tirarem fotos.

3 CONHECENDO O GRAFFITI DO BECO DA MULHER MARAVILHA COMO ATRATIVO TURÍSTICO URBANO

3.1 São Sebastião e Maresias

São Sebastião é um município no litoral norte do estado de São Paulo, constituído por três distritos, São Francisco da Praia, São Sebastião e Maresias. Desse modo, São Sebastião conta com uma ampla e diversa oferta de atrativos naturais que atraem os turistas para a região. “Suas praias têm destaque, sendo a motivação de visitação de grande parte dos turistas” (SÃO SEBASTIÃO, 2020, p.134).

Maresias   uma das praias de São Sebast o mais visitadas da região, de acordo com o site São Sebast o (2020, p.142). A praia tem destaque para a qualidade da água e além disso conta com diversos restaurantes, barracas e espaços para alugar guarda-sol, pranchas, cadeiras entre outros equipamentos

  ideal para fazer atividades como futev lei, *stand-up paddle* e caminhadas.   conhecida pelo surf, tendo escolas e aulas do esporte, além de ser frequentada por surfistas. A praia tem um perfil mais agitado, possui casas noturnas e atrai o público jovem (SÃO SEBASTIÃO, 2020, p.142).

Figura 9- Vista da Praia de Maresias



Fonte: autores, 2018

Com seu forte turismo de sol e praia, o município conta com outros atrativos que somam ao atrativo principal, como por exemplo o turismo em áreas naturais para os turistas, entre eles estão as trilhas, cachoeiras, mirantes e algumas ilhas.

Uma das trilhas mais conhecidas é a travessia entre Maresias e Paúba, a trilha tem cerca de 1 km e conta com um mirante na qual é possível visualizar toda a praia de Maresias, como mostra a figura 10, e o seu percurso conta com uma pequena parte de pedregulhos, subidas e um caminho de terra com algumas vegetações, além disso a trilha possui um atalho, na qual leva a uma pequena praia que se chama Praia dos Pescadores.

Figura 10- Trilha de Paúba



Fonte: Pousada Pura Vida Maresias

Os mirantes são pontos requisitados de quem passa por Maresias, os principais são o da Trilha de Paúba como mencionado acima e o da Praia de Maresias, figura 11, que se localiza em uma entrada escondida na serra entre Boiçucanga e Maresias.

Figura 11- Mirante com vista para a praia de Maresias



Fonte: Pantaimaresias

Além de contar com uma grande variedade de atrativos para realizar ao ar livre, Maresias também conta com seus atrativos culturais, como o Instituto Gabriel Medina, na qual é um projeto social para ajudar a criar novos atletas do surf e o mural de fotos históricas do município ao céu aberto e o Beco da Mulher Maravilha.

3.1.1 Beco da Mulher Maravilha

O Beco da Mulher Maravilha é uma das intervenções artísticas do projeto “Colorindo Maresias”, e foi idealizado pelo Studio Carlito e Renata Pascucci em 2018. Mas antes da intervenção o local era apenas uma travessa, na qual chamava-se Travessa Irmãos Martins, como percebe-se na figura 12, desse modo a comunidade relatava que o lugar era inseguro assim sendo um ambiente com furtos e assaltos.

Figura 12- Travessa Irmãos Martins



Fonte: Google Maps

O Beco leva esse nome devido referência e uma homenagem ao Beco do Batman em São Paulo. Segundo o site Pousada Pura Vida Maresias “[...] um grupo de 30 artistas participa do projeto comunitário “Colorindo Maresias”, idealizado pelos arquitetos do Studio Carlito e Renata Pascucci, que elabora 250 murais, espalhados pelas ruas do bairro”.

Figura 13- Entrada do Beco da Mulher Maravilha



Fonte: autores, 2018

De acordo ainda com o Pousada Pura vida Maresias um dos idealizadores do projeto, Carlito Colhado, contou que “[...] a Associação de Pousadas e Hotéis de Maresias, em paralelo, trabalhava também desde 2017 na busca por viabilizar uma galeria de arte a céu aberto no local, que concentra grande fluxo turístico por conta das pousadas, restaurantes e casas noturnas do entorno”.

Desse modo, o Studio mais a Associação de Pousadas e Hotéis Maresias, se juntaram para que esse projeto acontecesse:

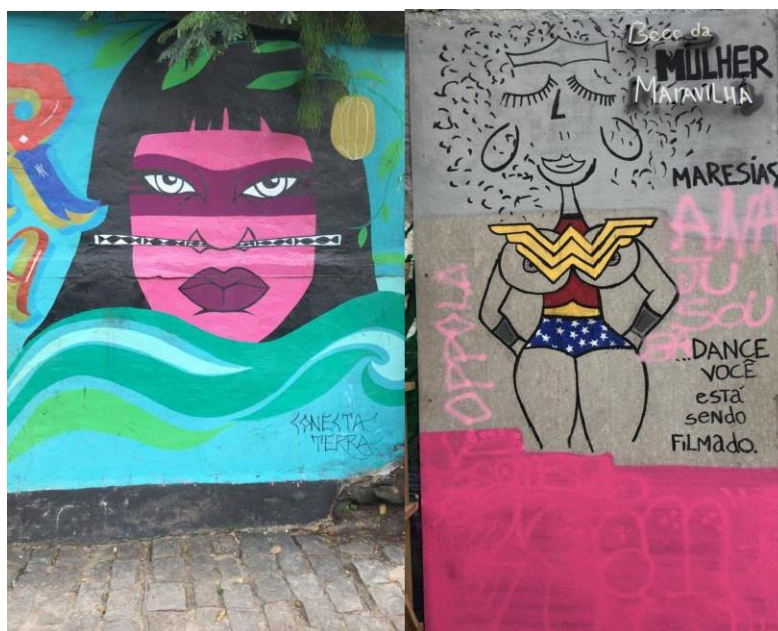
[...] como as ideias se complementavam, houve uma união de forças, trazendo para a iniciativa também a somar, que já vinha ofertando aulas gratuitas de grafiteagem para os jovens do bairro, viabilizadas através da contratação – por parte da Fundação Deodato Santana (Fundass), braço da Prefeitura de São Sebastião – da artista Yá, moradora da cidade e professora da oficina, que atende cerca de 60 crianças entre alunos de Maresias e Boiçucanga. (PURA VIDA, s/d)

O local conta com ambos os lados graffitados em mais de 115 metros de extensão. A arte do graffiti torna-se interessante pois brinca com a percepção e a imaginação de cada indivíduo que passa pelo local, construindo assim um significado próprio para cada um.

Um exemplo é a representação feminina no beco como mostra a figura 14, a imagem da mulher indígena que remete as origens dos caiçaras¹ e a representação da mulher maravilha onde retrata as mulheres como heroínas.

¹ Os caiçaras são uma mistura de povos indígenas já extintos, europeus de diversos países e negros, principalmente quilombolas que após processos de ocupação do interior devido aos diversos ciclos econômicos do Brasil colonial,

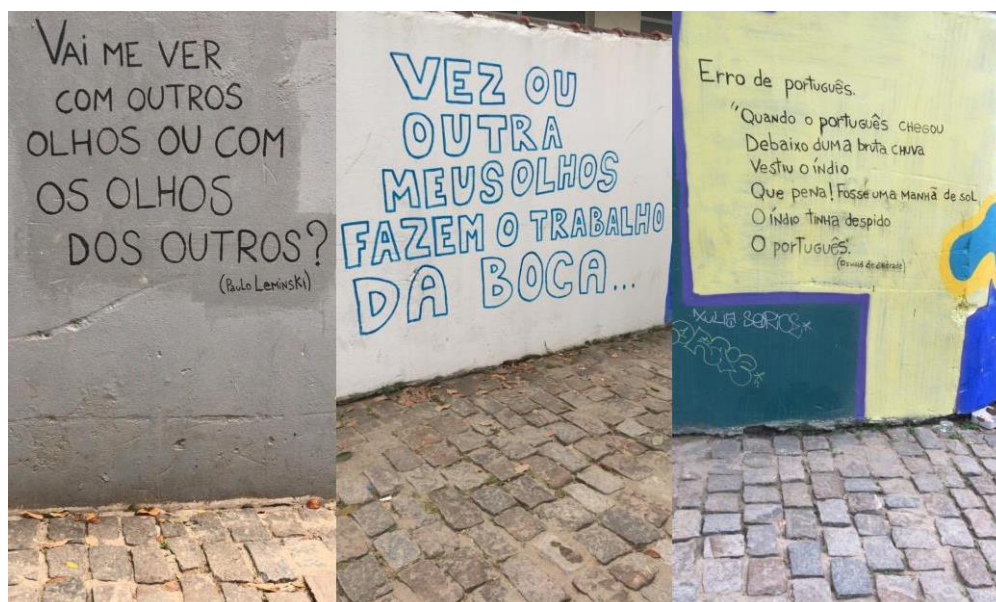
Figura 14- Representação feminina no Beco



Fonte: autores, 2018

Percebe-se também na figura 15 algumas poesias e dizeres que foram grafitados.

Figura 15- Dizeres e Poesias



Fonte: autores, 2018

Como mencionado anteriormente algumas artes capta a representatividade da comunidade, como por exemplo na figura 16, na qual representa o caiçara.

ficaram relativamente isolados nessa estreita faixa de terra entre o mar e a serra, que se estende do sul do Paraná até o centro do Rio de Janeiro

Figura 16- Graffiti do artista POMB



Fonte: autores, 2018

O projeto Colorindo Maresias, contou com a participação da comunidade de acordo com a figura 17, percebe-se por meio dos traços, das cores e dos desenhos, que são pinturas executadas por pessoas que não tem o habito de fazer tal atividade, mas que também compõe o ambiente e traz a participação da comunidade para o projeto.

Figura 17 – Arte desempenhada pela comunidade



Fonte: autores, 2018

Como mencionado anteriormente o beco expõe a identidade e a representação da comunidade e como relata Gitahy (1999, p. 23) “A arte sempre será o reflexo social de um povo”. Desse modo o beco trás essa reflexão por meio de imagens como a dos caiçaras, a figura da mulher forte como uma heroína, traços infantis e não poderia faltar a representatividade da figura pública que trouxe visibilidade para a região, o surfista Gabriel Medina, primeiro brasileiro campeão mundial de surf.

Figura 18- Arte que representam figuras públicas da região



Fonte: autores, 2018

A figura 19 apresenta outras identidades e pluralidades dos graffitis no espaço do beco, sempre relacionado com as identidades locais.

Figura 19 – Mais arte



Fonte: autores, 2018

A figura 20 apresenta um graffiti interativo, na qual a arte representa uma onda e o banco uma prancha, onde o turista pode subir e realizar diversas poses para uma foto divertida.

Figura 20- Graffiti interativo



Fonte: autores, 2018

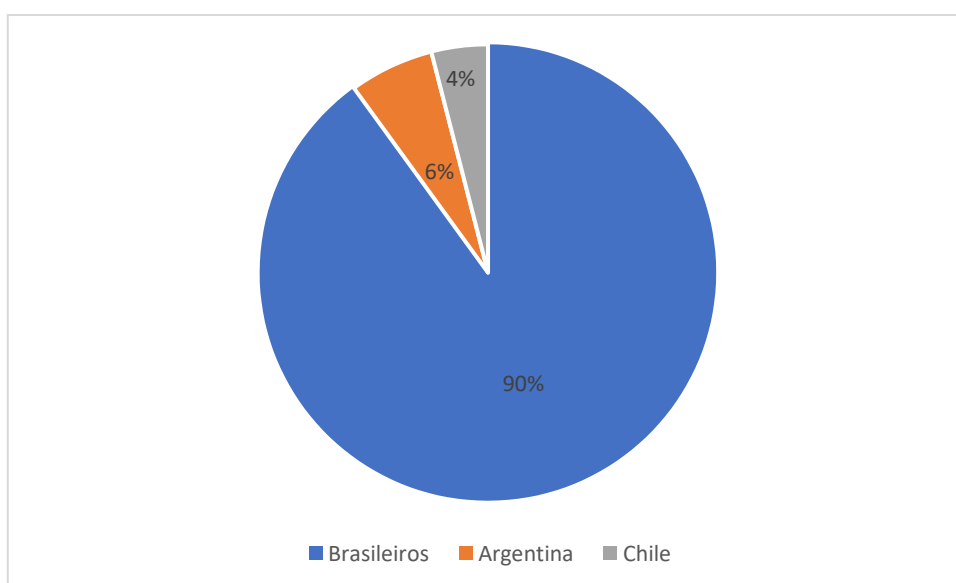
Desse modo o graffiti brinca muito com o observador, ele pode ser encontrado de diversas formas, com linhas simples, escritas rápidas, sendo colorido, preto e branco, planejado ou simplesmente desenvolvido de última hora. O graffiti de qualquer modo chama a atenção de quem passa, ele provoca as pessoas e faz com que elas parem sua rotina para contemplar, admirar ou criticar.

4 RESULTADOS

Retomando ao processo metodológico, aplicou-se a pesquisa entre os dias 26-12-2019 à 02-01-2020 em uma amostragem de 50 pessoas o formulário foi organizado com 5 perguntas na qual quatro eram dicotômicas e uma múltipla escolha, além disso contou com mais duas perguntas abertas das quais serão detalhadas nesta fase do estudo.

A primeira pergunta abordada se deu pela nacionalidade do entrevistado, assim, no gráfico 1 percebe-se que 90% dos entrevistados são brasileiros, enquanto 10% são estrangeiros, dividindo-se entre chilenos e argentinos.

Gráfico 1- Qual a sua nacionalidade?

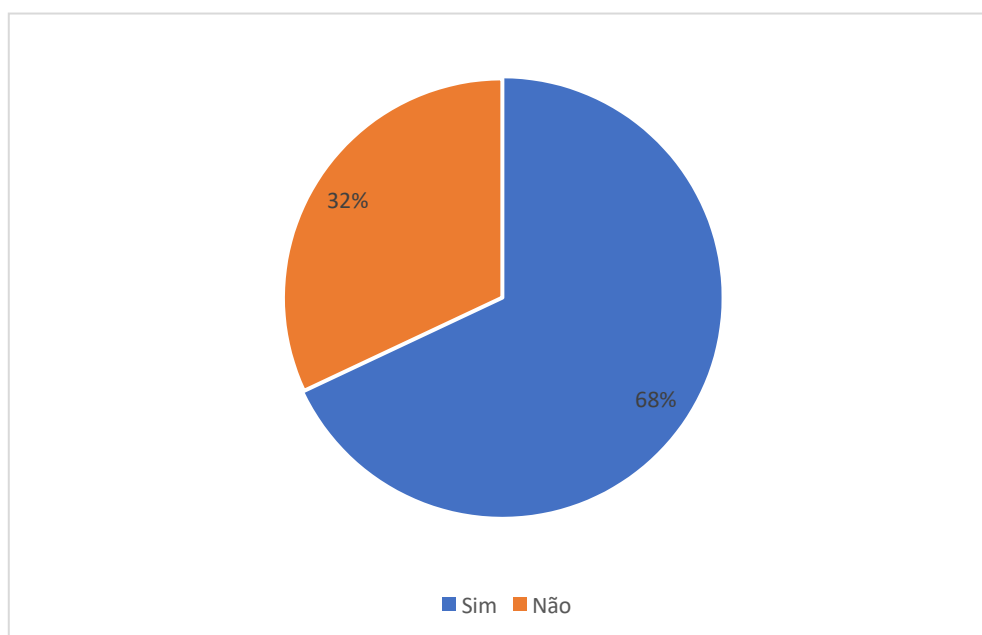


Fonte: Autores, 2020

Entende-se que coletar dados sobre a nacionalidade dos entrevistados é importante a fim de observar qual o tipo de entrevistado e se a opinião deles diverge em relação aos entrevistados brasileiros e estrangeiros. Desse modo, no período em que a entrevista estava sendo realizada, o número de entrevistados estrangeiros foi menor do que o de brasileiros.

Por conseguinte, como mostra o gráfico 2, foi questionado se os entrevistados em questão costumam visitar atrativos turísticos culturais, visto que 68% responderam que sim visitam e 32% não.

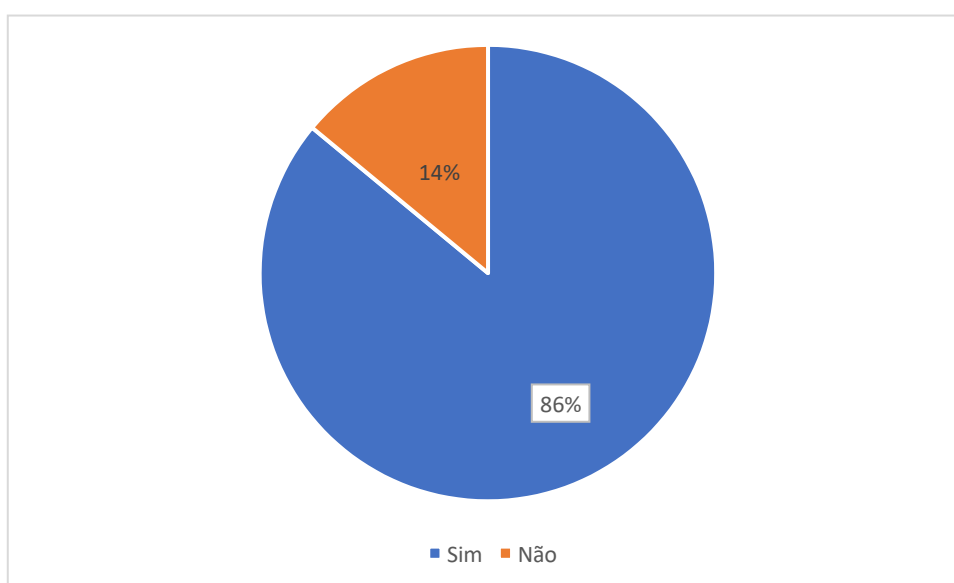
Gráfico 2- Costuma visitar atrativos turísticos culturais?



Fonte: Autores, 2020

Sendo assim, 68% dos entrevistados propõe-se a visitar outros atrativos turísticos culturais, assim possuindo uma experiência e conhecimento maior por atrativos cultural. O que já não acontece com os outros 32% que não costumam visitar. Com o propósito de descobrir mais sobre a opinião dos entrevistados em relação a arte urbana, foi questionado, como mostra no gráfico 3 se os mesmos percebem o graffiti como arte, na qual 86% disseram que sim e 14% não.

Gráfico 3- Percebe o graffiti como arte?

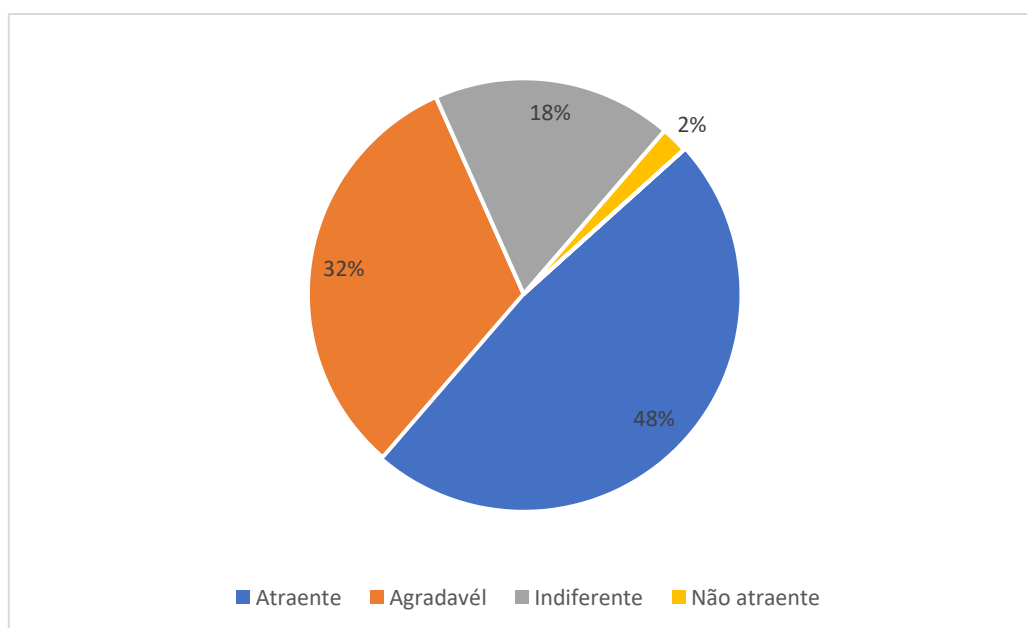


Fonte: Autores, 2020

Essa pergunta é importante na obtenção de dados referente aos entrevistados que estão cientes de que o local que estão transitando pode se tornar um ponto turístico cultural.

Já a pergunta de número 4 do questionário, aborda sobre a opinião em relação ao Beco da Mulher Maravilha. Nesse caso, conforme o gráfico 4 indica, 48% consideram o beco atraente, 32% agradável, 18% indiferente, 2% não atraente e nenhuma pessoa considera desagradável.

Gráfico 4- Opinião sobre o Beco da Mulher Maravilha



Fonte: Autores, 2020

Com isso, podemos separar essas informações em três grupos, o primeiro grupo conta com respostas positivas em relação ao local, sendo eles, as pessoas que votaram em atraente e agradável se tornando a maioria opiniões positivas. O segundo grupo são as pessoas que votaram no indiferente, que se caracterizam como neutras, não gostam e nem desgostam do local. E por fim, o grupo com opinião negativa, nesse caso somente os que não acharam o local atraente.

Em relação a pergunta sobre qual era a percepção dos entrevistados ao ver a foto do Beco da Mulher Maravilha antes de sua revitalização, a Tabela 1 indica quais foram as palavras que mais citadas durante as respostas, com isso a palavra “Comum” foi a mais utilizada pelos entrevistados.

Quadro 1- Quadro de palavras

Palavras	Quantidades
----------	-------------

<i>Comum</i>	20
<i>Passagem</i>	18
<i>Normal</i>	16
<i>Local</i>	12
<i>Vandalizado</i>	6
<i>Feio</i>	4
<i>Sujo</i>	4
<i>Simples</i>	3

Fonte: Autores, 2020

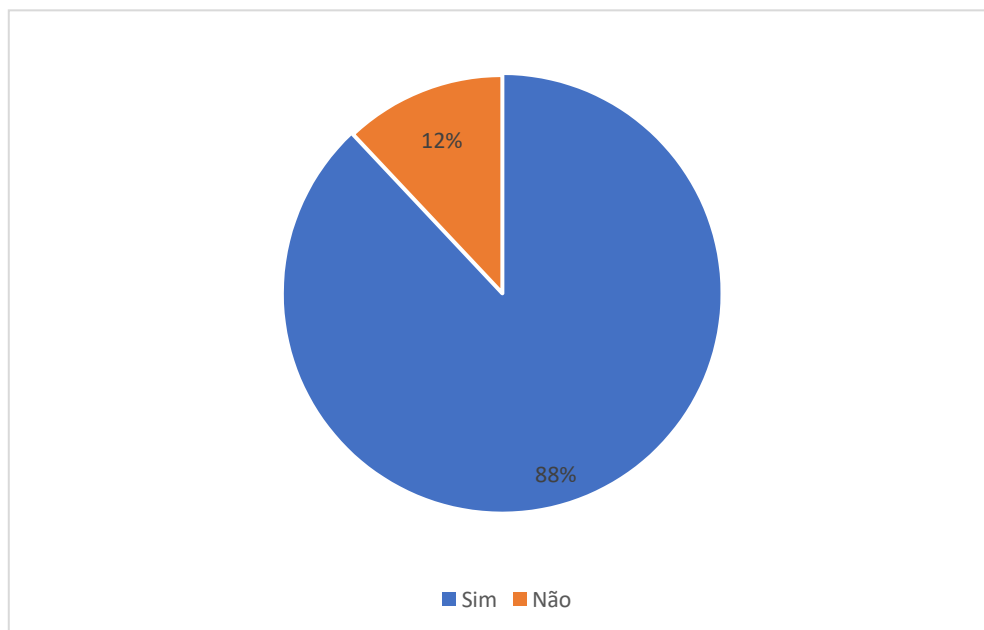
Constata-se por meio de uma interpretação da tabela de palavras que o local era visto como “comum” pois era somente um espaço para transitar, assim aparecendo também a palavra “Passagem” na qual se refere justamente a essa interpretação de transitar pelo espaço. Já as palavras “normal”, “local” e “simples” apareceram, pois, para muitos o local em que agora é o Beco da Mulher Maravilha era um simples e normal local como muitas áreas de uma cidade. Por fim as palavras “feio” e “sujo” aparecem pois nas imagens apresentadas do local antes da revitalização estava degradado e sujo.

Ao perguntar a opinião sobre o Beco da Mulher Maravilha e questionar a percepção do local antes de ser revitalizado, foi abordado se consideram o Beco da Mulher Maravilha hoje como um atrativo cultural turístico, e com exatidão, 100% dos entrevistados responderam que sim, consideram o Beco um atrativo cultural turístico.

Desse modo, ao apresentar um resultado positivo em que todos os entrevistados disseram sim, podemos perceber uma certa contradição, pois mesmo alguns dizendo que não acham o Beco um local atraente ou que é indiferente, consideraram o local um atrativo turístico cultural.

Já com a pergunta referente a mídias sociais, se o entrevistado postaria fotos do local, o gráfico 5 indica que 88% compartilhariam fotos do local e 12% não postariam fotos.

Gráfico 5- Você postaria foto com o Beco da Mulher Maravilha ao fundo para as redes sociais?

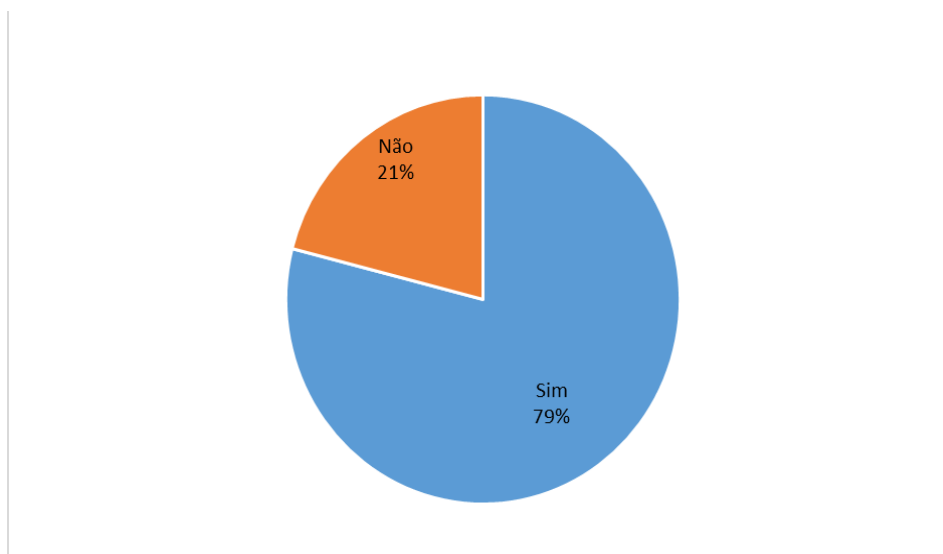


Fonte: Autores, 2020

Desse modo, a porcentagem positiva de entrevistados que postariam fotos do local, se torna uma característica importante, pois essa atitude advinda do visitante provoca uma mídia espontânea do atrativo, tornando-o conhecido de modo personalizado a partir da rede social particular da pessoa que esteve no destino e consequentemente visitou o Beco da Mulher maravilha podendo tornar-se assim um local de status e reconhecido.

Por fim, foi relacionado a pergunta 3 com a pergunta 2, sendo assim, os entrevistados que percebem o graffiti como arte, quantos visitam atrativos culturais, de acordo com o gráfico 6, compreende que 79% percebem sim o graffiti como arte e visitam atrativos culturais, enquanto os outros 21% não.

Gráfico 6- Percebe o Graffiti como arte e visita atrativos culturais



Fonte: Autores, 2020

Dessa maneira, os entrevistados que percebem o graffiti e visitam atrativos culturais, possuem uma visão e um conhecimento atualizado sobre cultura e arte urbana, visto que, o graffiti levou anos até conseguir um reconhecimento digno na vertente cultural.

Após as entrevistas com os turistas, foi realizado uma entrevista com uma das coordenadoras do projeto Colorindo Maresias, Niuara Tedesco, presidente da associação, que respondeu algumas dúvidas sobre o projeto pelo meio de comunicação Whatsapp.

Em primeiro momento, foi questionado sobre como surgiu a ideia de grafitar o Beco da Mulher Maravilha:

“Então, mas resumindo, foi assim, a gente e, a gente já queria fazer uma ação de arte, né? Aqui em Maresias, e aí a gente ficou descobrindo lugares a princípio, ela ia ser feita na ciclovia de Maresias e na, a gente vai utilizar os muros e etc... Na época, os proprietários, alguns proprietários não apoiaram, né? Na verdade, um só, né? Não apoiou e a gente acabou migrando é, pra fazer ali no beco, porque teve maior apoio” (NIUARA em entrevista a autora, 2021).

Pode-se perceber que hoje em dia ainda existe uma certa resistência de algumas pessoas em relação a esse tipo de arte, podem associar ainda ao vandalismo.

Após o questionamento sobre a opinião do projeto, houve a indagação sobre parcerias para a realização do projeto, se o mesmo contou com parceria dos órgãos públicos ou somente setor privado.

“O Carlito e a Renata, né, eles, é foram atrás dos artistas, correram atrás pra encontrar, fizeram uma curadoria com os artistas, conversamos com a comunidade local, né, teve uma professora de grafite aqui local também que participou, é, os empresários, amigos, clientes daqui da Praia de Maresias pagaram todo o material, é, a gente entrou com material, a gente entrou com é ajuda de custo na mão de obra dos artistas, a gente entrou com hospedagem, com alimentação pra eles, então, né, eles não fizeram o preço que eles fariam pra cobrar uma arte, né, e a gente também acabou se ajudando. Então, teve apoio aí da associação de pousadas, teve apoio de vários empresários, teve apoio de moradores né, que puderam ajudar nisso, e quando a gente conseguiu finalizar, a gente sentiu a necessidade de iluminar. Então, a associação de pousadas entrou com a iluminação, a prefeitura entrou com a autorização, né, primeiro pra isso acontecer e depois ela entrou com a mão de obra pra fazer a iluminação” (NIUARA em entrevista a autora, 2021).

O Studio Carlito e Renata desempenharam todos os tramites para a realização do projeto e logo a comunidade se interessou e auxiliou na implementação do mesmo.

Logo questionou-se sobre o financiamento do projeto e a mesma voltou a dizer que foi uma ajuda conjunta de um todo, empresários, amigos, artistas e comunidade.

Outra dúvida era se Niuara tinha um feedback da comunidade e do turista sobre o local, em que objetivemos a resposta:

O beco era um lugar que era escuro, era inseguro, era um lugar que a gente tinha vários casos de assalto e tal, e a gente o transformou com arte num local que hoje em dia é super turístico, que as pessoas passam, tiram fotos. Então, assim, a arte mostrou o quanto você pode, a arte e o urbanismo, né, mostraram o quanto você pode mudar um lugar [...] então, basicamente foi a união, assim, da comunidade, que fez acontecer, né, o Carlitos e a Renata, foram atrás de tudo, né, então, eles foram atrás dos artistas, da curadoria, de como como seria, como seria as artes, é vários artistas locais aqui de Maresias participaram e pintaram também. É, mas foi uma grande união, assim, da comunidade que acabou surgindo o beco (NIUARA em entrevista a autora, 2021).

Essa afirmação da entrevistada sobre a transformação do local auxiliou para que o lugar pudesse ser visto sem aquela sensação de insegurança e contribui para com a primeira impressão a que se tinha no início dessa pesquisa e que foi confirmada a partir da visão de mudança, em que a revitalização e arte salvam locais degradados e trazem bem estar a comunidade local.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar a revitalização do Beco da Mulher Maravilha por meio da arte do graffiti e definir se essa arte pode ser considerada uma nova estratégia para o desenvolvimento da atividade turística e assim ser convertida como um novo atrativo turístico. Primeiramente foi feito um levantamento sobre o conceito de espaços públicos e espaços públicos urbanos, revitalização e o graffiti. Concluindo-se que os espaços públicos urbanos são os principais locais onde se formam a imagem da cidade, uma vez que as pessoas transitam sobre ele e o mesmo pode ser utilizado para produção de memória e manifestações culturais. Sendo um importante elemento para o turismo urbano, já que essa atividade se utiliza os espaços para seu desenvolvimento. Desta forma com a utilização dos espaços públicos e o envelhecimento do local com o passar do tempo o espaço vai se degradando e assim deixando de ser frequentado, tornando-se muitas vezes perigoso. Assim, a revitalização se torna uma estratégia para a reutilização desse ambiente, pois ela consiste em transformar o local antigo e degradado em um novo espaço para a utilização.

Desse modo, optou-se por entender como a arte do graffiti ajuda na revitalização dos espaços públicos, para isso foram utilizados alguns autores como Januzzi e Razente (2007), Gitahy (1999), Caixado (2017) entre outros. O graffiti foi uma arte que no começo sofreu muito preconceito, já que sua origem surgiu nas periferias e consistia em uma arte muito crítica e de cunho político, foi muito associado ao vandalismo e proibido no Brasil durante a década de 90. Mas com o passar dos anos, o graffiti foi tomando cada vez mais espaços e sendo reconhecido como uma obra de arte, assim se tornando um movimento legal e sendo reconhecido até em galerias de artes.

A elaboração do presente trabalho possibilitou a análise acerca da situação atual do Beco da Mulher Maravilha, assim como do entorno da área, desse modo o Beco é a escolha dos turistas e moradores que buscam por um ambiente de fácil acesso, que tenha um contato mais próximo com a arte. Oferecendo uma experiência cultural na qual não podemos deixar de destacar que a beleza da paisagem proporcionada pela galeria a céu aberto através de seus grafites são o ponto chave na influência da sua procura, e estimula a sensação de liberdade e a reflexão sobre os valores pessoais e sociais.

Além de sua infraestrutura, ele possibilita acesso igualitário a toda a comunidade, com um espaço de entretenimento, para passeios em grupo, possibilitando a visão de uma Maresias não focada somente em atividades ecoturísticas.

Desse modo, os muros graffitados transcrevem uma representação da identidade do local, por meio de desenhos feitos por crianças e as características que fazem lembrar a comunidade, como pranchas de surf, barcos, caiaças, indígenas, a fauna e flora, música e até mesmo celebridades.

Foram observadas e levantadas através das visitas, registros fotográficos do espaço e a demanda dos usuários, encontrando acessibilidade através das placas de sinalização muito bem distribuídas no entorno, dando fácil acesso não somente a praia, mas também aos principais restaurantes e bares, sendo um local mais que adequado para atividades diversas.

Do exposto conclui-se que a revitalização dos espaços públicos por meio do graffiti pode sim se tornar um novo atrativo turístico para a região, visto as questões que foram discutidas, se tornando assim uma estratégia eficaz para combater a marginalização do local e dispor da satisfação e do bem estar da comunidade local e dos turistas que ali passam.

REFERÊNCIAS

- ACSELRAD, Henri. Cidade-espaço público? A economia política do consumismo nas e das cidades. **Revista da Universidade Federal de Minas Gerais**, v. 20, n. 1, p. 234-247, 2013.
- ALOMÁ, Patricia Rodriguez (2013) – O espaço público, esse protagonista da cidade.
- BARBOSA, Maria Luísa Torres Meneses. Espaço público urbano, em constante transformação-Um estudo sobre os discursos teóricos e a prática do espaço público contemporâneo. 2014.
- BONAMETTI, João Henrique. Paisagem urbana bases conceituais e históricas. *Revista Terra & Cultura Cadernos de Ensino e Pesquisa*, v. 20, n. 38, p. 107-123, 2020.
- BORJA, Jordi; CASTELLS, Manuel. La ciudad multicultural. **Laberintos urbanos en América Latina**, p. 35-56, 2000.
- BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Edusc, 2002.
- BRASIL. Lei nº12.408, de 25 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. Presidência da República. Congresso Nacional. Brasília, DF. 11 de maio 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12408.htm . Acesso em: 08/07/2020.
- CAEIRO, Mário (2014) – Arte na cidade – história contemporânea. 1.a ed. Lisboa: Círculo de Leitores. ISSN 978-989-644-286-8.
- Caixado, M. Q. (2017). Arte urbana: estratégias de revitalização dos espaços públicos degradados. Dissertação de Mestrado, Universidade Lusíada, Lisboa, Portugal.
- CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos et al. Turismo urbano. **São Paulo: Contexto**, v. 2, 2000.
- Correa 2004 (O espaço urbano. 4.ed. São Paulo: Ática, 2004)
- CRUZ, Dayse Martins; COSTA, Maria Tereza. Grafite e pichação – Que comunicação é esta?. *LINHAS, Florianópolis*, v. 9, n. 2, p. 95-112, 2008.
- CRUZ, R. de C. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2001.)
- DE ABREU BHERING, Iracema Generoso et al. O urbanismo e a paisagem desejada. 2019.
- DE ARAUJO, Adriana GONÇALVES; CHIACHIRI, Roberto. O olhar do grafite como arte, mídia e inserção social: Análise Semiótica1. 2017.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo, SP: Atlas, 2002.

GITAHY, Celso. **O que é graffiti**. Brasiliense, 1999

HAYLLAR, Bruce. Turismo em cidades: espaços urbanos, lugares turísticos. Elsevier Brasil, 2011.

HAYLLAR, Bruce; GRIFFIN, Tony; EDWARDS, Debora. Turismo em áreas urbanas: compreendendo o campo de estudo. In: HAYLLAR, Bruce. et. al. Turismo em cidades: espaços urbanos, lugares turísticos. Tradução Ana Paula Spolon e Jorge Camargo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

INDOVINA, F. (2002). O Espaço Público: Tópicos sobre a sua Mudança. Revista Cidades, Comunidades e Territórios, 5, dezembro, 119-123, CET – ISCTE, Lisboa.

JANUZZI, D. C. R.; RAZENTE, N. Intervenções urbanas em áreas deterioradas. Semina: Ciências Sociais e Humanas, v. 28, n. 2, p. 147-154, 2007.

KOZAR, Vanderléia - O USO DO GRAFFITI PELA ATIVIDADE TURÍSTICA, 2016

LEAL, A. L. P. Um Olhar sobre a cena do graffiti no Rio de Janeiro. 2009. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Antropologia) Universidade Federal Fluminense – UFF/PROPPI, Niterói, 2009.

LYNCH, Kevin; AFONSO, Maria Cristina Tavares. **A imagem da cidade**. 1997.

MOURA, Dulce et al. A revitalização urbana: contributos para a definição de um conceito operativo. **Cidades, Comunidades e Territórios**, n. 12-13, 2006.

OLIVEIRA, Ana; GUERRA, Paula. Espaços urbanos entre a cultura, a imagem e a intervenção Uma reflexão a partir de três intervenções na cidade do Porto. CIDADES, Comunidades e Territórios, n. 32, p. 118-131, 2016.

Pereira 2002 (PEREIRA, C. V. Mobiliário urbano: abordagem e reflexão. Dissertação. (Mestrado em Design Urbano) – Universidade de Barcelona, Barcelona, 2002.)

RINK, Anita; METTRAU, Marsyl Bulkool. Grafitagem: Resistência e criação. **Revista Tamoios**, v. 6, n. 1, p. 76-91, 2010.

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, Nathália Paschoalique ; RIBEIRO, R. M. . Espaços Públicos de Lazer: A qualidade do espaço para a cidade e para o turismo. In: Encuentro De Geografos de America Latina, 2015, Havana. Memórias: Por una America Latina Unida y Sustentable. Havana, 2015. v. 1. p. 182-196.

SANTOS, M. A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: EDUSP, 2006

SOUZA, Thiago Alves de. Mobiliário urbano como elemento de produção e transformação do espaço urbano público e turístico em Curitiba (Pr-Brasil) e Montreal (Qc-Canadá). 2013.

TARTAGLIA, Leandro RS. A paisagem e o grafite na cidade do Rio de Janeiro. Revista

TEDESCO, Niuara. [Mar.2021]. Entrevistadora: Maria Carolina P.S. San Martin. Virtual, 2021. 1 arquivo.mp3 (3m50s)

do Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, n. 7, p. 191-202, 2013.

XAVIER, H. A Percepção Geográfica do Turismo. São Paulo: Aleph, 2007)

YÁZIGI, E. A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano. São Paulo: Contexto, 2001.)