

Arte urbana e valorização patrimonial. A cidade de Lisboa como estudo de caso.

Débora de Freitas Baungartner

Trabalho de Projeto de Mestrado em Património

Agosto de 2020

Trabalho de Projeto apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Património pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Carlos Vargas.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pela força e amparo que encontrei nos momentos mais difíceis, principalmente durante o período de quarentena quando as preocupações causadas pela pandemia se misturavam com as preocupações em relação à escrita da dissertação.

Agradeço aos meus pais Sergio e Susy, por lutarem desde o começo pela minha educação, por me apoiarem na decisão de me mudar para Portugal e por serem os maiores responsáveis pela minha dedicação em terminar o presente trabalho.

Agradeço ao meu irmão Flávio pelo companheirismo e apoio, às minhas avós Umbelina e Dirce, sempre preocupadas com meu bem-estar e aos meus avôs Nadir e Álvaro, que mesmo não os tendo mais fisicamente presentes, são ainda exemplos que guiam minhas escolhas.

Agradeço à família ‘postiça’ que encontrei em Portugal, aqueles com quem dividi não só a casa, mas também angústias e sorrisos: Ivie, Flávia, Lívia, Vítor, Beatriz, Guilherme, Ana Carolina, Emmett, Henrique, Nayara, Rosires, Rebeca.

Agradeço a todos os meus colegas de trabalho da Boost Portugal, aonde eu passava a maior parte do meu dia durante todos os meses em que estive a escrever a dissertação, e que apesar da jornada dupla entre trabalho e faculdade ser cansativa, não havia dúvidas de que estava a fazer a escolha certa. Agradeço especialmente às amigas portuguesas que me deram força nesse período no Escape Hunt, minha segunda casa em Portugal: Joana, Rita, Tânia e Daniela.

Agradeço aos meus professores Paula Ochôa, António Camões Gouveia e Carlos Vargas que com sabedoria e dedicação ministraram as aulas que engrandeceram a minha vida acadêmica e traçaram o caminho do profissionalismo.

Agradeço a todos os meus colegas de Mestrado em Património que além de trazerem a riqueza da troca de informações sobre a área, tornaram o dia-a-dia em sala de aula mais agradáveis. Agradecimento especial em nome de Wanessa e Suzane, pelas palavras de incentivo trocadas de tempos em tempos com o objetivo de motivação mútua para a conclusão desse trabalho de projeto.

Agradeço novamente àquele que foi meu orientador: Carlos Vargas, pela seriedade e disciplina com que conduziu meu trabalho, pela paciência durante o decorrer do processo, pelos ensinamentos e recomendações que levarei para a vida acadêmica.

Agradeço aos meus entrevistados: Hugo Cardoso, André Martins, Nuno Lopes e Pedro Farinha, por cederem seu tempo e histórias, e por contribuírem para este trabalho com relatos valiosos de suas experiências de vida.

RESUMO

O presente trabalho tem como tema a arte urbana presente na cidade de Lisboa, analisada sob uma perspetiva específica: a perspetiva turística. Dentro das discussões que envolvem a arte urbana e principalmente os *graffiti*, a pesquisa pretende mostrar como atualmente os valores patrimoniais permeiam as intervenções artísticas nas ruas e como o turismo pode contribuir para essa visão mais receptiva.

Com base em pesquisa bibliográfica, material midiático e entrevistas de representantes de ambas as áreas, falaremos da relação entre a arte urbana e o turismo na cidade de Lisboa nos dias de hoje. A primeira parte da pesquisa baseamo-nos em conceitos atrelados ao espaço público e ao património, assim como buscamos compreender o surgimento do movimento de arte urbana ao redor do mundo e, principalmente, em Lisboa. Na segunda parte procuramos entender se o englobamento turístico ao redor da arte urbana traz mais visibilidade para as obras, se as relações sociais são afetadas por essa articulação entre o sector turístico e arte mural de rua, e como a efemeridade é vista pelos próprios agentes participativos.

Palavras-chave: arte urbana, *graffiti*, património, turismo, cidade criativa, Lisboa.

ABSTRACT

The main theme presented by this essay is urban art in the city of Lisbon, analyzed from a specific perspective: the tourist perspective. Considering discussions about urban art and mainly *graffiti*, this research intends to show how heritage values currently permeate artistic interventions on the streets and how tourism can help it to have a better receptivity.

The current research resorted to bibliographic research in repositories, databases, and newspapers. We also collected testimonials from these areas' representatives through interviews to report about the relationship between urban art and tourism in Lisbon city nowadays. The first part of the research is based on concepts linked to public space and heritage, as well as we seek to understand the emergence and movement of urban art around the world and, mainly, in Lisbon. On the second part, we seek to understand whether the tourist encompassing around urban art brings more visibility to the pieces of art, whether social relations are affected by this joint between the tourist sector and mural street art, and how ephemerality is seen by the participatory agents themselves.

Keywords: urban art, *graffiti*, heritage, tourism, creative cities, Lisbon.

ÍNDICE	
AGRADECIMENTOS	3
RESUMO	4
ABSTRACT	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS	9
INTRODUÇÃO	10
METODOLOGIA	13
A importância das entrevistas	14
CAPÍTULO 1 – CIDADES CONTEMPORÂNEAS	16
1.1 Espaços urbanos	16
1.2 Diversidade na cidade	18
1.3 Território	20
1.4 Identidade e Cultura	22
1.5 Cidades Criativas	26
1.6 Turismo	29
CAPÍTULO 2 – ARTE URBANA E PATRIMÓNIO	34
2.1 Arte Urbana	34
2.2 Património	42
2.2.1 Valores patrimoniais	45
2.2.2 Memória e patrimonialização	49
2.3 Musealização e a Atividade Turística	51
CAPÍTULO 3 – A CIDADE DE LISBOA COMO ESTUDO DE CASO	58
3.1 Visibilidade	66
3.2 Contexto Social	69
3.3 Efemeridade e Salvaguarda	73
3.4 Arte urbana como atrativo turístico	77
CONSIDERAÇÕES FINAIS	88
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
ANEXO I – Imagens	104
ANEXO II - Entrevista Hugo da Nóbrega Cardoso (Galeria de Arte Urbana)	119
ANEXO III - Entrevista André Oliveira Martins (Discover Lisbon)	132
ANEXO IV - Entrevista Nuno Seabra Lopes (Zest Books)	148
ANEXO V – Entrevista Pedro Farinha (Estrela D’Alva Tours)	158

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Obra encontrada na Avenida Fontes Pereira de Melo, Lisboa. Projeto Crono, artista Os Gémeos, 2010.	104
Figura 2 - Obra antigamente encontrada na Avenida da Liberdade, Lisboa. Projeto Reciclar o Olhar, artista Travis, 2011.	104
Figura 3 - Obra antigamente encontrada na Rua Professor Francisco Gentil, Lisboa. Projeto Reciclar o Olhar, artista Edis One, 2012.	105
Figura 4 - Obra encontrada na Rua das Murtas, Lisboa. Projeto Rostos do Muro Azul, artista Smile, 2014. 1.	105
Figura 5 - Obra encontrada na Rua das Murtas, Lisboa. Projeto Rostos do Muro Azul, artista Sphiza, 2013.	106
Figura 6 - Obra antigamente encontrada na Rua Josefa de Óbidos, Lisboa. Projeto Passeio Literário da Graça, artista Violant, 2014.	106
Figura 7 - Obra encontrada na Rua da Senhora da Glória, Lisboa. Projeto Underdogs, artistas Shepard Fairey e Vhils, s/d.	107
Figura 8 - Obra encontrada na Rua Natália Correia, Lisboa. Projeto Underdogs, artista Shepard Fairey, 2017.	107
Figura 9 - Obra encontrada na Rua Professor Sedas Nunes, Lisboa. Projeto MURO 2016, artista Aka Corleone, 2016. 1.	108
Figura 10 - Obra encontrada na Rua Alberto José Pessoa, Lisboa. Projeto MURO 2017, artista Kruella d'Enfer, 2017. 1.	108
Figura 11 - Obra encontrada no Parque de estacionamento do Chão de Loureiro, Lisboa. Projeto Às 5 no Mercado, artista Miguel Januário, 2014. 1.	109
Figura 12 - Obra encontrada na Rua de Entrecampos, Lisboa. Artista Vanessa Teodoro, 2019.	109
Figura 13 - Obra encontrada na Rua Professor Sedas Nunes, Lisboa. Projeto MURO 2016, artista Borondo, 2016.	110
Figura 14 - Obra encontrada na Rua Chianca de Garcia, Lisboa. Projeto MURO 2017, artista MAR/RAM, 2017.	110
Figura 15 - Obra encontrada na Rua Alberto José Pessoa, Lisboa. Projeto MURO 2017, artista Eduardo Kobra, 2017.	111
Figura 16 - Obra encontrada na Avenida David Mourão-Ferreira, Lisboa. Projeto MURO 2019, artista João Samina, 2019.	111
Figura 17 - Obra encontrada na Rua Luís Pastor de Macedo, Lisboa. Projeto Lisbon Week 2017, artista Felipe Pantone, 2017.	112
Figura 18 - Obra encontrada na Avenida Infante Dom Henrique, Lisboa. Artista Bordalo II, s/d.	112
Figura 19 - Obra encontrada na Praça do Império, Lisboa. Artista Bordalo II, 2015.	113
Figura 20 - Obra encontrada nas Escadinhas de São Cristóvão, Lisboa. Projeto Escadinhas de São Cristóvão, artistas: Hugo Makarov, Mario Belém, Nuno Saraiva, Pedro Soares Neves, União Artística do Trancão, Vanessa Teodoro, 2012.	113
Figura 21 - Obra antigamente encontrada no Jardim do Tabaco, Lisboa. Projeto Underdogs, artistas: PixelPancho e Vhils, 2013.	114
Figura 22 - Obra encontrada na Rua de São Tomé, Lisboa. Projeto Underdogs, artista Vhils, 2015.	114
Figura 23 - Obra encontrada dentro do Teatro Dona Maria II, Lisboa. Projeto Memória, artista Vhils, 2014.	115
Figura 24 - Obra antigamente encontrada na Calçada da Glória, Lisboa. Projeto Venham mais Sete!, artista maisoumenos, 2014.	115

Figura 25 - Obra encontrada na Avenida de Berna, Lisboa. Projeto Underdogs, artistas: Add Fuel, DRAW, MAR, Miguel Januário, 2014.	116
Figura 26 - Obra encontrada na Rua do Rio Mondego, Lisboa. Projeto MURO 2016, artista Add Fuel, 2016.....	116
Figura 27 - Obra encontrada na Rua das Murtas, Lisboa. Projeto Rostos do Muro Azul, artistas: Add Fuel e EIME, 2013. 1	117
Figura 28 - Idosos participantes do Projeto lata 65 em ação.	117
Figura 29 - Idosa a pintar muro durante ação do Projeto lata 65.	118
Figura 30 - Obra encontrada junto ao Jardim Botto Machado, Lisboa. Artista André Saraiva ou Mr.A, 2016.	118

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

BIP-ZIP – Bairros e Zonas de Intervenção Prioritária de Lisboa

CML – Câmara Municipal de Lisboa

CIIC – Comité Científico Internacional dos Itinerários Culturais

COVID-19 – Doença causada pelo coronavírus SARS-COV2

DGPC – Direção Geral do Património Cultural

EGEAC – Empresa Municipal de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural

GAU – Galeria de Arte Urbana

ICOM – International Council of Museums

ICOMOS – International Council of Monuments and Sites

IPPC – Instituto Português do Património Cultural

IPHAN – Instituto do Património Histórico e Artístico Nacional

MUDE – Museu do Design e da Moda

OMS – Organização Mundial de Saúde

OMT – Organização Mundial de Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas

UE – União Europeia

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

VSP – Visual Street Performance

WTA - World Travel Awards

INTRODUÇÃO

A relação entre arte urbana e património pode ser vista de maneira controversa ou complementar, dependendo do ponto de vista. Antigamente, a arte urbana era considerada um ato de depredação ao património construído, mas isso tem mudado ao longo dos anos. O turismo também sofre da mesma dicotomia, pois apesar de produzir grande visibilidade para os atrativos de uma cidade, também é acusado de depredação ao património quando há turismo de massa e maus hábitos de preservação dos turistas presentes.

Sendo assim, o presente trabalho que será apresentado para obtenção do título de Mestre em Património, pretende mostrar como a arte urbana tem sofrido uma mudança de conceção, e como o turismo pode caracterizar um meio de propagação dos valores patrimoniais dessa arte urbana. Conseguimos assim mostrar que ambas as áreas, se bem executadas, podem trazer benefícios ao património.

O património, remete em grande parte à monumentos e edifícios históricos que pretendem ser perpetuados por gerações e pela sua singularidade tornam-se atrativos turísticos. O turismo pode atuar como meio de propagação desses elementos selecionados, mas nesta pesquisa colocaremos em debate um elemento patrimonial específico, diferente de elementos tradicionais como os edifícios históricos e monumentos. Apesar da visão patrimonial ter sido renovada com o passar dos anos, e expandida por exemplo, para outros saberes e costumes considerados património imaterial, ainda não é comum analisar os *graffiti* como obra de arte e elemento patrimonial digno de permanência como um referencial intergeracional.

Ou seja, agora tentaremos contribuir para que a mudança desse paradigma não seja tida com estranheza pela sociedade no futuro próximo. Dentro desse trabalho vamos definir conceitos, relatar uma breve história dos *graffiti*, contextualizar o turismo e analisar a relação dessas vertentes dentro da cidade de Lisboa.

Ao mesmo tempo que o turismo crescia em grande escala, Lisboa afirmava-se como uma capital de referência na arte urbana. Empresas de turismo receptivo criavam diferentes tours, mas na maioria em volta de atrativos turísticos históricos e emblemáticos. Enquanto isso, artistas portugueses estavam a sair para grafitar ao redor do mundo, ao mesmo tempo que artistas internacionais vinham para Lisboa deixar sua

marca. A cidade de Lisboa começou a ser vista como uma galeria à céu aberto, com pinturas em murais que impressionavam quem aqui visitava. Com a crescente procura aos murais lisboetas, e com a diversificação do perfil do turista que vinha à Lisboa, começou a fazer sentido a criação de rotas turísticas que continham a arte urbana como principal atrativo. Analisando essas duas áreas que cresciam paralelamente, foi possível aliar as duas potências. Empresas que trabalhavam (ou que já eram amantes) com sector turístico, ou com a arte urbana, abraçaram a outra vertente para conceberem produtos turísticos de arte urbana.

O objetivo dessa pesquisa é entender se a aliança entre a arte urbana e o turismo é capaz de demonstrar mais claramente o valor patrimonial que a arte urbana possui. Partindo dessa perspectiva, o turismo seria uma espécie de ferramenta capaz de refinar a visão da sociedade perante os *graffiti*. Podemos também pensar que por outro lado, foi a arte urbana responsável pela diversificação do perfil turístico das rotas e também responsável por uma maior demanda pelo turismo alternativo em Lisboa, ou seja: ampliação de oferta.

Para que possamos então compreender as premissas aqui expostas, vamos no primeiro capítulo analisar o significado de cidades e espaços urbanos. É no espaço público onde os dois elementos mais importantes dessa pesquisa acontecem: a arte urbana e o turismo. Para que possamos então entender o contexto que os cerca, falaremos de conceitos como diversidade, território, identidade, cultura, cidades criativas.

No segundo capítulo iniciaremos a contextualização da arte urbana relatando uma breve história do surgimento dessa vertente artística, como ela foi designada nos primórdios das manifestações e como depois tomou forma maiores proporções, em âmbito global. No mesmo capítulo falaremos do conceito de património, tema principal do Mestrado ao qual essa dissertação é apresentada e conceito pertinente para que a valorização da arte urbana possa acontecer e escalar com a atividade turística. O conceito de musealização também é discutido visto que as obras de arte feitas em *graffiti* estão espalhadas à céu aberto e assim como a visão tradicional de património, a visão de museu também sofre adaptações e abrange novos conceitos.

Finalmente no terceiro capítulo associamos a cidade de Lisboa como estudo de caso para corroborar ou refutar todos esses conceitos e desdobramentos da junção da arte urbana com o turismo. Analisamos as entrevistas realizadas, juntamente com referências

bibliográficas e material de mídia, para concluirmos qual a relação entre essas duas áreas. Como elas se complementam, o que elas podem ganhar com a combinação, se é benéfico para ambos os lados e como tirar proveito da propriedade patrimonial nessa cooperação. Dentro dos principais temas abordados, destacamos a visibilidade da arte urbana e como o turismo faria o papel da divulgação dessas intervenções; destacamos as relações humanas, tanto as que acontecem durante a atividade turística, quanto as relações sociais presentes ao redor da arte de rua; destacamos a salvaguarda e efemeridade, pois a rápida mudança trata-se de uma característica de obras *graffiti*. Por fim, analisamos o cariz turístico como mola propulsora do reconhecimento do valor patrimonial contido nessa vertente artística.

A capitalização das obras de arte urbana espalhadas pela cidade em produtos turísticos mostra em parte a importância dessa aliança, porém ainda é um assunto pouco explorado academicamente, visto que o crescimento de Lisboa nas duas esferas aconteceu maioritariamente nos últimos cinco anos. Vamos por isso analisar diversos aspetos que margeiam ambas as temáticas para entender o funcionamento dessa fusão.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada levou em consideração o conhecimento e experiência dos trabalhadores, artistas, empresários no ramo da arte urbana e do turismo. Através de entrevistas abertas com personagens do eixo turismo-arte urbana que existe em Lisboa, e de pesquisas bibliográficas sobre a temática em suas influências e desdobramentos, tornou-se possível colher informações para analisar a relação que existe entre a manifestação artística, a sociedade lisboeta, a entidade governamental e os turistas.

Como conceito de metodologia, pode-se dizer que consiste no conjunto de regras e métodos estabelecidos para a confecção de um projeto de pesquisa. A pesquisa é desenvolvida através de um método científico, o qual é escolhido pelo pesquisador de acordo com o trabalho por ele elaborado. O projeto inicia-se a partir da decisão de um tema, um objeto de pesquisa e posteriormente um método para a aplicação desse tema no contexto escolhido.

Para a definição da metodologia, é necessário levar em conta o debate entre qualitativo e quantitativo, para que haja uma decisão entre conceituar sua pesquisa através de dados tabulados ou de dados analisados. Segundo Hartmut Günther,

Uma distinção mais acentuada entre a pesquisa qualitativa e a pesquisa quantitativa diz respeito à interação dinâmica entre o pesquisador e o objeto de estudo. No caso da pesquisa quantitativa, dificilmente se escuta o participante após a coleta de dados. Uma inclusão de acontecimentos e conhecimentos cotidianos na interpretação de dados depende, no caso da pesquisa quantitativa, da audiência e do meio de divulgação. Ao mesmo tempo em que um nível maior de abstração pode impedir a inclusão do cotidiano, qualquer passo na direção de uma aplicação de resultados necessariamente inclui o dia-a-dia. O mesmo se aplica para a questão do contexto. A reflexão contínua, obviamente, não é específica da pesquisa qualitativa; deve acontecer em qualquer pesquisa científica. (Günther, 2006)

Apesar dessa diferenciação, na hora da escolha do método de aplicação de questionários, estudo de campo, etnografia, os dois termos podem estar associados quando a pesquisa avalia dados de ambos os tipos. Por isso, Marli André afirma:

Eu reservaria os termos qualitativos e quantitativos para diferenciar técnicas de coleta ou tipos de dados obtidos e utilizaria denominações mais precisas para determinar o tipo de pesquisa desenvolvida (...). (André, 1991)

Para a presente pesquisa, optou-se pela coleta de dados qualitativos, levando em consideração os relatos dos entrevistados, pois estes têm participação ativa em relação ao

objeto de pesquisa. Por ser uma manifestação artística, a qual algumas pessoas apenas apreciam e outras envolvem-se profundamente, somente a análise quantitativa não seria suficiente: traria números, mas não os posicionamentos e opiniões perante tal movimento.

Para que tal objetivo metodológico fosse alcançado, utilizou-se o método estudo de caso através de entrevistas abertas, pelo qual é possível recolher histórias, relações e opiniões, tanto antigas quanto atuais da sociedade participativa da arte urbana e do turismo. Entretanto, outros meios de pesquisa também foram utilizados no presente estudo, para complemento e aprofundamento do tema: pesquisa bibliográfica a partir de livros, revistas, artigos, trabalhos de projeto, websites oficiais; análise de material de mídia como vídeos, jornais, revistas, blogs que fazem referência à arte urbana, observação empírica e fotografia. Com todos esses métodos juntos, a arte urbana, suas influências e aplicações puderam ser recordadas e agregadas à história, para posteriormente sofrerem novas evoluções e continuarem a traçar o legado do movimento na cidade de Lisboa.

A importância das entrevistas

O presente trabalho visa obter resultados também a partir da experiência e das impressões dos representantes ativos da arte urbana e do turismo. Para este tipo de análise, foram coletados depoimentos através de entrevistas semiestruturadas.

Importante ressaltar que as entrevistas foram realizadas durante o estado de emergência em Portugal, decretado por causa da pandemia do COVID-19¹, acontecimento que influenciou rápida e diretamente o sector turístico devido à recomendação de distanciamento social e consequente cessação das atividades. Pelo mesmo motivo, as entrevistas foram todas realizadas on-line, através da aplicação Zoom.²

Contribuíram para essa pesquisa quatro (4) pessoas que atuam diretamente na área da arte urbana e/ou do turismo em Lisboa, cada qual com uma vertente mais experiente.

1- André Oliveira Martins, sócio-fundador da empresa Discover Lisbon.

Empresa do ramo turístico que teve seu início através do público mais jovem:

¹ Pandemia COVID-19: COVID-19 é o nome atribuído à doença provocada pelo coronavírus SARS-COV-2, que pode causar infeção respiratória grave como a pneumonia. Este vírus foi identificado pela primeira vez em humanos, no final de 2019, na cidade chinesa de Wuhan, tendo sido confirmados casos pelo mundo todo e declarada pandemia, pela Organização Mundial da Saúde, dia 11 de Março de 2020. Fonte: Direção Geral da Saúde - <https://covid19.min-saude.pt/>

² A permissão para que todas as entrevistas fossem gravadas foi solicitada assim que a sala para a conversa era iniciada. Questionávamos o entrevistado se obtínhamos permissão para o fazer, e assim que nos era concedida, iniciava-se a gravação por áudio através da própria aplicação.

Erasmus, *backpackers* e hóspedes de *hostel* que atualmente operacionaliza o tour *STREET ART TOUR* feito a pé, com o intuito de apresentar os murais *graffiti* pelos bairros Rossio, Baixa-Chiado e Mouraria.

- 2- Pedro Farinha, sócio-fundador da empresa Estrela D'Alva Tours. Empresa do ramo turístico que foca em um atendimento mais exclusivo, oferecendo tours privadas. Atualmente operacionaliza o *THE REAL LISBON STREET ART TOUR* feito em carrinha personalizada com o intuito de apresentar os murais *graffiti* por diferentes zonas de Lisboa.
- 3- Nuno Seabra Lopes, fundador da editora Zest Books. Empresa do ramo de edição que publicou dois (2) volumes do *STREET ART LISBON*, livro que apresenta diversas fotografias dos murais *graffiti* espalhados pela cidade e oferece um mapa para auxiliar o leitor a se tornar um turista, guia do seu próprio roteiro.
- 4- Hugo da Nóbrega Cardoso, funcionário da Galeria de Arte Urbana há três anos. Entidade governamental fundada pela Câmara de Lisboa, através do Departamento de Património Cultural, com o intuito de institucionalizar a arte mural de rua.

Além das entrevistas acima, também houve tentativa em realizar uma entrevista com funcionário ou artista associados à plataforma Underdogs, uma instituição voltada para a divulgação da manifestação artística urbana, através de parcerias entre agentes culturais e criativos (Miranda, 2015). O objetivo era coletar informações referente ao roteiro turístico de arte pública criado pela plataforma, entretanto não foi possível conciliar um horário para que a entrevista fosse concedida visto que estavam todos em vias do lançamento do projeto de exposição e curadoria on-line 'Right Now'.

CAPÍTULO 1 – CIDADES CONTEMPORÂNEAS

1.1 Espaços urbanos

Iniciamos o presente trabalho abordando a temática do espaço urbano por este tratar-se do principal cenário onde a arte urbana, e principalmente o movimento *graffiti*³ acontece. Espaço é a categoria que congrega todas as outras categorias, pois as outras denominações como paisagem, território, lugar, não-lugar, região, são formas de ver o espaço.

As categorias fundamentais do conhecimento geográfico são, entre outras: espaço, lugar, área, região, território, habitat, paisagem e população, que definem o objeto da geografia em seu relacionamento. [...] De todas, a mais geral – e que inclui as outras é o espaço. (Silva citado por Felix & Lemes, 2014)

Devido a essa pluralidade do modo de ver o espaço, há diversas definições para o mesmo conceito. O espaço geográfico consiste no espaço delimitado pelas fronteiras existentes em um mapa. O espaço urbano depende do ponto de vista, do interlocutor, dos atores sociais, do período no qual o estudo está inserido e o propósito da pesquisa. De acordo com Milton Santos (1996), há fixos e fluxos que formam o espaço urbano. O que forma o espaço urbano são justamente as coisas fixas e os fluxos que transitam entre as coisas fixas.

Os fixos são aquilo que permitem o fluxo. Ou seja, os fixos são os próprios instrumentos de trabalho, os objetos que são necessários para que haja uma movimentação. Já os fluxos são o próprio movimento, a circulação, a interação que se dá entre os objetos; entre os fixos.

Segundo Milton Santos (2004/1986), espaço pode ser definido a partir da forma, função, estrutura e processo. Uma frase muito difundida do autor supracitado engloba esta concepção: “a paisagem é o resultado de uma acumulação de tempos”, ou seja, testemunho de formas passadas que persistiram ou não, formas que mudaram de função em razão do processo.

Os movimentos da totalidade social modificando as relações entre os componentes da sociedade, alteram os processos, incitam a novas funções. (M. Santos, 2004/1986).

³ *Grffiti*: palavra de origem italiana que designa a técnica utilizada em arte urbana com o uso da lata de spray. Será abordado mais detalhadamente no decorrer do trabalho.

Um pouco mais recentemente, o próprio Milton Santos (1997) fez outra análise do espaço considerando a sua relação com a paisagem: “O espaço é igual à paisagem mais a vida nela existente; é a sociedade encaixada na paisagem.” (M. Santos, 1997). A partir dessa concepção, pode-se dizer que o espaço é o conjunto do local em si, dito físico, com as ações e mudanças que nele acontecem.

A partir da modernização dos espaços urbanos, e da crescente necessidade de adequação, surge dentro dos municípios o conceito de modernidade líquida⁴, o qual designa a inovação e a versatilidade que são capazes de dar um novo funcionamento às cidades. Considerando que os processos e funções estão em corrente transformação e progressão, torna-se imprescindível a adaptação dos espaços urbanos para a sociedade contemporânea, surgindo assim a valorização da cultura e o conceito de cidades criativas, sobre o qual falaremos mais à frente.

A passagem do século XIX para o XX e a época que precedeu a I Guerra Mundial foram marcadas pela ambivalência de um continente europeu que simultaneamente abraçava a temia as novidades que começavam a alterar os estilos de vida vigentes. (...) Em razão do crescimento populacional, da forte migração e da industrialização, tornou-se necessário reorganizar os ambientes, o que ocorreu através de intensos processos de urbanização das cidades, calcados em princípios de racionalismo, de progresso linear e de padronização dos espaços. (Seldin, 2017)

Cidade pode ser definida como “grande aglomeração de pessoas em uma área geográfica circunscrita, com inúmeras edificações, que desenvolve atividades sociais, econômicas, industriais, comerciais, culturais, administrativas etc.; urbe” (Michaelis, sf).

Considerando meramente o espaço físico, a cidade possui centro e periferia. Geograficamente falando, o centro é todo o espaço que está localizado no ‘coração’ da cidade; enquanto a periferia abrange seu entorno. O conceito geográfico não sofre alteração com a mudança de valores, ele mantém a mesma delimitação, mesmo que em outras proporções. Ou seja, caso a cidade sofra expansão e o centro torne-se maior, acontece o mesmo com a área periférica e ambas continuam existindo da mesma maneira.

Contudo, para além do conceito geográfico, há em voga a discussão da importância econômica de centro e periferia dentro das cidades. Pedro Costa (2000)

⁴ Modernidade líquida: metáfora adotada por Zygmunt Bauman a rápida mobilidade da sociedade em relação ao espaço e tempo. Assim como a forma líquida, a sociedade possui ‘fluidez’ capaz de se adaptar à diferentes realidades, com o avanço da mesma. (Seldin, 2017)

discorre em seu texto sobre como cada vez mais as atividades culturais, já vistas como atividades marginalizadas, têm tomado um papel importante no consumo de bens e serviços no cenário central e estão a adquirir crescente importância “gerando trocas, riquezas, emprego, ocupação lúdica, qualidade de vida e bem-estar.” Ou seja, as atividades culturais passaram a ocupar um local decisivo na indústria capaz de desenvolver e garantir competitividade econômica. Tais atividades passaram das margens para o centro a partir do momento em que, se tornaram centro da produção e do consumo nos espaços públicos. (Costa, 2000)

Os *graffiti* localizavam-se maioritariamente nas áreas periféricas da cidade, por ser uma arte de rua antes vista como agressão ao património. Contudo, com o passar dos anos, houve uma inversão de paradigmas e as pinturas encontradas nos murais espalhados pelas ruas começaram a ressignificar valores para o espaço no qual estavam inseridos, não sendo mais exclusividade das áreas periféricas. Atualmente vemos *graffiti* que foram já elaborados na área central, fazendo com que outras pessoas presenciassem o trabalho e acrescentando valor cultural para o movimento *graffiti* e para a própria cidade.

Mas a cidade não é meramente um espaço físico, ela também é um local onde a sociedade e os acontecimentos, as estruturas e os meios, podem ser analisados de diferentes pontos de vista.

Uma cacofonia de sons e imagens revela cidades cada vez mais preenchidas e híbridas em consequência de mobilidades e fusões culturais diversas. A cidade pode, deste modo, ser entendida como um artefacto cultural, uma construção humana que condensa significados particulares. Somos simultaneamente espectadores e actores neste panorama. (R. Campos, 2009a)

Ou seja, a cidade torna-se muito mais complexa do que somente um espaço de terra delimitado por fronteiras ou uma “grande aglomeração de pessoas em uma área geográfica circunscrita” (Michaelis, sf). A cidade caracteriza-se como elemento multicultural e em constante movimentação.

1.2 Diversidade na cidade

Reconhecer e classificar todos os tecidos urbanos integrados em uma cidade não é o assunto em questão, pois os mesmos compõem-se também de muitas vertentes e torna-se tópico demasiado extenso para o presente trabalho, visto que definir as cidades não é nosso foco principal. A mesma cidade e todos os seus componentes, pode ser analisada de maneiras distintas: do ponto de vista sistêmico/estrutural; pode caracterizar uma

análise mais voltada aos serviços e políticas públicas do município; ou pode aprofundar a pesquisa através de uma abordagem mais social/antropológica.

Dentro de um mesmo espaço urbano delimitado como cidade, há diversos elementos que influenciam sua imagem e seu funcionamento. Como menciona Seldin (2017), a cidade pode ser caracterizada por um ‘conglomerado de sinais’. Podemos citar dentre eles a mobilidade; a moradia; a segurança; a saúde pública; as políticas públicas, as políticas sociais, a arte; a cultura; a população; a ecologia; a economia; a urbanização; a globalização; as redes de comunicação; as infraestruturas; o turismo; o património, etc. Visto que a temática das cidades (e os elementos que a constituem) abrangem aspetos distintos e em diferentes perspetivas, torna-se complicado definir somente sob um conceito. Colocamos então como enfoque escolhido a conceituação das cidades a partir de um olhar mais antropológico e social, para que assim o conteúdo possa servir de interface para compreendermos a associação de património com a arte mural de rua, e consequentemente da atividade turística que surgiu a partir dessa relação.

Os diversos fragmentos do tecido urbano presentes dentro de um mesmo espaço constituem a sistematização do todo, ou seja, componentes que juntos formam o sentido e características de uma cidade. Faz-se necessário a presença de cada um desses fragmentos e também dos atores sociais pertencentes a este meio, para garantir o bom funcionamento do ciclo das cidades.

Saem naturalmente desse princípio geral de trabalho os grandes temas que fornecem ao urbanismo o seu partido de atuação: a mobilidade, a acessibilidade, as conexões, as novas centralidades, os pólos, a infraestrutura, dentre muitos outros elementos da organização urbana. (Meyer, 2006)

Uma mesma cidade pode então possuir inúmeros e distintos instrumentos que a constroem; podem existir diversas abordagens a serem feitas para a interpretação e discussão dos elementos presentes dentro dos limites de um mesmo município. Entretanto, Meyer (2006) ressalta que apesar da diversidade estar claramente presente em cada uma das cidades, o conjunto não pode ser esquecido como unidade única. Apesar das cidades serem formadas por diversas ‘peças urbanas’, esse fator deve ser relevante somente com estratégia de trabalho, pois não podemos esquecer que todas essas ‘peças’ são partes integrantes de um mesmo território, ou seja, mesmo cada uma com suas particularidades e funções, são fragmentos de um todo maior.

Para ele, o maior obstáculo em conceituar cidade surge da dificuldade em entender sua organização como um todo, para assim separar adequadamente suas diferentes formas e prever seu desempenho. Ao observar a organização física do município, colocamos em debate quais são os elementos que o compõe e quais deles são primordiais para o crescimento de suas diferentes funções.

As questões se sucedem e logo se verifica que os instrumentos para capturar a cidade, agora transformada em mancha urbana, já não poderão ser os mesmos com os quais o urbanismo vem trabalhando desde o início do século XX. As cidades e as metrópoles exigem hoje uma revisão conceitual e propositiva, proporcionalmente tão profunda e abrangente quanto as próprias transformações que estão alterando seus atributos. (Meyer, 2006)

O conjunto composto de “peças urbanas”, mesmo bastante diversificado, permanece interligado através das atividades urbanas que convergem entre si, através do funcionamento de mútua dependência e do espaço físico urbano integrado. Neste documento, conservaremos nosso estudo sobre cidades sob uma óptica patrimonial, prevalecendo a relação que estabelece com a arte urbana e por consequência, com o turismo.

Para entendimento da cidade como um espaço urbano único e integrado, mas ao mesmo tempo formado de diversos e variados tecidos urbanos; vamos considerar conceitos como território, pertença, identidade, cultura. São conceitos desse gênero que aproximam as cidades, enquanto espaço urbano, da sociedade ativa que ali está inserida: tanto dos habitantes que nela moram, quanto dos turistas que a visitam.

Em entrevista realizada à revista eletrônica TimeOut, os arquitetos Manuel Aires Mateus e Patrícia Barbas comentam que “a cidade é feita pelo tempo, por camadas, por histórias que se contaminam e complementam” (Torres, 2019)

1.3 Território

Isto é, as cidades são mais do que meramente espaços geográficos. As cidades contêm a movimentação da vida cotidiana, daqueles que ali vivem e podem inovar-se e modificar-se. O espaço urbano estabelece relações afetivas com os habitantes, trazendo à tona a ideia da caracterização de território.

O foco dos estudos do território está nas ações da sociedade, nos constituintes da dinâmica social, nas particularidades, nos conflitos, nas alianças, nos planejamentos para

o presente, o futuro; enfim sobre os acontecimentos do espaço, que podem alterá-lo e redimensionar seus limites. (Da Costa, 2004).

Para Gottmann (2012), o território é composto por componentes materiais organizados no espaço geográfico de acordo com algumas leis da própria natureza. Ele continua a refletir:

Entretanto, seria ilusório considerar o território como uma dádiva divina e como um fenômeno puramente físico. Os componentes naturais de qualquer território dado foram delimitados pela ação humana e são usados por um certo número de pessoas por razões específicas, sendo tais usos e intenções determinados por e pertencentes a um processo político. Território é um conceito gerado por indivíduos organizando o espaço segundo seus próprios objetivos. (Gottmann, 2012)

A visão de Sarita Albagli (2004) aproxima-se à de Gottmann citada acima, na qual o conceito de território enfoca a relação que o limite geográfico estabelece com a população ativa da região. Albagli afirma que as noções de espaço e de território são díspares e que o espaço representa abstração ao passo que o território é o espaço apropriado por um ator. A autora ainda reforça a ideia quando diz que “cada território é produto da intervenção e do trabalho de um ou mais atores sobre determinado espaço”. (Albagli, 2004)

O território não se reduz então à sua dimensão material ou concreta; ele é, também, ‘um campo de forças, uma teia ou rede de relações sociais’ que se projetam no espaço. É construído historicamente, remetendo a diferentes contextos e escalas: a casa, o escritório, o bairro, a cidade, a região, a nação, o planeta. Daí que o território seja objeto de análise sob diferentes perspectivas – geográfica, antropológico-cultural, sociológica, econômica, jurídico-política, bioecológica –, que o percebem, cada qual, segundo suas abordagens específicas. (Albagli, 2004)

De um modo geral essa vertente para conceito de território implica no tal ‘espaço com sentimento de pertença’. Como afirma Yázigi (2001), cada lugar tem a sua ‘alma’. Ou seja, a caracterização do termo território passa por distinguir uma cidade; uma região; um bairro; um espaço geográfico delimitado pelo indivíduo, com elementos intrínsecos que acabam por se tornar essenciais e algumas vezes até insubstituíveis para aqueles que ali vivem e convivem.

Considerando então que o conceito de território retrata a relação do espaço com a comunidade atuante, concluímos que é através dessa relação são identificados os valores patrimoniais apresentados no próximo capítulo. Podemos considerar que os artistas da

arte mural de rua são personagens essenciais na caracterização desse território, assim como a sociedade (habitantes e turistas) que aprecia suas obras. A identidade cultural começa então a ser construída a partir do reconhecimento das diferenças e semelhanças entre espaço e indivíduo.

1.4 Identidade e Cultura

Quando abordamos o sentido de identidade, buscamos assimilar qual a particularidade que o indivíduo, grupo ou nação assume intuitivamente para representar a si próprio.

[...] a identidade é o resultado de um confronto contínuo com os outros, que o leva a construir uma representação de si próprio, da sua unidade pessoal, da distinção entre o seu eu e o dos outros. (Mela, 1999)

A partir da ideia de identidade cultural, conseguimos analisar as motivações e justificativas para que o indivíduo se considere parte daquele ambiente que o cerca. A identidade, para se constituir, depende da existência de algo se afirmar fora dela, mesmo que esse algo se tenha afirmado no passado. Como afirma Mela (1999), a cidade não é apenas uma forma específica de organização social no território, mas também um conjunto de símbolos estratificados na história. Esses símbolos exprimem-se tanto nas estruturas físicas (ruas, praças e monumentos) como nos modos de vida, cerimónias, rituais da vida urbana, ou ainda nas imagens e discursos que falam da cidade.

A temática cidades, área que estamos abordando neste capítulo, se estudada através da via antropológica e social possui, mesmo que remotamente, a conotação de multiculturalidade. Sendo a própria definição de cultura também multifacetada, a compreensão da ligação entre cidade e cultura, pode implicar na avaliação de critérios como o poder, capital e relações humanas interpessoais. Entretanto, como o foco desta pesquisa gira em torno da análise respeitante à valorização patrimonial dos *graffiti* e da arte urbana através da atividade turística, vamos nos restringir a colocar em pauta a vertente identitária da cultura, ou seja, o vínculo cultural com a população.

Atualmente, a valorização do local encontra-se diretamente conectada à possibilidade de uma boa qualidade de vida no mesmo, sendo esta medida pela farta oferta não apenas de infraestrutura urbana, mas também de experiências artísticas e culturais, de entretenimento, de lazer e serviços. Em outras palavras, na realidade contemporânea, a presença de cultura em um determinado recorte espacial – seja sob a forma de atividades artísticas, de certo estilo de vida ou mesmo de conhecimento – implica um aumento do seu valor, bem como do seu potencial gerador de capital. (Seldin, 2017)

A relevância e importância da cultura dentro da malha urbana consiste no facto de que a cultura não está presente somente em um fragmento isolado. Dentro daquilo que é definido como cidade, a cultura transita por todas as ações e pensamentos que possam ser considerados como modo de vida da sociedade operante. Como já referido por Mela,

[...] na realidade a cidade constituiu sempre, em todas as fases de sua história, um fenómeno cultural. Poder-se-ia mesmo dizer que ela é pela sua natureza um lugar de incubação e difusão da cultura [...] (Mela, 1999).

A cultura de um povo abrange o estilo de vida, os movimentos sociais, as tradições, o modo de pensar, as estruturas formadoras dentro do espaço urbano, a evolução, o progresso, a modernização.

Conceituar cultura não é uma tarefa fácil: demanda tempo para investigação e espaço para análise. O conceito de cultura é um dos mais complexos campos a ser estudado e torna-se muito difícil encontrar um consenso sobre sua definição mais apropriada. Seria necessário um trabalho integral a discursar sobre a temática, para que houvesse espaço para discussão e comparação de diferentes vertentes e linhas de pensamento sobre o mesmo assunto.

A palavra cultura implica associações diferentes segundo o desenvolvimento de um indivíduo, de um grupo ou classe, ou de toda uma sociedade. A minha hipótese inclui o conceito de que a cultura do indivíduo depende da cultura de um grupo ou classe e de que a cultura de um grupo ou classe depende da cultura de toda a sociedade a que pertence esse grupo ou classe. (Eliot, 1996)

Por isso, não é um debate que entraremos em pauta nesse trabalho por entender que sua caracterização vai muito além da nossa abordagem nesta ocasião e seria objeto de estudo para uma pesquisa mais direcionada a esse enfoque.

Sendo assim, optamos por apresentar definições de cultura mais voltadas aos objetivos desta dissertação. A partir das aulas expositivas durante o mestrado em Património para o qual apresentamos esse trabalho de projeto, obtivemos conhecimento das definições de cultura propostas por Raymond Williams (1995), a qual estipula três vias para caracterização do seu conceito.

Para definir a imagem de uma população dentro de um espaço (seja ele urbano ou não), geralmente recorremos à um objeto que represente determinada cultura. Um objeto significativo, proeminente, que consiga naturalmente simbolizar um modo de vida; ou até mesmo uma pessoa de grande relevância histórica ou artística dentro de uma sociedade.

Recorremos à uma figura que possa caracterizar uma nação ou momento. Por isso, a ideia de cultura é tão usualmente relacionada à museus e exposições. O museu consiste em uma coleção de objetos que melhor representa a cultura de um povo, aquilo que merece ser preservado e mostrado ao restante da população e aos seus sucessores. Como se fosse a materialização de uma (ou mais) possibilidade encontrada dentro de um grupo, e sua classificação. A ideia de cultura como coleção de objetos que representa uma nação, também pode possuir diferentes ramificações dependendo da origem e utilização desse objeto, que pode ser erudito e popular.

Os *grafitti*, dentro dessa visão de cultura como coleção de objetos, poderia ser associado a um museu a céu aberto, com diversos murais (objetos) espalhados pela cidade que retratam a cultura daquele povo através de seus hábitos, da sua história, das suas angústias, das suas celebrações, etc. Apesar de estar exposto à intemperes e o desgaste do tempo, ele pode ser visto como uma obra de arte exposta às ruas que valoriza a noção de cultura daquele espaço.

Outra caracterização apresentada para cultura geralmente remete à ideia do conhecimento e das universidades. A existência de uma universidade dentro de um município agrega valor àquele local, trazendo informação e conhecimento à população residente e torna-se fator de atração para tal cidade. As instituições de cultura e de educação trazem à nação um caráter culto, pois buscam unir diferentes perspectivas, que aliadas às tradições populares reafirmam a identidade cultural local.

A arte mural de rua entra em contraponto com o conhecimento acadêmico quando a própria é vista como vandalismo; mas são exatamente as pesquisas acadêmicas capazes de mudar a postura da população perante aos *grafitti* com o passar dos anos. Com as universidades abordando a temática em seus estudos, ao invés de ser condenado, os *grafitti* podem passar a serem considerados cultura através do conhecimento como um movimento legítimo. Vamos posteriormente voltar a citar essa polaridade nesta pesquisa quando abordaremos uma breve história da arte urbana e do *grafitti*, entretanto não nos aprofundaremos no tema pelo facto de constituir uma discussão muito alargada e com diferentes pontos de vista, que divergem do intuito principal da pesquisa em questão.

Em um terceiro momento podemos analisar a cultura como um modo de vida, julgando que cultura também pode ser tudo aquilo praticado em nosso cotidiano. Cultura envolve as decisões, os momentos, as artes, tudo que de certa forma envolve o ser humano

e o estilo de vida levado por ele. Ou seja, tudo aquilo que reflete os hábitos e o ‘saber fazer’ de um povo. A cultura pode ser a alimentação e gastronomia, o vestuário e a moda, o ócio e o lazer, a religião, o trabalho, etc. Mesmo a prática mais simples, nas regiões mais afastadas, pode ser considerada parte de uma cultura. Até mesmo um centro comercial tem relevância cultural importante, pois o consumo pode definir e integrar à dimensão cultural. Em uma cidade, a rede de equipamentos implementadas define o perfil da cidade.

Dentro dessa linha de pensamento, em que divide a cultura em três categorias, e pensando na arte de rua e sua abordagem cotidiana, podemos dizer que ela consegue encaixar-se nas três definições. No caso da primeira opção, o objeto que caracteriza cultura seria o próprio mural desenhado pelo grafiteiro, por mais que seja efêmera, a arte por ali esteve, marcou sua passagem, caracterizou a imagem de um determinado lugar por muito tempo, muitas vezes foi até fotografada para uma recordação ou até mesmo para um portfólio (onde poderíamos encontrar obras para toda uma coleção agrupadas, como em um museu). No segundo caso, a arte urbana pode estar presente nas universidades tanto em seus limites físicos, construindo a paisagem; tanto retratada pelos alunos em seus hobbies e estilo de vida; quanto em seus livros, pesquisas e objetos de estudo para uma investigação.

No entanto apesar da arte urbana conseguir encaixar-se nas três concepções apresentadas acima, sob o terceiro ponto de vista o estudo em questão aproxima-se mais da sua finalidade. O retrato urbano além de fazer parte do modo de vida em si, também retrata aflições, comemorações, anseios e festas do dia a dia, ali mesmo onde a rotina acontece: nas ruas. E muitos dessas sensações e comoções geram valores afetivos que compõem a percepção da sociedade perante um patrimônio. Portanto, para utilização como referência no presente projeto e análise dos estudos de caso apresentados, escolhemos a definição de cultura como um estilo de vida.

Para Geertz (citado em Daiolo, 2018), cultura é a própria condição de vida de todos os seres humanos. É o produto das ações humanas, mas é também processo contínuo pelo qual as pessoas dão sentido às suas ações. Constitui-se em um processo singular e privado, mas também plural e público. Pode ser visto como universal porque todos os humanos a produzem, mas também pode ser visto como local, uma vez que a dinâmica específica de vida que significa as ações do ser humano. A cultura ocorre na mediação

entre os indivíduos, manipulando padrões de significados que fazem sentido num contexto específico.

No caso do presente trabalho, ainda dentro da sua consideração como um ‘modo de vida’, a cultura ao ser conjugada com a arte urbana pode ser vista com dois propósitos. Pode ser considerada um instrumento para criação do elo entre o *graffiti* e o sentimento que ele desperta interiormente em cada indivíduo: o desenho ali retratado no muro pode despertar novos sentimentos, recriar memórias, fazer surgir indagações, aflorar ideias. Ou seja, o retrato ali destacado pode simbolizar a cultura de um povo, julgando o envolvimento que os atrai. Esse envolvimento pode ser visto como um elo de ligação para que a arte urbana seja valorizada como património, tema que abordaremos melhor no capítulo seguinte.

Todavia, a implantação da cultura também pode ser vista como instrumento para valorização, revitalização e potencialização de uma cidade que está economicamente decadente. A imagem visual de uma cidade, e o crescimento dos seus polos culturais pode trazer uma ressignificação dos espaços urbanos.

Construção identitária através dos processos de simbolização visual [...] A visualidade endereça, desde logo, para mecanismos de representação, sendo esses concebidos como procedimentos através das quais os diferentes grupos outorgam justificação aos que os rodeia. [...] O mundo visível é inventariado e nomeado, dando origem a conceitos intelectualmente inteligíveis (R. Campos, 2010).

A importância da relação entre morador e cidade, a sua proximidade e contacto afetivo com o local onde vive; assim como a imagem que a cidade emana a partir do seu potencial cultural, influencia tanto na credibilidade da cidade para àqueles que avaliavam investimentos que ali podiam ser feitos, quanto influencia o crescimento turístico. Consequentemente essa imagem positiva traz crescimento econômico para o local.

Essa alternância de valores entre economia e cultura, ou seja: a potencialização das cidades através de instrumentos culturais, faz parte do conceito de cidades criativas, no qual se preza elementos como a criatividade, a vitalidade e a competitividade.

1.5 Cidades Criativas

A expansão da arte de rua nas cidades e tolerância para a diversidade da arte urbana é algo em crescimento. A sociedade, de uma maneira geral, hoje em dia está mais apta a aceitar os *graffiti* como manifestação artística, do que há alguns anos atrás. Está a acontecer uma mudança em relação à sua percepção e também em relação à sua conceção.

Atualmente a arte de rua é capaz de atuar como instrumento de mobilização nos mais diversos sectores. Os *graffiti* e a arte urbana já fazem parte dos equipamentos culturais de uma cidade, e são capazes de serem caracterizados como pontos turísticos. A arte mural de rua tem expandido tanto seu potencial que já gera frutos na atividade turística, também considerada uma grande alternativa de impulso econômico quando a cidade está em processo de declínio. O turismo, como forma de reviver a economia, entra em pauta na abordagem sobre o papel das cidades criativas.

A construção de imagens atrativas, que possam produzir vantagens competitivas, constitui hoje o propósito de muitos espaços contemporâneos [...]. A dinâmica social mudou de forma significativa e os interesses que justificam a preservação de determinados bens estão cada vez mais associados aos interesses econômicos, relacionados com o universo do turismo. (J. M. Santos, 2017)

A economia e a cultura sempre foram dois conceitos que apesar de bastante distintos, andam lado a lado, principalmente no que concerne à alternância de valores. As cidades modernas baseiam-se na alternância da valorização cultural e do crescimento econômico para sobreviverem. Quando determinado local começa a decair economicamente, o mesmo começa a ser um espaço urbano abandonado. Dessa maneira, o lugar começa a perder sua vitalidade, causando um mal aspeto em seu entorno, e podendo trazer consequências negativas para a imagem do local.

São nestes casos e nestas situações que surgem as cidades criativas. O desenvolvimento urbano hoje em dia está intimamente associado à criatividade humana e a capacidade de inovação. Quando uma cidade, um bairro, um espaço urbano está em crescente degradação, surgem projetos e atividades culturais que trarão outra característica para o local, mudando o foco e a imagem negativa adquirida com a decadência da economia. Consiste na relação que a criatividade urbana exerce no desenvolvimento das cidades, promovendo o território e podendo até potenciar novamente a vertente econômica da região.

Os pilares designados por Costa; Seixas & Oliveira (2009) para uma cidade criativa são: criatividade, vitalidade e competitividade. Os conceitos de criatividade e de vitalidade estão intimamente ligados, pois dizem respeito à ideia de ‘ressuscitar’ um local que acabou por ficar abandonado. A criatividade traz novos conceitos e novas alternativas para um lugar que já teve grande relevância, mas que foi passageiro. Criatividade dentro do conceito urbano equivale ao dinamismo, à múltiplos acontecimentos, à inovação e ao

reconhecimento. Uma ideia só se torna criativa quando ela é reconhecida como tal, e só se torna instrumento de mudança e desenvolvimento das cidades quando ganha visibilidade aplicada no contexto com expectativa de bons resultados.

A vitalidade urbana é o ressurgimento do espaço. A vitalidade urbana é como o próprio nome diz, dar 'vida' ao local. Ela gera movimento, energia, ação, força, criando novas perspectivas e atividades para determinado lugar. De acordo com Costa; Seixas & Oliveira (2009) há três componentes que estruturam e produzem essa energia capaz de trazer vitalidade à qualificação urbana. A primeira componente são as atividades, ou seja, os acontecimentos que exigem a presença de pessoas. A segunda componente são as transações, que basicamente são as trocas, as relações, os acordos, as conversas. A terceira componente é a diversidade, no que concerne à pluralidade encontrada. E todas essas três componentes podem ser aplicadas e analisadas nos parâmetros econômico, social e cultural, pois a abrangência em diversos sectores é extremamente importante para o desenvolvimento e revitalização do espaço urbano de maneira eficiente e eficaz.

Neste sentido, pensando na eficiência e na eficácia, é que entra a competitividade urbana das cidades. A competitividade cria a ideia de todo um processo, no qual a cidade gera qualidade de vida e bem-estar para os seus moradores e visitantes em constante transformação, e não somente em um estado latente. Mesmo mantendo uma conexão com os conceitos de vitalidade e criatividade, uma cidade competitiva não necessariamente é uma cidade criativa. A cidade competitiva é eficiente e eficaz para os seus frequentadores, mas não necessariamente inovadora, com múltiplas atividades culturais, criativa. Contudo, uma cidade criativa acaba por ser uma cidade promotora da competência da localidade. Uma cidade criativa gera a ideia de um bom funcionamento do município, promove a imagem de comunhão das atividades culturais com os serviços básicos.

Contrariamente à relação que se percebe existir entre vitalidade e criatividade, no caso da competitividade, muitas das respostas não apontam para tal relação, e defendem, nomeadamente, que a cidade competitiva não tem de ser criativa. No entanto, grande parte dos entrevistados assume que a promoção de uma cidade "criativa" promove necessariamente a sua sustentabilidade e a competitividade. (Costa; Seixas & Oliveira, 2009)

Portanto, a ideia de desenvolvimento dentro das cidades atualmente está intimamente ligada com a realização de atividades culturais da região em que se encontra. Todavia, para que uma cidade possa vir a ser considerada uma cidade criativa, ela deve

estimular a revitalização urbana e um novo crescimento da economia, e esse fator também depende da mobilização e do consenso da sociedade. A mobilização torna-se elevada quando o público-alvo de determinada atividade, ou determinada instituição adere à decisão e à iniciativa. O consenso aparece quando certas atitudes são consideradas benéficas para a população em questão, ou para a sociedade como um todo. No que concerne à da arte de rua e ao *graffiti*, elas vêm como importantes fenômenos sociais capazes de mobilizar a população e revitalizar espaços urbanos degradados.

A valorização da arte urbana no espaço público tem sido associada ao sucesso da retórica da cidade criativa que, entretanto, se disseminou nas últimas décadas e que colocou as artes, a cultura e a criatividade no centro do debate sobre o desenvolvimento económico das cidades (Mould citado por R. Campos & Sequeira, 2019).

Tendo como parâmetro os conceitos acima, a arte urbana trata-se de um fenómeno criativo, por gerar um carácter inovador ao local; trata-se de um fenómeno capaz de dar vitalidade a espaços anteriormente decadentes, justamente pelo seu aspeto mais descontraído e potencial agregador, considerando que a maioria dos atrativos relacionados à arte urbana estão propriamente na rua, fácil acesso à todas as camadas da população; trata-se de um fenómeno competitivo, pois após a valorização do espaço com sua criatividade e vitalidade, é possível reverter a situação decadente anterior com planejamento e bom usufruto dos novos ‘produtos’.

A arte urbana pode então ser vista como um mecanismo capaz de trazer vitalidade e criatividade para a cidade, e o turismo *street art* pode ser pensado como um novo ‘produto’ consequente da cidade criativa. Para um melhor entendimento de como a atividade turística pode surgir através da exploração dos trabalhos de arte urbana, temos de perceber qual o sentido do conceito turismo nessa abordagem.

1.6 Turismo

A cidade pode ser considerada um produto turístico, ou um produto ‘territorial e paisagístico’. O destino turístico caracteriza-se por uma área geográfica que apresenta atrativos naturais, sócio-culturais, arquitetônicos, religiosos, etc. Baseia-se em um cenário e conjunto de elementos que apresentam determinados valores para o turista que o escolhe. Desde o ponto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, o perímetro do destino constitui as relações que se edificam e as ações que praticam entre o conjunto de unidades produtivas que participam na atividade turística. (Swarbrooke & Horner, 2002).

O turismo é um bem de consumo predominantemente abstrato (intangível), uma vez que ele se efetiva através das experiências vivenciadas pelo turista, potencializado pelos prazeres e desejos construídos antes, durante e depois da viagem. Para além da conceituação de turismo de um modo geral, vale a pena ressaltar a identificação de turismo cultural. Segundo Smith (2009), o turismo cultural é uma fatia do turismo que preza pelo modo de vida e expressões artísticas dos autóctones.

Cultural tourism is a type of tourism activity in which the visitor's essential motivation is to learn, discover, experience and consume the tangible and intangible cultural attractions/products in a tourism destination. (Richards, 2018)

Para que a arte urbana, ou qualquer outro produto turístico, atraia os visitantes interessados há necessidade de divulgação desse modo de vida e dessas experiências artísticas. A promoção de um destino turístico depende da imagem divulgada e da curiosidade despertada no viajante atraído. A imagem do local depende tanto da percepção visual quanto da percepção identitária.

Segundo Paulo dos Santos Pires (1996), a qualidade visual intrínseca do território reside nos elementos naturais e artificiais que o compõem. Conforme a conceção mais difundida de Milton Santos (2004/1986) “a paisagem é o resultado de uma acumulação de tempos” e por isso representa a natureza dinâmica do processo espacial, revelando elementos do passado, presente e futuro. Ela é o resultado de adições e subtrações constantes e sucessivas, e todas as movimentações tornam-se essenciais para a construção da imagem de um espaço turístico.

Dentre as mais diversas significações, a imagem pode ser associada a um conjunto de percepções a respeito de algo, a uma representação de um objeto ou ser, a uma projeção futura, a uma lembrança ou recordação passada, a comentários de amigos, a artigos de jornais, cinema, televisão. As características da personalidade do indivíduo também auxiliam no processo de formação da imagem, a qual é um processo objetivo-subjetivo, amplamente dinâmico e notoriamente identificado com os meios de comunicação. No entanto, fatores histórico-sociais também contribuem para o processo de formação da mesma (Bignami, 2002).

O termo imagem possui diversos tipos de significações, mas dentro do propósito deste trabalho, a imagem será encarada como a representação dos símbolos e identidade pertencentes à paisagem. Podemos compreender que indica algo, que nem sempre remeta ao visível, que leva em consideração alguns traços do visual e que depende da produção de

um sujeito: sendo imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém que a produz ou reconhece.

No produto turístico, a imagem influencia a decisão do turista-consumidor perante o processo de escolha. Segundo Bignami (2002), “na compra de bens predominantemente intangíveis ou de serviços, a imagem é a mola propulsora que alavanca a venda”.

O processo de decisão do viajante leva em conta a imagem de destino que foi construída através da junção de características primárias, experiências próprias e metamorfoses do local. No momento de escolha de um destino de viagem, levamos em conta lugares que ofereçam atratividade turística de qualidade, considerando perfil do viajante e repercussão da imagem local e do potencial turístico.

A formação de uma imagem primária depende de inúmeros fatores objetivos, subjetivos e sociais. Porém, a relação entre estes fatores nem sempre são evidentes, sendo que eles dependem da opinião geral de cada indivíduo, dos diferentes processos de aprendizagem pelos quais passam e de seus interesses e vontades. Kotler (1978), distingue imagem e estereótipo afirmando que, enquanto o estereótipo é mais generalizado, a imagem é mais subjetiva, variando de indivíduo a indivíduo. A autora Bignami (2002) concorda porém, acredita que os estereótipos acabam influenciando o processo de formação da imagem.

Podemos dizer então, que a formação de uma imagem se dá por meio de processos de conhecimento, em que ocorre uma interação entre o indivíduo e a realidade, mediada por aquilo que se poderia chamar de filtros. Mediante afirmações de Joly (2006), a percepção da realidade se dá, primeiramente a partir da nossa capacidade sensorial, que faz com que nem tudo o que parece ser de um modo, seja na realidade. E além dos limites humanos, a nossa percepção também se dá por meio de outro filtro denominado social, que atua sem que percebamos. Faz com que interiorizemos uma visão do mundo da forma como ele é dado socialmente, num determinado período e situação histórica.

A imagem possui em si, um outro componente que é muito importante: a dinamicidade. Isto é, uma imagem turística que se altera no tempo e no espaço sugere dois tipos de imagem: uma prévia e outra posterior ao contacto com o lugar. É possível reconhecer a existência de uma representação mental imaginária primária, que é um saber que se dá antes de entrar em contacto com o objeto; assim como é possível identificar

uma segunda representação após o contacto real, gerando uma imagem mais complexa, fruto de impressões, sensações e experiências vividas.

Para Gunn, há ainda mais ‘categorias de imagens’ a serem classificadas. Para ele, a imagem prévia criada divide-se em orgânico e induzido. Ou seja, para ele, a ideia que constrói uma imagem turística é influenciada pelas vivências e experiências anteriores do próprio indivíduo e por aquilo que se é mostrado, divulgado e estabelecido para a publicidade da marca local.

a imagem de um lugar parte de dois níveis, um orgânico e um induzido. A imagem orgânica se desenvolve com o que se aprende sobre o lugar, por meio da educação, da assimilação das artes e da socialização. É uma imagem inicial. Por outro lado, a imagem induzida é o resultado da promoção turística de um lugar. Um outro nível de conceito de imagem de um lugar pode ser a denominada imagem complexa que se forma no momento em que um turista tem uma experiência direta com a região. (Gunn citado por Bignami, 2002)

As chamadas aqui de ‘categorias de imagens’ representam o mesmo local, porém em momentos distintos. A mesma paisagem pode ser referenciada de diferentes formas, consoante o ponto de vista e as alterações ocorridas no espaço. A imagem construída designa a identidade do espaço e constrói a atratividade turística. No âmbito da arte urbana, significa que atividades culturais como os *graffiti* podem dinamizar a atratividade turística do local, alterando e fortalecendo as imagens da cidade criativa.

Portanto, pudemos perceber o quanto esses conceitos estão todos relacionados. Um dos motivos para o turismo ser uma das opções de ‘produto’ gerado pelas cidades criativas, é que ele depende (e cresce) da imagem que o espaço urbano constrói e difunde o território como destino turístico. Essa turistificação⁵ da cidade é construída através da imagem das atratividades locais. Dentre as diversas possibilidades de atrativos turísticos, destacamos neste trabalho a arte urbana e os *graffiti*.

(...) as geografias morais da cidade criativa são outras, uma vez que, como demonstra, a resignificação do graffiti e de práticas artísticas associadas permite a sua capitalização através de políticas culturais assentes na ideia de cidade criativa. (Mould citado por R. Campos & Sequeira, 2019)

⁵ O processo de turistificação entende-se pela substituição da lógica de produção (esfera do trabalho) pela lógica do lazer (esfera do lazer) nos espaços urbanos. (Nicolas, 1989)

No caso do presente estudo a dinamicidade torna-se ainda mais expressiva, devido à efemeridade da arte urbana encontrada nas próprias obras. Ou seja, não só a mudança na paisagem acontece de forma acelerada, mas também a mudança dos próprios atrativos. Desassociando a pesquisa das alterações que afetam diretamente a vida dos moradores nos âmbitos de trabalho e habitação, focaremos nossa atenção na valorização patrimonial dessa arte urbana, e se ela é afetada pela efemeridade e pela atividade turística.

Essa característica volátil, apesar de parecer um problema para o planejamento turístico, ela possui boa receptividade por parte dos artistas e entidades que trabalham com o produto arte urbana, veremos isso nas entrevistas que serão expostas nos próximos dois capítulos. A constante sensação de surpresa enriquece a atividade turística no quesito novidade. Essa possibilidade de diferentes paisagens e diferentes obras serem avistadas no mesmo local após o passar do tempo, é instigante e vista como uma mais-valia para o movimento em si e para a atratividade da cidade.

A dinamicidade da paisagem é como a ‘alma’ da cidade criativa, e é aquilo que traz tanto visibilidade, quanto desafio para o local. A competitividade da cidade criativa depende então da imagem construída a partir das transformações refletidas e agrupadas nessa paisagem.

Sendo assim, a partir dos conceitos de espaço urbano e cidades; de território e identidade; de cultura e cidades criativas; de turismo e imagem apresentados, podemos começar a questionar como a arte urbana está correlacionada com essas definições e como ela é valorizada patrimonialmente dentro desse contexto.

CAPÍTULO 2 – ARTE URBANA E PATRIMÓNIO

2.1 Arte Urbana

Conceituar arte já é uma tarefa bastante desafiadora, pois para além de suas diferentes vertentes, ela possui diferentes olhares. Muitas vezes definimos o que é arte dependendo da história contada por um objeto, por um edifício, por um monumento, por uma atividade lúdica, etc; ou dependendo do local onde ele está inserido.

A arte, assim como a filosofia, é modo de habitar a cidade. E, nesse sentido, a arte não existe na cidade. Ela é a cidade enquanto a cidade reflete a si mesma. Ela apresenta o estado do tráfico de interesses, paixões, pensamentos, tudo aquilo que envolve nossa experiência urbana. (Peixoto, 2006)

Para Coli nossa atitude perante à arte é de admiração, e por isso consideraríamos arte certos objetos e certas manifestações que provocam um sentimento admirativo. “A arte instala-se em nosso mundo por meio do aparato cultural que envolve os objetos: o discurso, o local, as atitudes.” (Coli, 2017)

No presente trabalho não nos cabe definir as diferentes formas e expressões da arte, as classificações de uma obra de arte ou as características que compõem obras de determinadas galerias. Dentro da conceituação da arte, explicitaremos como se pode evoluir a relação entre a arte e o espaço urbano. Iremos salientar a relação da obra de arte urbana com o espaço no qual ela está inserida, considerando que existe uma troca estabelecida entre o local e a sociedade latente; entre a obra, o autor e o espectador.

A arte antiga, por ser mais distante da realidade vivida pela sociedade atual, acaba tornando-se mais erudita. O facto de ser mais erudita, pode criar uma barreira em parte da população perante à exploração e visita aos museus, criando um bloqueio no facto de que ao entrar no museu o espectador pode não se sentir representado, pelo carácter erudito e clássico das obras. Enquanto com a arte de rua acontece exatamente o oposto. A arte presente na cena urbana é convidativa, ela faz parte do seu dia a dia. Ela está ali, mesmo que não tenha ‘sido convidada a entrar’. A arte de rua pode estar em todas as partes, misturando-se com o cotidiano e aproximando realidades.

Essa alternância de valores culturais aparece no texto de Seldin quando ela discorre sobre os equipamentos culturais espetaculares que antes eram indispensáveis para a revitalização de uma cidade e que hoje são mais um complemento, porque as

grandes alavancas da cidade criativa atual são atividades inclusivas, participativas e que envolvem os estilos de vida alternativo dos moradores.

Esta constatação é a maior prova da hipótese proposta aqui sobre a substituição de paradigmas observada, a partir dos anos 2000, nos discursos que embasam as políticas urbano-culturais de certas cidades [...]. Enquanto muitos administradores urbanos continuam apoiando-se no modelo que incentiva a proliferação de arquiteturas espetaculares e grandes eventos como fórmulas para regeneração urbana, outros vêm [...] apostando no desenvolvimento de cidades criativas – autênticas, tolerantes, jovens e com uma imagem ligada à subcultura (Seldin, 2017)

A criatividade urbana tem sido mais valorizada através dos anos, pela proporção e visibilidade que tem tomado, tanto dentro quanto fora do meio acadêmico. Esse crescimento traz ganhos para a sociedade, pois assim pode ser associada à arte tradicional e clássica como atributo complementar e não concorrente. Em 2008, a exposição Arte Urbana no Tate Modern⁶ descentralizou o debate nessas práticas, sendo precedido e seguido por outras exposições em museus, galerias e outras instituições. (Ponte, 2014)

[...] o que difere a arte pública das restantes, é conter na sua essência um ideário, onde se propõe estreitar os limites entre a arte e as populações, potenciando-a quer na sua utilidade, beleza ou mesmo como veículo de educação. O espaço público deve ser visto e considerado por todos, tal como a arte que nele se encontra, pois esta é concebida para o enriquecer. As obras de arte conferem relevante influência na vivência das cidades. (M. C. Figueiredo, 2017)

Isso significa que "arte de rua" e "intervenção urbana" são definições que coexistem com outras artes recentes e outros conceitos que podem ser considerados vertentes de uma arte “menos tradicionalista”: arte intervencionista, arte sustentável, arte útil, estética operacional ou arte funcional social, para mencionar alguns como exemplos de denominações. (Ponte, 2014)

Ainda de acordo com o texto de Sofia Ponte (2014), ao lidar com a esfera pública, essas tendências compartilham a predisposição para expandir a linguagem visual, mas também para questionar as condições ideológicas das narrativas institucionais clássicas.

Segundo Glória Diógenes, a arte urbana pode ser entendida como uma expressão que abarca diferentes meios de linguagem e intervenção artística, colocando o urbano - ou características urbanas - como cenário básico (Diógenes, 2015). A arte de rua possui

⁶ No dia 23 de maio de 2008, a Tate Modern Gallery, em Londres, inaugurou uma exposição temporária de arte de rua reunindo artistas de *graffiti* aclamados internacionalmente. (Ross, 2016; Tavares, 2008)

dispositivos de natureza visual para a apropriação do espaço urbano. A matéria visível do cotidiano reflete o multiculturalismo da cidade. As manifestações culturais refletem os desejos e vontades da comunidade, de diversas formas.

A temática de arte urbana é transdisciplinar e torna-se um material de alto potencial sociológico e antropológico para relacionar os indivíduos que ali vivem com a própria cidade em si. Assim como torna-se também grande potencial turístico para aproximar os habitantes intermitentes do local visitado, mesmo eles estando ali somente de passagem.

O que me interessa, no que podemos chamar de arte pública, não é o fato de que ela se dê na rua. É primordialmente o fato de que ela envolve um espectro maior de situações. (Peixoto, 2006)

Arte urbana ou arte pública pode ser interpretada como qualquer vertente da arte que ocupa as ruas. Nesse caso, não abrange somente os murais e os *graffiti*, mas também outras formas de expressão como dança, música, teatro que sejam ao ar livre, fora de espaços privados.

Mesmo no âmbito da pintura em arte urbana, há variações de técnicas e estilos, às vezes com diferentes propósitos de comunicação. No que concerne às designações, além dos *graffiti*, as pinturas de muros; há o *stencil*, técnica de pintura por meio de elementos vasados, há a colagem ou lambe, há os *stickers*, entre outros. (Diógenes, 2015) Os *graffiti* são somente uma parcela da manifestação de arte urbana que se pode encontrar, mas o escolhemos como elementar objeto de estudo pelo facto de que atualmente em Lisboa - cidade abordada nesse estudo de caso - ele é a forma de arte urbana mais difundida, e que vem crescendo em processo acelerado. Ricardo Campos é citado na obra de Glória Diógenes (2015) por considerar os *graffiti* como um dos elementos mais emblemáticos da cultura visual contemporânea.

Finalmente, para o presente trabalho escolhemos estudar roteiros turísticos que colocassem os *graffiti* e as artes murais de rua como personagens principais da rota. Ou seja, dentro do universo arte urbana que engloba várias ações reveladas dentro do espaço urbano de uma cidade, vamos restringir nosso estudo ao muralismo. E dentro desse universo dos *graffiti*, focaremos na atividade turística que o coloca como atrativo.

A arte mural de rua acaba por ser uma das inúmeras demonstrações culturais que alteram a paisagem e a cidade visual, gerando valor para o espaço urbano e entrando na

abordagem levantada em relação à dimensão patrimonial da obra e do espaço que foi modificado.

Governmental power [...] organises the spaces and events of the city through the circulation of commodities and the destruction and reconstruction of urban space. Local cultures of consumption on one hand and spectacular events on the other shape the lived experience of the urban. (Wells, 2007)

Ou seja, dentro do universo arte urbana que engloba várias ações reveladas dentro do espaço urbano de uma cidade, vamos restringir nosso estudo à arte mural, os *graffiti*. O intuito dessa pesquisa é identificar como o turismo pode potencializar a visão patrimonial dessa categoria perante à sociedade e entidades.

A valorização ou até mesmo a salvaguarda dos *graffiti* nas áreas públicas pode estar directamente ligado ao local no qual ele está estabelecido e à visão da sociedade que o rodeia. Essa troca de experiência, com todos os cenários, pode servir como um termómetro para a preservação e salvaguarda daquilo que pode então ser considerado património.

Como afirma Ricardo Campos (2017), atualmente os *graffiti* têm uma vertente bastante aceita pela população, uma vertente legal e artística, com base em imagens, símbolos e cores. Contudo, antigamente a palavra *graffiti* remetia, de imediato, à uma atividade ilegal, de linguagem incompreensível e poluidora, eram manifestações maioritariamente marcadas pelas *tags*⁷ e *throw ups*⁸.

O termo *graffiti* deriva do italiano GRAFFIARE, que significa algo como riscar. É a denominação dada às inscrições feitas em paredes desde o Império Romano. (R. Campos, 2009b).

Os *graffiti* surgem como também uma maneira de marcar e delimitar território, de mostrar a força de uma tribo através de sua identidade. O ato de deixar a assinatura impressa em determinados locais, assegurava de certa forma que ali era um território assegurado para um grupo específico.

O movimento foi crescendo e trazendo mais adeptos. Adeptos estes que prezavam pela difusão da sua obra, pela liberdade de expressão, e não somente com a demarcação do território através de uma assinatura. Com os desenhos mais esteticamente

⁷ *Tag*: representa a assinatura do artista de arte urbana, é o nome que escolhem quando começam a grafitar, e com o qual deixam sua marca e são conhecidos pela comunidade. (Souza, 2012)

⁸ *Throw-up*: reconhece-se como uma *tag* de maior dimensão, e com mais impacto. (Souza, 2012)

harmoniosos, se assim podemos dizer, os *graffiti* foram ganhando espaço no quesito atratividade do local, atraindo interessados.

Alguns autores marcam a sua origem nos desenhos rupestres feitos em caverna, como é o caso de Gitahy (1999). Não se pretende aqui estudar a evolução do movimento *graffiti* ao longo dos anos, mas sim dialogar sobre o valor patrimonial e o novo contexto turístico no qual esta arte vem a se inserir na cidade de Lisboa. Entretanto, para facilitar a percepção do que acontecia no mundo em relação aos *graffiti*, vale destacar os principais acontecimentos em uma breve abordagem da trajetória da arte urbana entre 1960 e os dias atuais nas cidades determinantes quanto ao assunto muralismo pelo mundo.

Paris, uma cidade bastante conhecida pelo turismo, também têm sua história associada ao grafismo. Em Maio de 1968, um grupo de cerca de vinte mil jovens em oposição à reforma universitária latente do período, a qual integraria as universidades ao sistema capitalista, utilizaram os muros para inscrever palavras de ordem e protesto. (Souza, 2012). Segundo Sampaio, “o graffiti emergia assim como um meio de comunicação rápida e de grande visibilidade por parte da população” (Sampaio, 2006).

O registo oficial (do graffiti) que temos foi seu aparecimento em Paris, em maio de 1968, a partir de um movimento de opressão política que resultou em rebeliões de ruas (...). A partir desse despertar parisiense, logo outros lembraram dessa antiga possibilidade de registrar mensagens, extremamente livres, descompromissadas, anônimas, gratuitas.” (Ramos, 1994)

Cabe-nos colocar nessa breve abordagem a cidade de Berlim, capital mundialmente referenciada pela arte urbana. Em Agosto de 1961 foi construído o que viria a ser conhecido como Muro de Berlim, uma das mais fortes expressões da Guerra Fria, que separava a capital da Alemanha entre o lado socialista e o lado capitalista. Com 4,5 metros de altura e 155 quilômetros de extensão, a arte urbana tornou-se a voz das angústias daqueles que tiveram suas realidades alteradas por três décadas de repressão e separação. O muro teve seu lado ocidental ‘grafitado’ com imagens, frases e letras que exprimiam a revolta dos que ali viviam e tinham seus direitos reprimidos. (Souza, 2012) Os *graffiti* foram uma manifestação espontânea da indignação da população perante à situação que assolava a Alemanha na época. Ou seja, a arte urbana nesse momento foi ícone de representação da liberdade que eles não possuíam e suas inscrições fazem parte da história, não só pela estética, mas nesse caso também pelo valor histórico. Por esse motivo, partes do muro que sobraram tornaram-se referência para esse trecho da história

e estão alojadas em galerias de arte como a East-Side Gallery⁹, conhecida como “a maior galeria de arte urbana a céu aberto, que possui 1.200 metros de muro com centenas de graffiti que, sob a proteção do governo municipal, permanecem vivos desde há duas décadas”. (Neto, 2011)

Um grande associado do *graffiti* nas expressões culturais é o hip-hop. A cultura hip-hop surge nos EUA na década de 70, e os *graffiti* estão intimamente relacionados com o género musical assim como com a população que o aprecia. Grande parte dos *graffiti* que conhecemos atualmente sofreu influência dos *graffiti* nova iorquinos, especialmente das periferias, onde eles eram usados como forma para demarcação de território. Os habitantes, para reivindicarem e afirmarem sua localidade e etnia, inscreviam *tags* nas paredes e muros da periferia, e nas estruturas externas dos transportes públicos – facto que acabou por ser responsável por propagar as ilustrações para locais mais distantes, além do próprio bairro. Os *graffiti* eram usados como símbolo da identidade do bairro, gerando conflito com os grupos vizinhos se esses invadissem o espaço alheio para ‘grafitar’ palavras de ordem, ou provocativas.

Nos anos 80, esse estilo de arte se espalha pelo mundo, deixando de ser composto somente pelo nome do autor para desenhos com carácter mais estético e artístico- sendo hoje o que chamamos de Grafite. (Rezende, 2006)

No Brasil, a eclosão das obras *graffiti* aconteceram por volta da mesma época, ainda durante o período ditatorial militar (1964-1985), época em que a liberdade de expressão foi proibida e que havia necessidade da população reprimida exteriorizar seus anseios e angústias. O muro acabou por caracterizar “o último recurso, a última mídia possível quando todas as outras estão inacessíveis” (Tavares, 2010). Com o surgimento de um considerável número de trabalhos *graffiti*, em 1983 foi realizada uma exposição denominada “Arte na rua” pelo Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo que reuniu os *writers*¹⁰ da cidade para ações tanto dentro do museu quanto pelas ruas. Ainda segundo análise feita por Andréa Tavares (2010), o referido ano de 1983 pode ser visto como importante para a inserção da arte urbana no circuito da arte brasileira.

⁹ East Side Gallery: galeria a céu aberto localizada em Berlim com 1.200m de muro contendo diversos *graffiti* expostos com expressões oriundas do período da Guerra Fria.

¹⁰ *Writer*: denominação usada para caracterizar aqueles que trabalham com a criação e execução dos *graffiti*. O pintor que cria obras de *graffiti*.

Em Lisboa o crescimento dos *graffiti* também está atrelado ao período ditatorial, mas falaremos mais detalhadamente sobre o caso lisboeta no próximo capítulo, onde abordaremos o estudo de caso mais a fundo.

A história dos *graffiti* e da arte urbana pode ser contada em diversos países e tem influências heterogêneas ao redor do mundo, principalmente se considerarmos manifestações artísticas que acontecem em pequenos grupos como meio para expressar ideias, opiniões e posicionamentos de parcela da sociedade. Entretanto, selecionamos cidades e acontecimentos que foram, de certa forma, mais relevantes para a expressão artística dos *graffiti* tomar maiores proporções e chegar ao reconhecimento atual e que podem enquadrar-se melhor para entendimento do estudo de caso da cidade de Lisboa.

“A arte urbana era muito olhada de forma desconfiada e de forma vandálica, portanto era um processo em que as pessoas não reconheciam propriamente o universo artístico, mas um universo de vândalos. [...] De alguma forma, um dos primeiros processos que foi importante para nós foi: por um lado estabelecer contacto com os artistas; mas por outro lado também mostrar a obra e a intervenção destes artistas a outros, aos residentes de Lisboa e perceber a dimensão que podia ter.” (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Os *graffiti* passaram de um movimento de carácter obscuro para o artístico, e até hoje em dia essa dubiedade permeia a temática da arte mural de rua. Dada à sua natureza paradoxal, segundo Ricardo Campos (2010), os *graffiti* urbanos são tanto conceituados pelo viés da musealização, levando as imagens ao estado da arte; quanto por vezes visto como depredação e afronta ao património urbano.

A apreciação do fenómeno também não é consensual, dependendo do contexto sociocultural e das características pessoais de quem avalia, bem como do objeto sobre o qual discorre. As opiniões dividem-se entre aqueles que prezam pela qualidade da vida cultural da cidade e dos moradores; e aqueles que julgam as intervenções artísticas e culturais como supérfluas e desnecessárias para o andamento da economia e bom funcionamento político e social da cidade (R. Campos, 2010). A discussão entre arte e vandalismo é antiga e não entraremos nesse mérito na pesquisa em voga, contudo sempre que o tema é abordado acaba por termos menções sobre esses dois polos divergentes.

Podemos afirmar que o *graffiti* é uma prática cultural, que se resume a um exercício de impressão de uma mensagem num espaço não destinado para o efeito, constituindo, conseqüentemente, um crime. É portanto um acto, que tem por intento a produção de um artefacto cultural que, sob diferentes formatos, veicula sentido através de uma coordenação de vários códigos

verbais, icônicos e pictóricos. Todavia, é muito mais que isso. A prática cultural dá origem à uma cultura. O *graffiti* pode ser entendido enquanto cultura, na medida em que compreende um círculo de pessoas que partilham uma identidade e um sentimento de comunidade. (...) Pertencer ao meio implica, de forma mais ou menos difusa, assumir uma determinada forma de estar, pensar e agir. (R. Campos, 2010).

Se analisarmos os *graffiti* do ponto de vista cultural já elucidado no capítulo anterior, podemos considerar que têm participação na identidade de um povo. Os *graffiti* que encontramos pelas ruas, em sua grande parte refletem o modo de vida da sociedade contemporânea, como suas angústias; revoltas; celebrações; conquistas.

Em primeiro lugar, não é apenas lugar de exercício criativo, mas componente da obra, do produto final. A escrita e a imagem alojam-se nos muros, nas paredes, etc., dialogando com a matéria e com as formas. A mensagem inscrita adquire sentido em conjunto com o seu suporte (muro, parede, carruagem, etc.), estando dependente deste. Em segundo lugar, a performance acontece em função do território, que simultaneamente motiva e condiciona o tipo de obra. Motiva no sentido da promessa de visibilidade que certo lugar (spot) desvenda. Há uma leitura do espaço que tem em consideração o impacto que a obra terá, em termos de público, situação que está dependente da sua visibilidade. (R. Campos, 2017)

A arte urbana tem cada vez mais ganhado espaço como pauta a ser discutida nas esferas sociais, a imagem e visibilidade da cidade têm crescido e conquistado espaço no que diz respeito à condição civilizacional. São elementos sociais, historicamente posicionados e que auxiliam na produção e representação da realidade. Ou seja, podem ser utilizados como elementos históricos para construção de uma narrativa ou memória.

A cidade sempre foi palco de inquietações, espaço de ‘rebelião latente’, portanto sempre teve muito a mostrar e muito sobre o que discutir. A área urbana pode tanto servir para designar poder quanto para designar refúgio, assim como também pode servir como via de comunicação para dar voz àqueles que não têm oportunidade de expressar sua opinião. Sendo assim, o desenho gráfico ali retratado também pode ter o intuito de expressar inquietudes e perturbações, ou conquista da sociedade ou do próprio artista. Parte dos *graffiti* remontam um período importante da história a ser recordado posteriormente e caracterizam um ponto de vista.

Podemos dizer assim que os *graffiti*, além de estimularem a criatividade dentro de uma cidade; além de ser visto como propulsor de um pólo cultural para determinado sítio, relaciona-se também com o património cultural e conseqüentemente com a memória, tanto individual quanto coletiva, em espaços públicos e compartilhados.

2.2 Património

Com o propósito de analisar a arte urbana lisboeta como um património cultural da cidade, faz-se relevante a definição do significado de património. A palavra património possui uma complexidade de definições e variedade de expressões utilizadas para designar factos, celebrações, artes, edifícios, monumentos e objetos significativos para determinado indivíduo, ou determinada comunidade.

O primeiro ato normativo em relação ao património foi com a elaboração da Carta de Atenas, em 1931 com especial preocupação sobre o restauro que recomendava “a manutenção de todos os estilos das diferentes épocas, uma vez que todas fazem parte da vida do edifício” (Barranha, 2016). Com o passar dos anos, outras cartas, declarações e normas foram elaboradas considerando a evolução dos sítios, monumentos e edifícios patrimoniais. Outros valores foram incorporados ao sentido de património, e a conceção daquilo que deveria ser perpetuado sofreu alterações de acordo com as mudanças de pensamento da sociedade latente. Falaremos logo mais sobre alguns desses valores patrimoniais.

O sentido de património está intimamente ligado ao conceito de memória e, principalmente ao sentido de identidade, pelo valor e importância social que o património assume quando é assim designado.

Quando se fala de patrimônio, para além da origem jurídica do termo, o sentido evocado é o da permanência do passado, a necessidade de resguardar algo significativo no campo das identidades, do desaparecimento. (Ferreira, 2006)

Património cultural pode ser visto como um conjunto de sinais que representam determinada cultura, e que podem enriquecer essas identidades culturais através da conservação e transformação do valor de tais elementos. (J. M. Santos, 2017)

Essa relação de património com processos identitários pode ser entendida, de uma certa forma, como aquilo que Dominique Poulot nos traz ao afirmar que "a história do património é a história da construção do sentido de identidade e mais particularmente, dos imaginários de autenticidade que inspiram as políticas patrimoniais" (Poulot citado por Ferreira, 2006).

A definição de identidade, já retratada no capítulo anterior, está baseada justamente nas características do objeto de estudo que o distinguem dos demais. Ou seja, a validação patrimonial pode ser determinada por meio da singularidade presente no item

representativo. O património é tratado como preciosidade devido às particularidades, histórias e memórias que ele carrega, e o legado que pode transmitir.

O significado de património traz a ideia de herança cultural. Tanto no âmbito pessoal, profissional, quanto no social existe a herança perpetuada de geração em geração. A partir dessa conceção do termo património, ele pode ser associado com a preservação, para prorrogação e contextualização daquilo que já tende a permanecer.

(...) um fragmento selecionado de um corpus de referentes culturais mais vastos, adquirindo, neste processo de seleção, novos significados, que já não se relacionam com a origem do objeto, do lugar ou da manifestação, mas antes se relacionam com outras coisas e outras ideias de forma potencialmente arbitrária (Peralta & Anico, 2006)

Sendo assim, o património é visto como parte de um todo, selecionado naturalmente através dos valores patrimoniais, para deixar um legado às gerações futuras e contribuir na construção social da história.

We could say that heritage is everything we value and want to pass on to the following generations. These things are usually objects, places, and practices that we use to tell stories about ourselves, and play a central role in shaping our sense of identity as individuals and as communities. (Giacariddi, 2011)

Podemos observar esse mesmo ponto de vista na colocação feita por Maria Letícia Ferreira (2006):

(...) o patrimônio pode ser compreendido como esse esforço constante de resguardar o passado no futuro; e para que exista patrimônio é necessário que ele seja reconhecido, eleito, que lhe seja conferido valor, o que se dá no âmbito das relações sociais e simbólicas que são tecidas ao redor do objeto ou do evento em si. (Ferreira, 2006)

Com já falado no Capítulo um, as cidades e áreas urbanas históricas são o grande espaço público a que concerne esse estudo de caso. Os estudos do património destacam a instituição em 1964 da Carta de Veneza, quando é reconhecida a “importância do edifício não ser conservado como elemento isolado, considerando a sua envolvente e o enquadramento cultural” (Barranha, 2016). O património faz parte das áreas urbanas no qual ele está inserido, e através de documentos elaborados pelo *International Council of Monuments and Sites* (ICOMOS) sua composição foi estabelecida entre elementos tangíveis e intangíveis.

Considerando os “Princípios de Valletta para a Salvaguarda e Gestão de Cidades e Conjuntos Urbanos Históricos” (ICOMOS, 2011) os elementos tangíveis incluem, para

além da estrutura urbana, elementos arquitectónicos, paisagens dentro e na envolvente da cidade, vestígios arqueológicos, panoramas, linhas de horizonte, corredores visuais e locais de referência. Os elementos intangíveis incluem atividades, funções simbólicas e históricas, práticas culturais, tradições, memórias e referências culturais que constituem a substância do seu valor histórico.

Dentro do caso em estudo, o muralismo pode ser entendido como parte dos elementos tangíveis considerando que o muro em si é um elemento imóvel, que faz parte da cidade. No entanto, também pode ser lido como um elemento intangível desde que analisado sob perspectiva de que o conteúdo ali presente é o que o faz possuir valor patrimonial. O maior valor daquele elemento não é a própria construção, mas sim a pintura nele retratada.

As cidades e áreas urbanas históricas são estruturas espaciais que expressam a evolução de uma sociedade e da sua identidade cultural. [...] A sua proteção e integração na sociedade contemporânea são a base para o planeamento urbano e para o desenvolvimento do território. (ICOMOS, 2011)

O turismo, já citado no primeiro Capítulo como uma atividade importante para o desenvolvimento das cidades criativas, surge agora no segundo capítulo como alternativa para valorização e propagação do património. O turismo torna-se um fator viabilizador de muitas intervenções capazes de revalorizar os bens patrimoniais em função do desenvolvimento económico-social, mas uma das preocupações constantes em relação à atividade turística é também a preservação: o fenómeno turístico tem de ser muito bem planeado para que seja sustentável e não agrida o próprio património e a paisagem. Por isso que as Normas de Quito, estabelecida em 1967 recomenda que “o uso do património cultural como atração turística deve assegurar o respeito pela autenticidade e diversidade dos valores culturais” (Barranha, 2016). Se bem planeado, ele poderá ainda salvaguardar a memória do património através da imagem turística, abordada no capítulo anterior.

Para Barranha (2016), tanto o itinerário cultural quanto à rota cultural, possuem elementos patrimoniais e tradicionais significativos. Nos próprios documentos do ICOMOS (2008) há uma definição para elaboração de rotas e itinerários culturais a partir dos patrimónios:

Um Itinerário Cultural é uma via de comunicação terrestre, aquática, mista ou outra, determinada materialmente, com uma dinâmica e

funções históricas próprias, ao serviço dum objectivo concreto e determinado. (ICOMOS, 2008)

Podemos então neste capítulo caracterizar a atividade turística como fruto da ideia de preservação e salvaguarda do património cultural, devido à importância evidenciada pelos valores culturais. Como mesmo apontado pela Carta sobre os Itinerários Culturais elaborada pelo ICOMOS (2008), o surgimento de um itinerário cultural reforça ainda mais a relevância do património cultural que está a ele atrelado, pois evidencia seus valores que estão associados ao ambiente e à escala territorial onde o mesmo se insere.

O itinerário ou rota cultural pode ser indicado como agente transmissor de valores patrimoniais, através de dinâmicas e funções específicas. Além dessa definição, a Carta dos Itinerários Culturais elaborada pelo Comité Científico Internacional dos Itinerários Culturais (CIIC) do ICOMOS (2008) ainda pontua três condições para caracterização de um ‘itinerário cultural’, são elas: garantir movimentos interativos de pessoas e trocas de bens, ideias, conhecimentos, valores ao longo do tempo; gerar ‘contaminações férteis’ para ambas as culturas com reflexos no património material e imaterial; integrar as relações históricas e bens culturais. (ICOMOS, 2008)

Sendo assim, o reconhecimento dos valores patrimoniais na arte urbana traz a possibilidade da mesma, que outrora era acusada de destruir objetos patrimoniais, ser enquadrada na própria conceção de património e capaz de integrar um itinerário cultural.

Ou seja, a valorização deste movimento e dos seus agentes implica que as obras passem a ser tidas como um património das cidades, um elemento de valorização do espaço público e da paisagem citadina. Daí que, à semelhança dos monumentos existentes no espaço público, do edificado histórico, ou da arquitetura de qualidade, estas peças representem um valor acrescentado para a cidade. Como tal, não é de estranhar que despertem o interesse dos visitantes. (R. Campos & Sequeira, 2019)

2.2.1 Valores patrimoniais

Quando falamos de valor patrimonial, estamos a tentar classificar os motivos de determinado elemento permanecer na história e/ou na memória em detrimento de outros na mesma categoria. Dentro das diversas características, há algumas que sobressaem para que seja valorizado como um item patrimonial.

Entretanto, cada comunidade possui valores relevantes para ela própria. O mesmo elemento pode possuir diferentes importâncias para diferentes comunidades. Por isso, o Documento de Nará, elaborado em 1994 visa assegurar a autenticidade dessa diversidade

cultural, atribuindo a responsabilidade da gestão do património a cada comunidade. “A avaliação da autenticidade de cada obra, deve ser realizada segundo critérios adaptados ao contexto em que se insere”. (Barranha, 2016)

Vale também referirmos a Carta de Cracóvia criada em 2000, quando começamos a considerar que elementos possuem valores patrimoniais, mas que estes podem se alterar ao longo do tempo. Por consequência do processo de mudança, a comunidade tende a desenvolver uma consciência da necessidade de salvaguardar esses bens patrimoniais, no intuito de perpetuar a própria identidade. Mas de qualquer modo, a Carta de Cracóvia “realça o facto dos valores se alterarem com o tempo e, conseqüentemente a necessidade dos instrumentos e métodos se adaptarem a esta evolução” (Barranha, 2016).

Portanto, o reconhecimento de determinado elemento como bem cultural patrimonial, deve-se ao conjunto de valores patrimoniais a ele atribuídos, que podem estar interligados. Os valores interpretados em cada componente são diversificados, variam consoante o ambiente em que está localizado, a estrutura, a época contextualizada e agentes julgadores. Dentro de diversas classificações estabelecidas para tais valores, temos alguns exemplos: valor histórico, valor comemorativo, valor de uso, valor de novidade, valor de antiguidade, valor cultural, valor documental, valor etnográfico, valor emocional, valor arquitectónico, valor estético, valor científico, valor espiritual, valor social, valor económico, valor turístico. O mesmo património pode ter mais de um valor atribuído, a variar com critério estabelecido para o seu reconhecimento.

Dentro do entendimento de valor cultural há uma série de outros valores que podem ser atribuídos, que se exprimem pela própria materialidade do bem, pela estrutura do mesmo, pelo contexto no qual está inserido, pelos significados, pelo seu modo de uso, pelos lugares e objetos que lhe estão associados. Já o valor social entende-se mais como valor associado ao emocional, quando há um sentimento de pertença atribuído a um lugar.

Pensando na arte urbana como elemento patrimonial, é possível reconhecer alguns desses valores que possuem uma parcela maior de contribuição: valor cultural e valor social, por exemplo. São dois dos valores facilmente evidenciados quando falamos sobre arte urbana e *graffiti*, pelo facto da manifestação cultural estar retratada nas gravuras, nos desenhos, no muro que funciona como tela para esses artistas. Ou seja, a técnica e todo o contexto que o movimento *graffiti* como um todo envolve pode ser considerado forte valor cultural para a sua atribuição como património. O valor cultural pode ser

identificado desde a escolha do material e local para a obra, quanto no modo de fazer e processo da confecção do mural, quanto na própria obra finalizada.

O valor social também é facilmente reconhecido no contexto da arte urbana por ser uma atividade artística muito ligada com o entorno e a sociedade que a detêm e a produz. Além desses, há outros valores que também estão interligados com os valores cultural e social, e podem ser identificados em menores proporções. Mas especialmente um dos valores está bastante ligado com o nosso estudo de caso: o valor turístico. Observamos que outros valores já contemplam a arte urbana como elemento digno de uma construção patrimonial, preservação e eternização para o futuro, mas o valor turístico pode ainda potencializar a importância da produção.

De acordo com a definição encontrada em Barranhas, “valor económico/turístico é aquele que contribui para o carácter e a atratividade de uma área e para o conseqüente aumento nos valores dos imóveis e o turismo tornou-se uma das principais razões para a conservação da herança cultural.” (Barranha, 2016)

No caso da presente pesquisa relacionada à arte urbana, e levando em consideração o conceito apresentado para valor turístico, podemos associar essa valorização com o potencial de divulgação de uma imagem turística do destino. Além da atratividade ser projetada pela singularidade encontrada nas obras de *graffiti*, pelo valor social e cultural intrínseco nas obras; a salvaguarda através da fotografia, relatos e memória dos moradores e visitantes torna-se extremamente importante para a perpetuação da imagem dessa atratividade, visto que é uma arte efêmera. Falaremos mais a fundo sobre essa particularidade da arte urbana no próximo capítulo.

More generally, heritage practice teaches us that values are not attached to objects, buildings, or places. Neither are they frozen in time. They are the result of ongoing and sustained interactions. As we naturally and continually reinvent ourselves and our cultural affiliations, the heritage value we ascribe to things - both sociocultural and economic - is subject to change and renewal. We need to always be mindful: With the power to shape our interpretation of the past will come the ability to shape our visions of the future. (Giacariddi, 2011)

A partir da concepção de que a sociedade evolui, a paisagem altera-se e os valores patrimoniais estão em constante transformação, surge então a discussão do que podemos chamar de ‘novos patrimónios’.

Segundo Tardy e Dodebel (2015), a expressão ‘novos patrimónios’ consiste na revisão do conceito patrimonial perante dois aspetos: o reconhecimento de que nem todos os elementos patrimoniais são caracterizados por uma estrutura ou objeto herdado, mas sim muitas vezes caracterizado pelos saberes; à reflexão coletiva gerada pela memória social diante da transformação desses componentes patrimoniais a depender do tempo, práticas e sujeitos sociais.

Na mesma obra citada acima, Tardy e Dodebel focam a conceituação em três novos tipos de património: imateriais, digitais e paisagísticos. Atentando a essas três novas perspectivas, todas enquadram-se na temática aqui abordada, por diferentes motivos. No caso do património imaterial, o saber técnico e a cultura que envolve o modo de fazer a arte urbana em seus movimentos citadinos podem ser vistos como o legado a repassar para as próximas gerações, à título de postergar a sabedoria e perpetuar a prática; no caso do património digital, as ferramentas tecnológicas que hoje auxiliam os artistas com seus desenhos e pinturas e diversificam as técnicas utilizadas trazem novos rumores para o movimento dos *graffiti*; mas é primordialmente no caso do património paisagístico que julgamos pertinente analisar sua correlação.

Pontualmente no caso do património digital é importante enfatizar que ele é diferente de património digitalizado. No mundo da arte urbana, cabe mais em discussão o património digitalizado quando tratamos de fotografar e catalogar as obras que estão nas ruas em um inventário online. A Galeria de Arte Urbana tem essa iniciativa como forma de tentar garantir a salvaguarda e propagação dos trabalhos dos artistas urbanos elaborados na cidade de Lisboa.

Na conceção de património paisagístico explicitada no texto em questão é que podemos reconhecer grande proximidade com o movimento acerca da arte urbana e sua classificação como património. A efemeridade das obras e a dinâmica do espaço urbano refletem exatamente à criação de diferentes memórias sociais acerca dos trabalhos murais expostos na cidade. A paisagem nesse caso está em constante mutação, mas o que fica no imaginário tanto dos visitantes quanto dos turistas é aquilo que o marcou pessoalmente, naquele momento.

Esse processo de memorização que dá suporte à visibilidade do património e a antecipação possível de uma ação de preservação introduz, segundo nosso ponto de vista, um outro modo de abordar o duplo questionamento daquilo que a memória faz ao património e daquilo que o património faz à

memória. Com o patrimônio paisagístico, estamos no caso extremo de uma patrimonialização que não pode existir sem um trabalho de memória social. Trata-se de capturar, para se analisar, esse papel específico da memória na fabricação de um patrimônio irremediavelmente incorporado – sem a possibilidade de descolamento físico – na vida social. (Tardy e Dodebel, 2015)

A memória torna-se então importante aliada na caracterização do patrimônio, enquanto instrumento capaz de perpetuar os valores patrimoniais. Ela, apesar de remeter ao passado, é sempre atual. Apesar de, através dela ser possível caracterizar acontecimentos remotos, a qualquer momento podemos evocá-la na atualidade. É vivida no eterno presente; aberta à dialética da lembrança e do esquecimento; alimenta-se de recordações e aflora o sentimento de pertencimento e identidade. Assim, conecta-se ainda mais com o sentido de patrimônio, visto que a patrimonialização pode ser entendida como o processo de compreensão de algo digno de durabilidade, que tem relevância e importância suficiente para ser trazido do passado para o presente/futuro.

2.2.2 Memória e patrimonialização

Pode ser então assimilada a memória como a capacidade de relacionar um evento atual com um evento passado do mesmo tipo, portanto como uma capacidade de evocar o passado através do presente (Japiassú citado por Batista, 2005), conceito que esbarra na patrimonialização.

Apesar de estarem interligadas, há diferenciação entre memória individual e memória coletiva. A memória individual baseia-se no pensamento e relatos de uma única pessoa, sem sofrer influência de demais. A memória grupal tem outra relevância para o trajeto histórico, já que não depende da preferência de um único indivíduo, não sabendo se essa prioridade pessoal era de facto, costume da época. (Souza & Crippa, 2010)

Durante um processo de patrimonialização, a memória é estimulada e resgatada, fazendo parte de um conjunto de fatores que incrementam a preservação de determinado elemento analisado. A identidade é marcada, em sua maioria, pela diferença. Algo se caracteriza identitário na maior parte das vezes por ser destaque dentro de um grupo; por ser único para um determinado indivíduo, para uma determinada sociedade ou nação. A identidade cultural pode ser criada através de resguardos da memória e lembranças de acontecimentos ou pensamentos passados, que por algum motivo fazem sentido serem resgatados no futuro. Ambos os conceitos estão sempre interligados, são mutuamente

complementares. A evocação da memória coletiva é um elemento fundamental para construção de identidades culturais de um povo.

Segundo Yussef de Campos, o conceito aprimorou-se no sentido social com a Revolução Francesa, quando “o agente coletivo, emanado da nova figura do Estado francês, representando a nação, ‘o povo’, determinando caráter de ordem nacional para o património” (Y. Campos, 2015). Dentro dessa óptica, a patrimonialização configura-se como o ato de salvaguardar determinado objeto, festividade, manifestação cultural com o intuito de preservar a identidade de uma nação para a posteridade.

Em relação ao universo das políticas de património cultural, as identidades que estão sob foco são as identidades coletivas, ou seja, de pequenos grupos, segmentos sociais, comunidades, povos ou nações que se definem em relação a outros, tendo como base suas experiências e expressões genuínas. O património é uma construção social: depende do grupo, do período histórico, das questões ideológicas que permeiam a identidade que está sendo construída contemporaneamente a este processo (Leite & Marques, 2007).

Para uma melhor percepção do processo de patrimonialização, citamos uma interpretação denominada ‘Fábrica do Património’ definida por Davallon (2002). De acordo com o autor, o regime possui dois momentos que estabelecem um elo entre si, provocando uma continuidade entre o presente e o passado. O elo entre os dois mundos é o elemento sujeito à patrimonialização. O primeiro movimento é fazer o elemento retornar ao mundo original, para restabelecer cientificamente um vínculo com essa origem, e assim é possível a ciência atestar a autenticidade desta conexão. O segundo movimento traz de volta o elemento para o presente, atribuindo a ele o status de representante daquele mundo original. O valor patrimonial nesta perspectiva é atribuído pela sociedade que o herda, e não pela sociedade que o lega. O receptor, no tempo futuro, consegue identificar atributos importantes para tal reconhecimento de valor que o emissor não é passível de identificação. (Davallon, 2002)

Isto significa que todo património passa por um processo de valorização que sofre influência da memória e da qualificação da identidade social ao se destacar dentro de um grupo.

Por seu turno, a durabilidade de um bem tangível ou intangível na memória coletiva encontra eco na sua valorização cultural, simbólica ou económica,

pela sociedade envolvente. Esse processo de valorização, ou de ativação, denominado de “patrimonialização”, corresponde à atribuição de novos valores, sentidos, usos e significados a objetos e formas, a modos de vida, saberes e conhecimentos sociais. Ele é implementado através de processos de institucionalização traduzidos em mecanismos de eleição, seleção e proteção do chamado património cultural, material e imaterial. (J. M. Santos, 2017)

Atualmente a arte urbana poder ser vista e considerada como património cultural pela sociedade é uma grande conquista, visto que era considerada como um inimigo do próprio património. Os *graffiti*, em seus primórdios, eram considerados atos vandálicos e atentados ao património edificado da cidade.

A mudança do ponto de vista da população, tanto daquela que convive com os *graffiti* diariamente, quanto dos visitantes - que passaram a procurar a arte urbana como motivação para as suas viagens - faz com que possamos classificar a referida manifestação artística como

(...) parte constituinte da afirmação e do enriquecimento das identidades culturais, como legado que pertence a toda a humanidade, o património cultural confere a cada lugar específico as suas características reconhecíveis e é o repositório da experiência humana. (Unesco citado por Barranha, 2006).

No caso do presente estudo, para julgarmos se a arte urbana pode se encaixar no quesito patrimonial optamos por evidenciar os valores que podem influenciá-la, como o valor social e cultural, e maioritariamente o valor turístico. Feita a identificação de elementos que validam a patrimonialização da arte urbana, buscamos analisar como a atividade turística faz-se presente na divulgação e potencialização desse património.

Uma das formas de ‘autenticação’ do património como atrativo turístico são os museus, entretanto no caso da arte urbana o museu deve entrar em um conceito diferenciado, já que está fora das paredes de um edifício imóvel tradicional e em exposição ao ar livre. Para entender melhor essa relação, passaremos agora brevemente pelo conceito de musealização.

2.3 Musealização e a Atividade Turística

Discorrendo essa ligação entre preservação, memória e identidade com o património, torna-se mais coerente o processo de patrimonialização e, por conseguinte mais coerente a validação de elementos como atrativos turísticos.

A relação entre património e turismo acontece principalmente através de processos de patrimonialização de um monumento edificado, de um saber cultural, de uma festa popular, de qualquer manifestação que caracterize a identidade e/ou história de um povo. Ao enaltecermos o elemento patrimonial pelo seu valor, assumimos o carácter que o mesmo tem de proporcionar experiências singulares para o visitante que o aprecia, assim como caracteriza-se memorável para os participantes ativos. O valor do objeto patrimonializado é altamente relevante para a construção do potencial turístico do mesmo.

O património pode tanto se tornar um atrativo que estimula a atividade turística; assim como a atividade turística pode engrandecer o sentimento de pertença perante um novo património ao estimular o reconhecimento da identidade na sociedade. Cada indivíduo traz consigo uma história, uma experiência, uma opinião, um ponto de vista. Como já mencionado, com o decorrer dos anos podem ocorrer algumas alterações de valores patrimoniais para um determinado elemento, em virtude de que muitos valores são exaltados sob diferentes perspetivas. Ou seja, o procedimento pode sofrer influência do carácter afetivo.

O interesse dos turistas pelos atrativos da cidade é justamente a junção da nostalgia e importância perante o passado, com expectativas de mudanças para o futuro. Eles saem em busca de determinados locais para visita que, maioritariamente, são procurados pela história à qual o lugar remete, e/ou à fama que foi adquirida. Contudo, quando inseridos no contexto, procuram por inovações. Pela agilidade em que esses processos estão ocorrendo, faz-se necessária uma ‘reinvenção’ e uma ‘revitalização’ dos objetos patrimoniais tradicionais. Uma atualização de valores, em um sentido que “o lastro da tradição do património é convertível em capital de inovação”. (R. Santos, 2015)

Para casos museológicos não é diferente. Na visão de Gilberto Freyre citada por Gleyce Heitor e Mario de Souza Chagas (2015), o museu não é somente espaço para guardar arquivos e preservação, é espaço para comunicação. Para que a mensagem seja transmitida e seus visitantes se identifiquem com o atrativo, o mesmo tem que estabelecer uma empatia, a intenção nesse caso é que o público ‘passeie pelas intimidades’¹¹ do acervo museológico, seja ele material ou imaterial.

¹¹ Passeando entre as intimidades: conceito de um museu alemão que encantou Gilberto Freyre. Essa característica de museu não se limita apenas à abordagem antropológica, mas sim a uma abordagem também cultural e histórico-social (Souza Chagas & Heitor, 2015).

A empatia pode ser a chave para sensações e emoções que podem ser acionadas a qualquer momento, criando um ‘baú de recordações’ dentro dos museus. Os patrimônios edificados que abrigam os museus não estão restritos aos arquivos, e à função de preservação. Os museus podem exercer a função de comunicação - principalmente entre passado e presente, na temporalidade. (Souza Chagas & Heitor, 2015).

O acervo museológico, na visão de Gilberto Freyre torna-se mais interessante “sob critérios de valorização de cotidianos e constantes”. O autor defende que compreender é um modo de ser e não de conhecimento e considera o conceito de empatia um dos mais importantes para o estudo dos museus e património (Souza Chagas & Heitor, 2015).

A valorização de cotidianos e constantes, perante uma visão museológica, consagra a classificação da arte urbana como obra passível de pertencimento à um museu, seja ele tradicional ou não. Como já citado anteriormente, museus e galerias tradicionais receberam mostras de arte urbana e já abrigaram obras que foram criadas nas ruas e migraram para o espaço fechado posteriormente. No entanto, é nas ruas que os *graffiti* têm o verdadeiro significado e propósito, é nas ruas que eles, inserido no próprio contexto, conseguem passar a mensagem desejada.

O espaço institucional do museu ou mesmo da galeria pode aparentemente proteger o grafite e assegurar a sua capacidade poética enquanto objeto de arte. No entanto, esse mesmo espaço, o cubo branco, espaço de suspensão, não permite que o grafite traga a sua potência de intervenção. (Tavares, 2010)

Por isso, cabe a discussão se a própria rua não poderia ser designada como um museu à céu aberto. O museu, visto como local de abrigo dos objetos com valor patrimonial, dentro da perspectiva de arte urbana pode sofrer uma ligeira mudança de concepção. No caso da arte urbana, o reduto desses elementos patrimoniais é o espaço urbano e público, aonde as obras estão expostas ao ar livre, ao alcance da visão de qualquer um que ali passar. Não é preciso ingresso, não é preciso permissão para entrar, não é preciso que o acervo esteja todo localizado na mesma zona. As obras estão expostas como se o espaço museológico fosse a própria rua, e a curadoria acontecesse através da prioridade dos habitantes e visitantes que a interpretam e a escolhem como icônica. Essa concepção de obras pode não se enquadrar na visão museológica tradicional, mas há fatores e argumentos observados na arte urbana que fazem jus ao campo de estudo dos museus.

De facto a street art e o *graffiti* passam por uma intensa transformação do panorama em sua história. Não que eles já não frequentassem as galerias de arte, mas agora, a apropriação da linguagem

da arte urbana vinda das ruas está cada vez mais sendo utilizada como meio de aproximação social. (Souza, 2012)

O conceito de museu por muito tempo foi visto como um estabelecimento arcaico, onde conservava-se apenas ‘artigos velhos’, sem utilidade no presente, mas de grande relevância no passado. Ana Lúcia Castro (2013) ressalta a conceituação de museu estipulada pela *International Council of Museum* (ICOM):

(...) instituição permanente sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, e que adquire, conserva, estuda, comunica e expõe, com a finalidade de estudo, educação e lazer, os testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente (Castro, 2013).

Apesar da definição não especificar um espaço fechado é a ideia que passa ao dizer que se trata de uma ‘instituição’ e ‘aberta ao público’. Entretanto, mesmo se considerarmos que o conceito e seu conteúdo sofreram crescentes inovações ao longo dos anos, o propósito de estar à serviço do desenvolvimento da sociedade e expor testemunhos do ser humano e do seu meio ambiente mantém-se até os dias atuais e principalmente no caso da arte urbana. Os murais encontrados no espaço urbano da cidade, apesar de não estarem localizados dentro dos espaços museológicos físicos, atendem aos princípios da musealização que veremos a seguir e podem ser ponderados como obras artísticas dignas de estarem em exposição, assim como os *writers* podem ser considerados artistas e pintores.

Como analisado por Rocha (2014) em seu artigo sobre a musealização do *graffiti*, este é intencionalmente uma arte expressionista, genuína e visual que utiliza a cidade como cenário, transformando-a em uma ampla galeria aberta. No artigo ela discute que a consideração e valorização do *graffiti* como arte pode depender do quão famoso é o seu autor. Ela aborda como a visão da obra pode ser influenciada pela magnitude do artista responsável pela sua confecção: “*Graffiti* torna-se arte quando o artista se torna famoso o suficiente” (Rocha, 2014).

Como relatado no texto escrito por Rocha (2014), Sidney Janis é um nome relevante para o movimento de Street Art, pois era ele quem tinha uma galeria em Nova York que serviu de base para uma das primeiras exposições de *graffiti*. Dolores Neumann, colecionador de arte e admirador de *graffiti*, encorajou então diversos jovens escritores a transferirem seu trabalho para a tela de pintura e organizou tal exposição, que permitiu com que Sidney Janis adquirisse diversas obras para sua coleção pessoal. Após a sua

morte, a coleção foi então toda oferecida para Brooklyn Museum, entre Junho e Setembro 2006, possibilitando a primeira e maior exibição de arte urbana.

O museu sofreu negações pelo seu formato burocrático e estático e chegou até a ser considerado um item em vias de extinção. Porém, a discussão abriu espaço para que com o passar dos anos os museus buscassem elementos inovadores e formas alternativas de contar a história.

A reflexão sobre as origens, naturezas, técnicas e práticas dos diferentes processos museológicos, conscientemente ou inconscientemente, de forma pública ou privada, institucionais ou não, dentro ou fora de museus, de forma consensual ou conflituosa, resultaram na renovação, ampliação e fortalecimento do campo. As possibilidades de se fazer museu, seus protagonistas, temas, objetos e até mesmo as possibilidades no uso do espaço se modificaram e ganharam contornos cada vez mais inovadores até o tempo presente. (Siqueira Neto & Jourdan, 2015).

Após a segunda metade do século XX inicia-se um diferente pensamento sobre conceito museológico:

(...) o espaço da Museologia é processo cuja natureza imprime ao bem cultural um caráter diverso da sua função original, isto por força da ação técnico conceitual que cada objeto sofre. (...) O procedimento instaurado pela Revolução Francesa e a Patrimonialização ou institucionalização dos bens que se solidificou na seara dos Museus ao longo dos séculos seguintes, especificamente por volta da segunda metade do século XX e com feição de sentido similar denomina-se Musealização. (Lima, 2012)

A partir de então, o museu passou a existir em suas múltiplas formas, e o conceito de musealização começou a ser discutido em maior escala. Como um ato que alcança, em sua última instância, a comunicação, ‘musealizar’ é criar discursos, imagens e experiências sensoriais.

Não há musealização sem criação. Logo, como produtor de um discurso ou performance museal e cultural, a musealização cria a paisagem que enuncia, e nunca meramente a reproduz (Soares, 2017).

A musealização, provando a sua eficácia para além do museu tradicional, e abarcando territórios, cidades e populações, passou a ser vista, precisamente, como um diálogo cultural. A musealização foi compreendida, desde a segunda metade do século XX, como a transposição de um objeto (material ou imaterial) de seu contexto de origem para o contexto museal, com a finalidade científica de transmitir o fazer conhecer: “redimensionando ações e dirigindo-as segundo a ideia de dispor os bens culturais para transmissão e usufruto das futuras gerações.” (Siqueira Neto & Jourdan, 2015)

Sendo assim, o conceito de musealização cria uma nova perspectiva da arte urbana e do local onde ela é executada e difundida. As ruas passam a ser caracterizadas como um museu a céu aberto. Um museu pode ser visto como um ‘lugar da memória’ (Nora, 1984) e como uma ‘instituição de memória cultural’ (Namer citado por Oliveira et. Al., 2012). Esse conceito de museu nas perspectivas modernas, enxerga que o artefato não só é importante pela sua grandeza histórica, mas também pelo contexto no qual está inserido atualmente, pelas mensagens que pretende expressar, pelas experiências que ele pode provocar e pelo legado que pode deixar em cada observador.

“Portanto aqui é uma oportunidade de ver, de ir à um museu. [...] Mas neste caso é um museu que também tem esta mais-valia: você vai vendo como que é a cidade do ponto de vista do utilizador, do cidadão, do habitante, que entra na cidade pra trabalhar, que vive. [...] Nós vamos fazer a mesma coisa, e vocês vão ver então aqui zonas diferentes da história da cidade.” (Pedro Farinha - Estrela D’Alva Tours, comunicação pessoal, maio 28, 2020)

A utilização de elementos da cultura local como atrativo turístico traz muitos benefícios, desenvolve a comunidade, assim como movimentam a economia, dando maior visibilidade ao fenômeno turístico. O patrimônio constitui um ‘capital’ a ser mantido para render vantagens, principalmente através do turismo.

(...) a relação entre cultura e economia guarda complexidades que muitas vezes passam despercebidas. Com o turismo, o discurso que atribui significância social ao patrimônio cultural não apenas fomenta o sentimento de pertencimento e de continuidade histórica, assumindo também a função de atrativo turístico. Em outras palavras, o patrimônio é inserido na dinâmica de uma atividade com fins econômicos, embora não se possa resumir o turismo como puramente econômico. A utilização destes elementos pelo turismo evidencia a como a dimensão político-ideológica e as necessidades humanas estão intrínsecas na dinâmica cultural. (A. Figueiredo, 2006)

Os conceitos de patrimônio, preservação, história, memória, identidade estão intimamente ligados às referências de estudos sobre museu, sobre cultura e também sobre turismo. Aquilo que é preservado, usualmente, tem o intuito de manter a longo prazo algo que ficou marcado na memória da sociedade, e que remete a tempos passados; a parte da história. Os estudos referentes à patrimonialização e à musealização consistem em ressignificar localidades para caracterização de um centro cultural de identidade social, e possível caracterização de um destino turístico. Como um ‘enobrecimento’ do local, porém sem perda de identidade cultural.

Isto é, após análise e junção dos conceitos de patrimonialização e musealização, podemos ressaltar os *graffiti* como importante instrumento para estudo e implantação de uma nova visão museológica. A inovação de conceitos tradicionais como 'o museu' e novas abordagens para aquilo que pode ser considerado património, evidencia a arte urbana sob diferentes olhares e traz seus valores para outro patamar perante à sociedade. O movimento *graffiti* já possui adeptos no centro das cidades, aumentando ainda mais o potencial turístico. O que era antes era sinónimo de degradação pode tornar-se então um poderoso elemento transformador.

CAPÍTULO 3 – A CIDADE DE LISBOA COMO ESTUDO DE CASO

O presente trabalho tem o intuito de colocar em debate como a valorização patrimonial da arte urbana pode ser potencializada através da atividade turística. Após compreendermos qual a posição tanto do turismo quanto arte urbana dentro do contexto de cidades, e detalharmos um pouco o significado de património dentro do cenário referido, pretendemos analisar todas essas interpretações na cidade de Lisboa.

Podemos dizer então que o turismo é também uma forma de ressignificar e revalorizar as funções de uma cidade. Podemos afirmar que se caracteriza uma das alternativas de crescimento enquadradas no conceito de ‘cidade criativa’ abordado no primeiro capítulo. A partir do momento que a atividade turística traz novas perspectivas para locais ‘abandonados’, ela torna-se um ingrediente importante para valorização da paisagem e nova movimentação económica. Os *graffiti* por si só podem trazer valorização cultural e social para o local, mas se aliados com a perspectiva turística, podem ser ainda mais proveitosos. O turismo pode atingir as três componentes tratadas anteriormente neste trabalho para garantir uma vitalidade urbana: as atividades que envolvem pessoas, especialmente visitantes; as relações e trocas culturais do meio nativo para com aqueles que estão ali de passagem; e à diversidade que consiste no ponto chave do turismo, em razão do intercâmbio de culturas, oriundo dos visitantes de diferentes regiões.

Buscamos refletir sobre como esses elementos se relacionam na capital de Portugal, utilizando relatos de experiências sob quatro perspectivas para aprofundar a temática: duas empresas de turismo (uma delas mais voltada para o segmento *backpackers* e outra mais voltada para tours privadas); uma editora de livros e uma instituição pública. Sendo assim, nesse capítulo ainda utilizaremos de alguns recursos bibliográficos para contextualização do movimento arte urbana e do turismo dentro da cidade de Lisboa, mas daremos mais relevância para as entrevistas realizadas para o estudo de caso, por elas encaminharem-se para os objetivos da pesquisa.

Segundo pesquisa elaborada por Rita Miranda, em 2015, a cidade de Lisboa foi considerada a segunda melhor opção para destino europeu, com hostels bem-avaliados e um aeroporto internacional com alto fluxo de passageiros vindos de companhias aéreas low-cost. (Miranda, 2015)

“Por um lado há 'boom' exponencial da presença de estudantes internacionais do programa Erasmus, não era propriamente o destino mais recorrente: Lisboa e Portugal, e começou a ser de facto muito, muito utilizado. Depois o aumento

também muito grande daquilo que é em viagens de baixo custo, portanto companhias aéreas low cost, que faziam base de operações em Portugal e portanto, trazia muita gente a Portugal” (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Para além do património edificado, Lisboa também possui relevante acervo de património cultural, sendo este um dos grandes atrativos para o turista atual. E para introduzirmos o parâmetro do nosso estudo em questão, Lisboa também recebeu o título de sexta melhor cidade para visitar locais de intervenção de arte urbana. (Miranda, 2015)

A capital portuguesa tem sido referenciada em inúmeras publicações a nível nacional e internacional, como por exemplo Portugal foi eleito o “Melhor Destino Europeu”, tendo Lisboa sido consagrada com o prémio correspondente para a categoria de destinos urbanos na edição de 2018 dos *World Travel Awards* (WTA). Um ano anterior, em 2017 Portugal também já havia recebido o prémio de “Melhor Destino Turístico do Mundo”, e Lisboa de “Melhor Destino para Cruzeiros” e “Melhor Porto de Cruzeiros”. De acordo com dados da Organização Mundial do Turismo (OMT), em 2017 o crescimento do turismo mundial foi na ordem dos 7%. (R. Campos & Sequeira, 2019)

Para o presente projeto não entraremos em detalhes sobre toda a cadeia turística em Portugal e como deu-se o crescimento da atividade no país ano após ano, mas consideraremos sua importância para a construção do cenário atual, onde a arte urbana desponta como importante atrativo turístico. Portanto, dentro de toda a movimentação turística que Lisboa hoje assume, o assunto que queremos colocar em pauta é um segmento específico da atividade turística contemporânea - roteiros que envolvem os *graffiti* - e como isso pode servir de ferramenta para auxiliar o crescimento da arte urbana sob a óptica patrimonial.

Considerando as definições apresentadas por Costa; Seixas & Oliveira (2009) sobre cidades criativas no capítulo um, a arte urbana pode ser caracterizada como um elemento de revitalização do espaço, para criação de um novo propósito no mesmo território. A partir de um novo conceito gerado para o espaço aonde a arte urbana é inserida, visitantes não de desejam conhecê-lo para presenciar a mudança. A nova face apresentada para um espaço gera curiosidade, e conseqüentemente uma promoção do local, implantando um interesse turístico genuíno nas pessoas que não vivem ali. Com essa divulgação, o movimento no local tende a crescer, gerando novas necessidades cidadinas, antes inexistentes. A cidade criativa começa então a gerar um valor económico

original, e trazer um panorama recuperado para a população local, retomando o ciclo economia-cultura-economia.

Assim como em muitas cidades ao redor do mundo já supracitadas, a arte que acontece nas ruas ganhou espaço e relevância na cidade de Lisboa, assim como os artistas portugueses. O prestígio de Portugal e principalmente da sua capital – Lisboa, vem crescendo ao longo no cenário da urbana nos últimos anos. Por exemplo, há um secção hoje em dia no Google dedicada somente à Arte Urbana (*Google Street Art Project*¹²), onde constam “5000 imagens, 30 instituições, 15 países de origem, entre estes EUA, Brasil, Filipinas, Polónia, Portugal.” (Machado, Carrelo, Pousinho & Câmara, 2014b), na qual Lisboa faz parte. Essa iniciativa coloca Lisboa dentro das rotas mundiais de arte urbana, possibilitando que os interessados possam já de antemão, através da internet, ter uma ideia daquilo que poderão encontrar quando chegarem à cidade.

Como relata Maria Catarina Figueiredo (2017),

(...) esta prática ganhou novos contornos tendo-se propagado por todo o mundo. Desde o simples rabisco às *tags* repetidas e que demarcam territórios, até aos murais pintados em espaços próprios, fruto de encomendas e que lhes conferem um status de obras de arte. (M. C. Figueiredo, 2017)

É uma manifestação artística atualmente respeitada pelos moradores e pelos visitantes, apesar de, como já mencionado no capítulo dois, nem sempre ter sido assim. Partimos da premissa que sua valorização patrimonial cresce substancialmente também por causa da visibilidade trazida pelo turismo. Com o passar do tempo, os moradores tendem a habituar-se com os *graffiti* a fazerem parte do cenário urbano, assim como o turismo associado a eles. Começam então a assimilar como as obras podem ser benéficas para o desenvolvimento da região, e demonstram interesse em ter uma arte urbana nas redondezas para usufruírem de experiências que essa influência pode proporcionar. Hugo Cardoso relata uma dessas experiências com a implantação de obras em bairros periféricos:

“O presidente da Associação de Moradores [...] basicamente recolheu assinaturas a dizer que não queria. Nós saímos dali e fomos para outro local, e quando chegamos ao outro bairro mesmo ao lado, olharam para nós a dizer: "E pá... 'tavamos' a pensar que vocês tinham esquecido de nós, nós também queremos

¹² *Google Street Art Project* trata-se de uma vertente ligada ao *Google Art*, uma plataforma criada pelo Instituto Cultural da *Google* que liga galerias e museus do mundo todo. O utilizador desta aplicação/plataforma pode ter acesso à fotografia da obra, descrição dos artistas e localização das peças. (Miranda, 2015)

obras dessas cá." Portanto foi exatamente o contrário. [...] Houve algumas que me vieram pedir desculpas depois que não sabiam que eram aquelas obras, achavam que eram outras. E, portanto, quando viram as obras que foram criadas, algumas pessoas...houve um velhote que foi lá ter connosco à biblioteca a dizer: "Olha, eu agora até queria uma obra daquelas no meu prédio" (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Reconhecendo a movimentação económica que o turismo trás para a população local, e julgando que a arte urbana pode ser responsável por atrair visitantes a um local antes menos valorizado economicamente, a correlação entre essas duas potencialidades pode explicitar o facto da visão patrimonial da *street art* perante os moradores também ser influenciada pelos desdobramentos turísticos de uma cidade criativa. Contudo, essa mudança de paradigma não acontece de imediato, é necessário tempo para observação de resultados e formatação de um olhar artístico para tais representações.

Na academia, em Portugal, esta era uma questão praticamente ignorada, nas ciências sociais, na arquitectura e urbanismo, nas artes, etc. De repente tudo mudou. E as alterações foram profundas. E verificamos que os media hoje dedicam páginas e páginas aos chamados “artistas urbanos” ou *street artists*, que instituições de prestígio convidam *graffiti-writers* para expor, ou que *marchands* e colecionadores olham embevecidos para obras provenientes deste meio. Em muitos sentidos assistimos a uma mudança radical, que significa uma profunda reconversão do olhar sobre certas práticas expressivas e obras estéticas. (R. Campos, 2017)

Em Lisboa, não é diferente: atualmente a cidade é considerada como uma das maiores referências em *street art*, segundo estudo feito por Rita Miranda (2015) a capital portuguesa está “nos melhores rankings de cidade com produção de arte urbana a visitar”. Miguel Moore (2012) afirma que à semelhança de qualquer outro meio urbano de dimensões significativas, a cidade de Lisboa é hoje um repositório de expressões de natureza gráfica e visual que ora se confrontam, ora se complementam no uso do espaço público enquanto palco de comunicação e representação.

Se os graffitis - sobretudo as famosas *tags* - se estendem um pouco por toda a capital, há zonas que são especialmente visadas. Duarte Cordeiro aponta, por exemplo, todo o percurso do eléctrico 28. "As zonas identificadas com percursos turísticos são alvo de muitos tags", assim como as zonas de divertimento noturno. Muitas vezes os graffitis surgem também associados a comportamentos de risco, com a escolha de "empenas cegas de edifícios, por vezes a alturas significativas, ou junto a estradas com perfil de vias rápidas" - locais que também são especialmente problemáticos para limpar. Questão bem diferente é a da arte urbana que, sublinha o autarca, tem sido ativamente promovida pela autarquia, com a identificação de espaços específicos para uso de *graffiters e taggers*. (Francisco, 2016).

A história dos *graffiti* lisboeta começou a tomar maiores proporções principalmente após o período ditatorial regido por António de Oliveira Salazar (1889-1970). Nos primeiros anos após a revolução de 25 de Abril de 1974, os muros tornaram-se locais perfeitos para inscrição das revoltas que assolaram grande parte da população. As ruas e o espaço urbano, visto como democrático por ser de fácil acesso à todas as camadas da população (independente da sua raça, cor, classe social, religião) passou a exercer a função de instrumento de mobilização e reflexão do povo para com a situação política que haviam acabado de enfrentar. Foi através dos *graffiti* que os artistas conseguiram o seu grito de liberdade, e enfim puderam manifestar (mesmo que nem sempre diretamente) a indignação perante o regime autoritário. (Isaac, 2013)

Diversas situações históricas e geograficamente longínquas, anunciam a capacidade de actuação dos cidadãos nos interstícios físicos e sociais da metrópole contemporânea. (Isaac, 2013)

A ruptura com o governo do ditador Salazar simbolizou também uma ruptura com a censura, ou seja, a liberdade de expressão. Como enfatizou Sofia Rodrigues,

(...) o fim do Estado Novo, não implicou apenas a abolição da censura, mas representou também a libertação de um conjunto de tabus que impediam a expressão de uma série de manifestações, tanto sociais como culturais até aí reprimidas (Rodrigues, 2001).

O período ditatorial foi um marco para o crescimento dos *graffiti* na cidade de Lisboa, principalmente através dos cartazes de partidos políticos que surgiram com a queda do regime ditatorial e ebulição da disputa pelas próximas eleições democráticas. O período pós revolução foi uma grande eclosão das vontades de uma sociedade há tanto tempo reprimida. As ruas e seus muros tornaram-se tanto telas para retrato da indignação contra o regime, quanto para celebrar a liberdade de expressão após a vitória na Revolução dos Cravos.

As profundas transformações que o 25 de Abril acarretou, foram acompanhadas por um crescente entusiasmo popular, impelindo a realização de uma série de eventos e manifestações de carácter espontâneo, que se traduziram na produção de *graffitis*, murais e cartazes (...) (Rodrigues, 2001)

Com a liberdade de expressão, houve grande euforia popular em expor as ideias outrora reprimidas, valorizando e incrementando a comunicação. Entretanto não foi a todos que essa iniciativa de expressar a euforia e liberdade através dos muros da cidade

agradou. Houve uma parcela da população que considerava o ato como rebeldia e sujidade para a cidade que era, enfim, livre democraticamente.

O que ficou na mente de cada um, seja em Portugal ou fora dele, é o símbolo do cravo daquela revolução não sangrenta. E porém, naqueles dias e meses a capital vestia um traje muito especial: milhares e milhares de cartazes e grafitti cobriram muros, paredes e calçadas de Lisboa. Para uns tornou-se sujíssima a branca Lisboa, para outros foi a festa da liberdade que buscou a sua forma adequada de expressão. Por isso não é de admirar que surgisse em abundância tudo o que fora invulgar antes, tudo que fora proibido e suprimido anteriormente. (Nagel, 2003)

Ou seja, foram criados uma série de trabalhos de arte mural na época do pós-ditadura, como uma forma de reivindicação pelo regime que o antecedeu. Hoje em dia, eles perpetuam memórias e refletem a história do país. Há muito o que ser explorado nos murais pintados nessa altura e na narrativa que eles contam, entretanto, essas interpretações já são materiais para estudos posteriores e mais aprofundados ao período especificado.

Foi durante a época do Estado Novo que diversos artistas (arquitetos, escultores e pintores) tiveram um papel relevante na transformação da malha urbana da Cidade de Lisboa, embora nem sempre perceptível e compreendida pela maioria dos seus habitantes. As diversas obras espalhadas pela cidade, resultaram, na sua grande maioria, de encomendas que espelham a propaganda ideológica à época. Além disso, ajudam-nos a uma melhor compreensão da forma como estes artistas transmitiam de forma subtil as suas ideias – oprimidas - e as influências que obtiveram do estrangeiro. (M.C. Figueiredo, 2017)

Foi um período marcante tanto para o movimento *graffiti*, quanto para a própria cultura do país. O olhar da população sofreu modificações após o período ditatorial quando a arte era reprimida. Como afirma Maria Catarina Figueiredo (2017), “uma arte e uma época ‘apagada’ e sem expressão e que suscitou particular interesse na compreensão das razões deste desaparego e abandono. Esta época, embora sob ditadura, foi tida como um período de renovação na Arte Total (Pintura, Escultura, Arquitetura e Literatura) e que conseqüentemente provocaram uma alteração nas mentalidades e na própria cidade. (M. C. Figueiredo, 2017)

“[...] todo um conjunto de intervenções desde os muralistas do pós 25 de Abril, que na cidade de Lisboa foram muito importantes, há o conceito de arte urbana que foi inaugurado também na Expo, em toda a intervenção de obra em espaço público que a EXPO98 trouxe para Lisboa na zona do Parque das Nações. É lá os azulejos todos em termos a obra de arte pública que estão espalhados por aí, depois vai-se tudo cozendo um bocadinho.” (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Nos anos 80, com o crescimento e expansão da cultura hip hop nos Estados Unidos, os media tomavam cada vez mais interesse pela cultura produzindo discografia, videoclipes, filmes que divulgavam o universo do hip hop e consequentemente da arte urbana e dos *graffiti* para o resto do mundo. (Miranda, 2015) Ou seja, nos anos 90 as intervenções com latas de *spray* já começaram a aparecer também em Portugal, como relata Pedro Soares Neves em entrevista concedida à Sofia Cristino (2017):

Nos anos 90, existiam dois ou três grupos e, desses grupos iniciais, fui o único que fez uma licenciatura, em Design da Comunicação. Senti um bocado a responsabilidade de estudar o fenómeno, porque, ao longo da década de 90, o número de pessoas que fazia este tipo de intervenções, de uma forma informal e num espaço público, foi aumentando. (Neves citado por Cristino, S., 2017)

Com a designação de Lisboa Capital Europeia da Cultura em 1994 e logo a seguir a Expo98, despontou na cidade a criação de obras em diferentes proporções e características, colocando em evidência locais que as abrigavam vida noturna como a 24 de Julho, Santos e Bairro Alto. (Neves, 2017)

O Bairro Alto foi um dos primeiros aglomerados com grande número de obras *graffiti* no princípio do século XXI. Os *writers* estipularam, sem pretensão atempada, as paredes do Bairro Alto como grandes telas para expressão de manifestações, ideias, características, vozes. O espaço público acaba por tornar acessível a voz das pessoas da rua.

Há poucos anos a arte urbana foi “descoberta” pela autarquia alfacinha. Antes da limpeza realizada no Bairro Alto, o que havia pelas ruas eram *graffitis* e intervenções ilegais, que, muitas vezes, não conseguiam ser desenvolvidos em grandes dimensões pela falta de tempo e pela ação da polícia. Certamente a ilegalidade não interfere na qualidade da pintura, mas um prédio de três andares, por exemplo, não poderia receber em sua parede uma intervenção que a ocupasse por inteiro. (Souza, 2012)

Apesar da liberdade de expressão ter sido muito almejada e celebrada, nem todos os trabalhos de *graffiti* confeccionados nas paredes do espaço público foram bem recebidos pelos habitantes. Moradores alegavam a implementação dos *graffiti* como responsáveis pelo mau aspeto do bairro, e com o crescimento do turismo na cidade de Lisboa, cresce a visibilidade do Bairro Alto perante os estrangeiros e o poder público sentiu necessidade de institucionalizar o movimento *graffiti* como uma tentativa de que o mesmo trouxesse mais benefícios do que prejuízos.

A Galeria de Arte Urbana (GAU) nasce a partir da intenção da Câmara de operacionalizar, de maneira duplamente benéfica, uma limpeza das tags nas fachadas dos edifícios do Bairro Alto. Pedro Soares Neves relata sobre isso na mesma entrevista já supracitada: “A origem da GAU é a de um encontro que promovi com a Câmara e autores que eu conhecia do passado, visto também ter sido autor. A intenção inicial era promover o diálogo, mas tomou um rumo inesperado” (Neves citado por Cristino, S., 2017). Na tentativa de um acordo pacífico com os artistas, a Câmara encontrou ali potencial para parcerias além do acordo nas paredes do Bairro Alto.

Então, a Galeria de Arte Urbana foi criada em 2008 e... foi criada na sequência de uma série de questões com as quais a Câmara se debatia. Há por um lado um conjunto de artistas do universo de Street Art e graffiti, e da arte urbana que estavam a lançar com uma série de iniciativas (nomeadamente as VSP's, que são as Visual Street Performances¹³), que de alguma forma trouxeram estes artistas a público, com uma capacidade que lhes foi reconhecida e portanto, foi necessidade de haver espaço para eles poderem intervir na cidade; por outro lado aquilo que de alguma forma proliferava também das inscrições vandálicas' pela cidade e, portanto sobretudo com o foco muito grande no Bairro Alto (...)" (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Criou-se então em 2008 a Galeria de Arte Urbana, um órgão regido pelo Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa, que nos permite concluir que a manifestação artística dos *graffiti*, antes menor e de carácter maioritariamente espontânea, tomou novos rumos. Como relata Hugo Cardoso em entrevista, foram criados espaços próprios para livre intervenção dos artistas, como a Calçada da Glória e o Largo da Oliveirinha, onde qualquer pessoa podia pintar sem pré-autorização ou mediação.

A Câmara hoje trata a arte urbana como assunto importante, a criação de uma equipa especializada na área torna-se uma alternativa para estabelecer certas regras do que é criado e implementado em favor do poder público e em favor do município. Atualmente, além dos próprios cidadãos, faz parte das responsabilidades da Câmara de Lisboa preservar e conservar as obras de *graffiti* e arte urbana espalhadas pelas vias públicas. Assim, fica mais viável ter o controle da situação, para que ela seja benéfica para a imagem da localidade. Com um bom funcionamento das cidades e certo controle

¹³ A VSP, Visual Street Performance, colectivo de writers que se reunia anualmente numa exposição que pretendia elevar o graffiti a experiência artística. (Rocha, s/d)

sobre as obras criadas, o objetivo é conseguir que o movimento traga benefícios para a cidade em si: para os turistas e principalmente para os moradores.

A Galeria de Arte Urbana do Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa tem como principal missão a promoção do *graffiti* e da *street art* em Lisboa, dentro de um quadro autorizado e segundo uma óptica de respeito pelos valores patrimoniais e paisagísticos, em oposição aos actos ilegais de vandalismo que agredem a Cidade. (Câmara Municipal de Lisboa, 2016)

Maria Catarina Figueiredo (2017) ainda diz que é fundamental que a população tenha cada vez mais conhecimento do espólio existente e do significado dos murais, para que possa assim ser defensora e protetora das várias obras na via pública, além de incentivarem a transmissão de memórias da história de Portugal. (M. C. Figueiredo, 2017)

O movimento tende a ganhar adeptos por poder estar presente em diferentes sítios, misturando-se com o cotidiano e aproximando realidades. Após a sectorização e categorização das intervenções artísticas, elevou-se e fortaleceu também o consenso. Antes de tal facto ocorrer, mesmo que fossem obras consideradas de uma beleza espetacular e impressionante pelo senso comum, podiam não ser aceites por determinados grupos da sociedade ou diferentes instituições, por não poderem vincular-se à uma imagem fora do contexto pragmático.

3.1 Visibilidade

Após a divulgação da modalidade *graffiti* como arte urbana regularizada, sua aceitação passou a ser maior tanto dentro, como fora do país. A Galeria de Arte Urbana da Câmara Municipal de Lisboa tornou-se uma referência internacional, como pode ser observado neste relato de Hugo Cardoso:

Nós já temos tido entrevistas com entidades externas de Espanha, da Rússia, que vem cá perceber como é que nós trabalhamos, agora recentemente da Holanda. E eles uma das coisas que nos dizem, é que de facto tinham uma expectativa que nesses países tivessem uma entidade pública ligada sobretudo ao poder local, que pudesse articular com eles estas intervenções, isso de facto permite uma maior capacidade. (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

De acordo com seleção feita pelo portal norte-americano ‘Huffington Post’, Lisboa ocupa a 6ª posição entre as melhores cidades para ver arte urbana. (Público, 2014)

E isso de facto elevou um bocado Lisboa a uma capital da arte urbana com reconhecimento internacional interessante, não é? [...] Isto depois nós podemos ‘pôr’ isto a outros, outros níveis: isto não está estudado, não são dados estudados, mas é muito importante percebermos em termos de contextualização

internacional também. (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Segundo a visão de Pedro Farinha, da estrela D'Alva Tours, a arte urbana em Lisboa está em potencial crescimento e expansão:

Lisboa [...] em termos de arranque, está muito bem colocada não é? Sendo a arte urbana efémera, eu acho que Lisboa, nesta fase pode estar a marcar aquilo que é o ritmo do desenvolvimento dessa expressão nas cidades. [...] Começou devagar e neste momento tem as condições reunidas para começar a produzir um efeito de escala. (Pedro Farinha - Estrela D'Alva Tours, comunicação pessoal, maio 28, 2020)

A partir da legitimação da arte urbana e do aumento do consenso da nação, é possível perceber também o conseqüente crescimento da mobilização. As possibilidades, chances e pontos de vista expandem-se para diferentes ideias e ideais. De acordo com estudo de Sílvia Souza, desde 2010 a *street art* em Lisboa tem tido repercussão em jornais como O Público, Jornal Notícias, Diário de Notícias, Revista Sábado, Jornal I, Jornal Sol, Agenda Cultural e The Guardian, de Londres, entre outros meios de comunicação (Souza, 2012)

Após a instalação da GAU, surgiram então variados projetos – tanto propostos pelo próprio poder público, como iniciativa da população – para propagar a arte urbana em Lisboa e torná-la instrumento de potencialização cultural e turística. “Foram com as intervenções que aconteceram nas fachadas da Avenida Fontes Pereira de Melo, o primeiro grande projecto da GAU, que se percebeu a dimensão da projecção deste tipo de intervenções”. (Cristino, 2017)

Não nos cabe na presente pesquisa listar todos os projetos já planeados e executados, também devido ao facto de haver sempre projetos a serem criados e modificados, mas destacamos alguns de singular notoriedade ou peculiar idealização.

Projeto Crono foi um daqueles que obtiveram maior sucesso, o qual encorajou artistas a transformar edifícios negligenciados em verdadeiras galerias urbanas. Através de uma selecção de artistas internacionais e nacionais convidados a desenvolver intervenções em conjunto, o projeto visa estabelecer um roteiro em Lisboa em quatro momentos do ano (Miranda, 2015). Um dos painéis criados para esse projecto ficou bastante conhecido na cidade e está instalado em uma das principais avenidas da cidade, a Avenida Fontes Pereira de Melo. (Verificar Figura 1 – Anexo I)

Depois rapidamente percebemos o impacto disto (...) logo no início da GAU, o projeto Crono foi um projeto já curatorial pelo Alexandre Milano e o Vhils também, o Pedro Soares Neves, que trazem umas duas dezenas de artistas a Lisboa; mas a expressão maior foi a do Gémeos e o Blu quando vem cá pintar na Fontes Pereira de Melo, deu uma visibilidade e uma notoriedade a cidade de Lisboa muito grande. [...] começou a crescer a partir daí, à essa monumentalidade. (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Uma das propostas do projeto Reciclar o Olhar é tornar os ‘vidrões’ de lixo espalhados pela cidade mais expressivos às vistas de quem passa. Uma iniciativa em parceria com a Direção Municipal do Meio Ambiente Urbano, com a ideia de decorar os caixotes redondos existentes hoje em Lisboa para que não sejam apenas contentores de material que não será mais utilizado. A segunda proposta do mesmo projeto é caracterizar os contentores dos camiões de lixo, justamente para atentar nosso olhar a esse sector. Nesse projeto qualquer um pode ser o artista, basta se inscrever, e por isso consiste em um dos projetos mais transversais criados pela GAU, pois ele espalha-se por toda a cidade enquanto acolhe intervenções de autores de variadas faixas etárias. (Machado, Carrelo & Câmara, 2014c) (Verificar figuras 2 e 3 – Anexo I)

O Projeto Lata65 também é um projeto inovador e com grande acerto de inclusão social quanto à faixa etária. Com o apoio da Galeria de Arte Urbana foi um dos projectos vencedores do Orçamento Participativo de Lisboa 2013 (Miranda, 2015). Este projeto visa aproximar a arte urbana da população que a aprecia. Lara Seixo Rodrigues, idealizadora do projeto, com a impressão de que a população idosa demonstrava interesse pelos desenhos nas paredes, criou uma oficina onde os mais velhos poderiam experimentar por algumas horas o ofício de ‘grafitar’. (Verificar figuras 28 e 29 – Anexo I) O workshop fez mais sucesso do que o esperado e trouxe mais adeptos, gerando novas edições tornando-se um projeto permanente. (Arsénio & Taborda, 2017)

O Projeto Passeio Literário da Graça, executado em 2014, foi criado por um coletivo ligado ao teatro chamado Ébano, que propôs à freguesia da Graça caracterizar o bairro com referências literárias a partir de imagens retratadas em murais. Portanto, segundo entrevista com Pedro Farinha, o projeto visou utilizar o *graffiti* como meio de referenciar e valorizar o bairro levando em consideração ‘um dos aspectos mais fascinantes’ (Machado, Carrelo, Pousinho & Câmara, 2014a) e menos explorado que é o património cultural ligado à poesia, à arte e à literatura. (Verificar figuras 6, 7 e 8 – Anexo I)

O Festival Muro teve duas edições, e em ambas tiveram seus frutos colhidos não somente no dia do evento, mas também depois com o aproveitamento e repercussão que as intervenções trouxeram. As áreas escolhidas para suas realizações foram áreas tidas como detentora de problemas sociais e económicos: o bairro Padre Cruz em 2016 e a zona norte de Marvila, nos bairros das Salgadas, Quinta Marquês de Abrantes e Quinta do Chale em 2017. Os bairros ficaram conhecidos pelas obras de grande dimensão, pintadas por artistas nacionais e internacionais. Foram criadas novas referências visuais no local, licenciamento da produção artística, formação de guias turísticos dentro da comunidade; enfim uma nova movimentação e atuais perspectivas sobre os bairros que eram vistos como marginalizados. (Pussetti & Barros, 2019)

Com o crescimento da arte urbana em Lisboa, conseguimos identificar o valor social e cultural, assim como o valor turístico – todos retratados no capítulo dois. Nas entrevistas colocamos esses dois aspetos como pontos centrais: questionamos entrevistados sobre como eles prospectavam um futuro para a visibilidade da arte urbana lisboeta no cenário turístico e patrimonial.

Eu penso que para ter uma importância cultural em Lisboa tem que se chegar ao coração de mais 'alfacinhas', mais lisboetas. Enquanto que o fado está enraizado na nossa cultura há 100 anos, e existem casas de fado, e há o Bairro do Fado e há a Zona do Fado, [...] é algo já enraizado conosco. A arte urbana eu diria que ela tem que se enraizar ainda. (André Martins – Discover Lisbon, comunicação pessoal, maio 20, 2020)

Destacando a declaração de André Martins, que diz que a “arte urbana tem que se chegar ao coração de mais alfacinhas”, traz em discussão a importância da relação entre a obra e o ambiente que a cerca.

3.2 Contexto Social

Um dos pontos apontados por Nuno Lopes, da editora Zest Books é o facto dos *graffiti* não agirem como referência patrimonial por si só. Todo o contexto no qual eles foram pintados e os arredores no qual eles estão inseridos agrega valor ao património.

[...] eu recordo-me da parte significativa dos autores de arte urbana em Portugal, eles têm um interesse genuíno em que as peças tenham alguma coisa a ver com o local onde estão inseridos. Ou seja, querem dialogar de alguma forma com os próprios espaços. [...] o que significa que faz parte daquele espaço e a peça que está perfeitamente integrada dentro daquele espaço [...](Nuno Lopes - Zest Books, maio 25, 2020)

A mesma questão sobre o enquadramento social da obra aparece no Manual de referência da Gestão do Património Mundial Cultural feito pela Unesco (2016):

Diante do reconhecimento de que os locais considerados patrimônio não são isolados, seus arredores passaram a ser vistos tanto como ambientes físicos e também como espaços passíveis de ameaças e oportunidades sociais, econômicas e ambientais. O que acontece nesses arredores pode ter impacto sobre o patrimônio e seu significado. (Unesco, 2016).

Posto isso, para incrementar a visão patrimonial da arte urbana, é importante que ela seja analisada como um todo, levando em consideração os moradores, os visitantes, as paredes que são escolhidas para serem pintadas, a legalidade do sector, o contexto vivido. Muitos aspetos formam a ideia de que os murais de arte urbana fazem parte do património cultural e devem ser preservados e difundidos.

Os murais expostos nas ruas vulgarmente têm uma mensagem maior a passar para além da parte gráfica. O valor social da arte urbana agrega-se ao valor artístico, trazendo mais relevância para a visão do objeto de estudo como património cultural. O contexto pós-ditatorial em Lisboa, por exemplo, foi um marco para o crescimento das obras e muitas delas envolvem um significado por trás da ilustração elaborada.

Ou seja, um dos propósitos dos *graffiti* é dialogar com a sociedade no qual está inserido. Ele pode transmitir uma mensagem para aqueles que o irão visitar, como pode refletir uma época, uma luta, um anseio; tanto do período histórico quanto do próprio artista. Há murais que não são pintados meramente com o intuito artístico e fotográfico. Alguns são encomendados já com finalidade pré-estabelecida, como por exemplo a revitalização da zona; outros mesmo tendo surgido ‘naturalmente’, acabam por modificar a esfera cidadina que o envolve.

[...] a população, cada vez mais reconhece na arte urbana o mérito de democratizar, de criar obra em espaço público onde não existia, de comunicarmos em locais que não tinham uma centralidade cultural ou artística, e que de repente passam a ter uma obra de arte ou várias obras de arte, e se reconhecem. Não quer dizer que toda a gente gosta, ou que...há quem não...não goste. (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Sim, apesar de alguns benefícios serem trazidos justamente por esse nascimento de uma nova funcionalidade para o local, há quem não goste da mudança que a arte urbana provoca na área inserida. Há uma discussão em torno de processos de revitalização urbana e manifestação da atividade turística que possam acarretar em gentrificação.¹⁴ Pedro

¹⁴ Gentrificação: consiste num processo de “enobrecimento urbano” (Miles citado por Miranda, 2015). Segundo Malcom Miles a gentrificação é um dos fenómenos que caracteriza a cidade pós-criativa. Este tem

Farinha diz mencionar essa situação em seu roteiro quando está a apresentar a obra do artista Blu na Avenida Fontes Pereira de Melo, mostrando então a intenção que rotas turísticas podem ter em mesclar a diversão com o aprendizado. A ideia é justamente que passando mais conhecimento aos turistas, eles assumam suas opiniões e saiam ‘formados’¹⁵ na categoria do tour ao qual se inscreveram, neste caso: arte urbana.

Portanto essa parte da gentrificação é interessante, ou seja no tour não é só o visitar e o conhecer a cidade, e a arte urbana. É também aquilo que vai cozer as duas metamorfoses. (Pedro Farinha - Estrela D’Alva Tours, comunicação pessoal, maio 28, 2020)

Pedro também menciona que, o facto do roteiro turístico conjugar com os hábitos da própria cidade traz uma mais-valia ao passeio no que diz respeito à experiência. A rotina da própria cidade em termos de trânsito, clima, comércio, movimentação, trabalho aliada com os fatores sociais e históricos das obras aproximam o turista do morador.

A Galeria de Arte Urbana possui acções em conjunto com empresas privadas, ONGs e demais instituições que tornam ainda mais rica a experiência de arte urbana na cidade de Lisboa. Na visão de Hugo Cardoso, o poder público torna-se fundamental tanto para o incentivo à criação quanto para a prospecção das intervenções artísticas para fora da cidade de Lisboa, e até para fora do país.

Acho que é igual e há espaço para todos. Sobretudo, há espaço para nós somos mais institucionais em termos de poder público, há espaço para empresas privadas, há espaço para ONGs, há espaço para toda a gente conviver e criar este universo. Acho que uns não atropelam os outros, acho que pelo contrário, [...] acho que não haver um poder público ia criar um vazio na capacidade de criação. (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

O próprio livro *Street Art Lisbon*, da editora Zest Books – um dos estudos de caso desta pesquisa – foi elaborado com o apoio da instituição Galeria de Arte Urbana, apesar de ser uma entidade privada com outros projetos aliados ao do livro sobre arte urbana.

O livro de Lisboa está muito ligado também à GAU. Eu tive essa ideia e fui imediatamente falar com a Galeria de Arte Urbana, que é quem quer...o departamento na Câmara Municipal que gere todo este processo, não só gere em

como base uma economia de cultura. A nível arquitectónico “foram sendo encontrados novos usos para velhos edifícios, muitas vezes como museus ou centros de informação e media”. (Miles citado por Miranda, 2015)

¹⁵ Sugestão dada pelo próprio Pedro Farinha durante a entrevista, mencionando o facto de que o tour deve ter o intuito de informar e ensinar os turistas o contexto histórico e social, não ser baseado apenas em visitar as imagens.

termos de licenciamento, e em termos de apoio que podem dar, mas desde uns anos pra cá começaram mesmo a ser produtores, começaram a fazer aí... tens o festival MURO por exemplo. E tem espaços próprios que eles criam, espaços provisórios que eles criam para que os artistas possam estar sempre a pintar. (Nuno Lopes - Zest Books, maio 25, 2020)

Quando Hugo Cardoso cita o facto do poder público fomentar a criação, diz respeito à muitas obras que são solicitadas pelo Departamento de Património Cultural, a espaços criados para os artistas intervirem, a festivais urbanos multidisciplinares promovidos em bairros afastados do centro de Lisboa. Mas isso não significa que não há mais intervenções ilegais, ou que estas não são reconhecidas posteriormente pela própria GAU.

O avanço dos murais na cidade, apesar de atrair e estimular muitas obras legalizadas a serem confeccionadas, não fez com que os artistas subtraíssem de seu repertório obras em sítios não autorizados, ou não comunicados. A diferença é que o que antigamente era visto como vandalismo e afronta ao aspeto impecável das cidades, hoje em dia é inventariado, categorizado e catalogado. Quando não há nenhum atentado às obras anteriores ali instaladas sob algum decreto, mesmo as obras ilegais acabam por serem legitimadas.

[...] há muitos que ainda hoje, sei lá...o Bordalo continua a intervir ilegalmente recorrentemente. [...] os Gémeos quando vieram cá, pintaram a parede, fizeram inscrição no Centro Cultural de Belém e foram pintar comboios depois. Então é uma dimensão que não se perde, em termos de legalidade. Agora, há de alguma forma, um equilíbrio...e ao haver um equilíbrio, há uma maior perfusão de obras legais e ao mesmo tempo a pulsão ilegal é menor, não é? (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Os artistas, mesmo tendo permissão para intervirem em locais públicos já aprovados, optam por ‘complementarem’ sua atuação intervindo em algum outro sítio, ilegalmente. Ou seja, a cidade de Lisboa cresce ainda mais em visibilidade artística com o aparecimento de tantos painéis urbanos: tanto legais quanto ilegais, houve uma rápida expansão, um avanço exponencial. De uma certa forma, a criação de uma instituição pública que apoiasse e reconhecesse a resolução independente dos *graffiti* fez com que a manifestação manasse na cidade.

Entretanto, uma das influentes questões expostas na elaboração dessa pesquisa sob o ponto de vista patrimonial, é em relação à salvaguarda. Visto que o património pode ser entendido por aquilo que se perpetua através de gerações, quais seriam as estratégias para manter essa arte viva, visto que ela é efémera?

3.3 Efemeridade e Salvaguarda

Para que seja em parte possível mensurar a importância das obras, estabelecer sua visibilidade como património e estudar sua evolução através dos anos, existe a preservação. Essa preservação pode ser tanto física e material, quando simbólica e na memória. A atividade turística trabalha muito com o estímulo da lembrança como forma de imortalizar nossas experiências. Sendo assim, o próprio turismo torna-se uma forma de salvaguarda das obras pelo facto de apresentar os trabalhos a uma maior amostragem de pessoas, e de diferentes cantos do mundo, espalhando o talento desses artistas para outras regiões e culturas.

Uma das principais alternativas para tal finalidade é o registo fotográfico. Como a arte urbana consiste em uma arte efémera, existe uma preocupação em registar o desenho estampado em nos murais da cidade e que estão sujeitos às intemperes do ambiente externo e podem desaparecer a qualquer momento. A divulgação das obras através das redes sociais e sua imortalidade na internet traz a ideia que ela manterá a memória do painel vivo mesmo que o próprio desapareça, ou seja substituído. Assim as fotografias, além de serem registadas pessoalmente, também ficam armazenadas na rede e acessíveis a diferentes públicos, provenientes de qualquer lugar do mundo, a qualquer momento.

A Galeria de Arte Urbana, como poder público detém um processo de inventariação. No próprio site conseguimos aceder a uma espécie de catálogo das obras, com fotografias de obras vigentes e de obras extintas, e estabelecer filtros para a pesquisa, de acordo com o interesse principal.

[...] nós temos um inventário e um arquivo muito importante que mantemos constantemente. Estamos sempre a inventariar as obras que aparecem na cidade de Lisboa, e a parte de inventariação das obras, pra gente, é extremamente importante. [...] Para nós o efémero é um princípio, nós temos é que ter capacidade de nos registar. Portanto a salvaguarda é feita por aí, é feita não na obra em si, mas pelo inventário que nós podemos criar. E aí nós inventariamos desde as obras que nós fazemos, às obras que aparecem até muitas vezes ilegais: nós inventariamos também. (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Essa medida é realizada o mais breve possível após o surgimento de novas obras, pois a arte urbana não tem prazo para desaparecer. Medida significativa para mantermos a memória das intervenções artísticas, pois sem o registo correm o risco de se perderem ao longo da história. Outra forma de salvaguarda é o próprio livro da Zest Books. Com o

livro torna-se possível ter a arte urbana nas mãos, torna-se possível uma maior riqueza na análise dos detalhes e torna-se possível a preservação da memória. Um dos propósitos do caso Street Art Lisbon passa também pela junção entre a prospecção do imaginário e a preservação da memória das obras ali impressas, estipuladas como parte do roteiro sugerido.

Nas entrevistas, esse paradoxo sobre a efemeridade, foi colocado com o propósito de que os entrevistados pudessem exatamente relatar as vantagens e desvantagens dessa característica própria da arte das ruas, a partir da experiência que eles possuem.

“[...] primeiro, mais do que ser positiva ou não, é uma das condições. Ou seja, é uma característica inata da arte urbana, ela ser efémera. E o facto de ser efémera tem vantagens e tem desvantagens. Claro que tem a desvantagem de passar uns tempos a peça já lá não está, mas por outro lado tem a grande vantagem das pessoas poderem vê-la a uma outra luz. Uma luz que é quente, que é uma peça que faz parte de uma cidade, que está sempre a mudar, que está sempre a evoluir [...] e há outras peças que vão substituindo e há um diálogo que vai sendo feito.”
(Nuno Lopes - Zest Books, maio 25, 2020)

A partir do pré-conceito de que a efemeridade poderia ser um ponto negativo pela brevidade da obra, fomos surpreendidos quando os entrevistados relatam a efemeridade como um significativo princípio da arte urbana. Eles não consideram que seja uma característica a ser analisada entre pontos positivos ou negativos, porque é um atributo que faz parte das ruas no seu modo de fazer arte. Ou seja, a partir das respostas obtidas, abriu-se uma nova análise desse quesito pelo facto de que eles não vêm nos *graffiti* a possibilidade dele não ser efémero, e relatam que os artistas também aceitam essa propriedade da arte e até muitas vezes apreciam a rotatividade que a arte urbana proporciona. Miranda ainda aponta que o cariz efémero da arte urbana faz com que a ameaça de emoções repetidas provocada pela repetição de narrativas seja atenuada (Miranda, 2015).

Hugo Cardoso relata sobre uma ocasião de quando uma importante obra do artista Alexandre Farto aka Vhils foi abaixo para dar lugar à um hotel. Por ser um artista renomado, houveram muitas reclamações da sociedade, mas que não deveria ser um problema visto que desde a criação da tal obra, o mesmo artista já criou outras tantas espalhadas pela cidade. O próprio Vhils, ao publicar em seu perfil na rede social¹⁶ a fotografia de algumas obras que já desapareceram, traz como legenda: “*Gone but not*

¹⁶ Publicações feitas pelo próprio artista em seu perfil oficial no Instagram: @vhils.

forgotten. Nothing lasts forever.”. Em outras palavras, a efemeridade é bem aceita pelos artistas, pelas empresas que trabalham com o ramo e pelo poder público.

É um diferencial, de todo. [...] aliás, nós no nosso site dizemos isso: a efemeridade e a intervenção da arte urbana é um princípio para nós, é um princípio orientador. Nós não retocamos as obras, nós achamos que isto da efemeridade faz com que cidade também se mantenha muito mais viva. (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Outro episódio relatado é acerca da obra *Brainstorming*, do artista Violant, (VER IMAGEM EM ANEXO) localizada na Graça: ela fazia parte da rota *The Real Street Art Tour* da agência *Estrela D’Alva Tour* e sua fotografia foi a publicação que mais gerou repercussão na rede social da empresa. No entanto, o edifício aonde localizava-se a pintura foi comprado e sua empena foi coberta por tinta branca. Ou seja, aonde antes era uma obra de arte valorizada veio a tornar-se novamente uma parede branca. Pedro Farinha conta que ele ainda passa pelo mesmo local durante a sua rota e conta essa história para demonstrar como a efemeridade se faz presente na arte urbana. O interessante de destacar aqui é que a reação da maioria das pessoas, em um primeiro momento, é de indignação:

E já tive pessoas, maior parte delas ficam "oh, que pena!". Há pessoas que se revoltam, porque é perspetiva. Eu digo assim: "Olha, eu gostava muito da obra e ainda mais foi aquela que tinha mais likes no meu Instagram (risos) [...] digamos 95% das pessoas reagem de uma forma emotiva, não choram como é óbvio, mas ficam tristes. [...]Depois vou falando o porquê da tela branca, portanto consigo devolver essa tristeza em 50% a essas pessoas. Pra mim, não tem problema, [...] a obra dele de facto é muito interessante, pronto. E era uma obra diferente. Mas não me entristece. (Pedro Farinha - Estrela D’Alva Tours, comunicação pessoal, maio 28, 2020)

No caso do livro *Street Art Lisbon*, Nuno Lopes ressalta que pelo facto de ser uma rota turística embasada no registo das obras, mudanças podem acontecer entre a publicação do livro e a visitação do leitor-turista. Uma obra pode vir a estar mais desgastada com o passar do tempo e não ter o mesmo aspeto do momento da captação da imagem para inserir no livro; ou mesmo uma obra pode sequer não existir mais. Entretanto ele diz que apesar de estar atento a esses detalhes, as pessoas lidam bem com essa possibilidade.

“Por isso enquanto percurso mantém-se o interesse e pode não estar aquela peça que eles viram no livro, mas irão encontrar uma outra peça que vai substituir e que faz todo o sentido.” (Nuno Lopes - Zest Books, maio 25, 2020)

De qualquer forma, a capacidade de adaptação da rota foi logo um dos primeiros desafios a ser citado como característica da arte efémera também no caso das empresas

Estrela D'Alva Tours e Discovery Lisbon. A rota turística pré-estabelecida muitas vezes têm de ser alterada porque a paisagem mudou. A dinamicidade paisagística traz movimento, gerando novidades e novas perspectivas. Em contrapartida, a alternância das obras também é vista como um sinal de vivacidade do local. Mantém vivo o interesse dos moradores e turistas, despertado pela curiosidade de não saber o que o espera em uma próxima visita, podendo assim atrair o mesmo público mais de uma vez. A constante mudança das obras também pode eventualmente atrair diferentes públicos caso a nova obra tenha um perfil de público diferente da anterior.

Tivemos que adaptá-lo várias vezes porque a arte urbana muda dinamicamente em Lisboa. [...] É bom sinal, que a cidade está viva, mas temos que mudar várias vezes as nossas tours. [...] Eu acho que é importante [...] ela ter uma rotatividade viva. Porque essa rotatividade viva é o que vai criar a atenção das pessoas. (André Martins – Discover Lisbon, comunicação pessoal, maio 20, 2020)

A efemeridade transforma-se em uma força da arte urbana. Como cita Hugo Cardoso durante a sua entrevista, isso dá-nos conta da capacidade de reinvenção e regeneração da vivência da própria cidade. Pedro Farinha também vê benefício da característica efémera das pinturas murais, contudo evidencia que por mais que as obras sejam preservadas na memória e por mais que ele tenha consciência de que não há espaço para que todas as obras sejam mantidas para a eternidade, ele acredita que determinadas obras são icônicas e que deveriam ser mantidas, do ponto de vista material mesmo. Obras que foram responsáveis por marcarem a história da arte urbana lisboeta, obras que já são tidas por grande parte da sociedade como indispensável ao cenário urbano, essas deveriam ser classificadas como obras-primas e possuem um ritual diferenciado para a sua preservação. Para ele, seria um ponto chave para a qualificação da arte urbana como património cultural.

Entender que seja obra-prima e [...] que seja conservada. Não faz sentido estar a pintar como fizeram há pouco tempo nos Amoreiras, pintaram por cima dos murais do Obey. [...] há aqui a necessidade de haver de facto uma classificação das obras. Por ventura depois, a criação de património. [...] Portanto é haver obras que não podem ser destruídas. (Pedro Farinha - Estrela D'Alva Tours, comunicação pessoal, maio 28, 2020)

Enquanto a classificação de obras icônicas prezam pelo destaque do valor cultural, valor social para ser gerado ainda o valor turístico, a qualidade efémera tem mais proximidade com os conceitos de ‘novos patrimónios’. A efemeridade tem relação com o património paisagístico, exatamente pela constante mutação no visual da paisagem;

enquanto a salvaguarda tem relação com o património digitalizado, pela possibilidade de manter a obra registada mesmo que ela desapareça com o tempo.

Uma classificação pode significar, em linguagem artística e museológica, uma curadoria. Uma curadoria para que fosse mantida as principais obras ali estipuladas, seria uma interessante alternativa para a preservação de obras que marcaram a história e a cidade no quesito *graffiti*, que foram relevantes para os desenhos chegarem ao patamar do grande reconhecimento, sendo muito apreciados pelos moradores e visitantes, obras famosas de artistas renomados.

Ainda não foi realizada em Lisboa nenhuma curadoria no sentido de identificar grandes obras de arte urbana especificamente para serem preservadas em seu estado original, sendo apenas restauradas, mas nunca exterminadas. Entretanto, surgem roteiros turísticos na cidade que utilizam dessas relevantes obras como atrativos para os visitantes enquanto elas permanecem ‘vivas’.

3.4 Arte urbana como atrativo turístico

De acordo com pesquisa realizada por Rita Miranda (2015), a primeira pessoa a criar um roteiro nessa categoria pela cidade de Lisboa foi uma holandesa chamada Helma Geerling em 2012, cujo tour ela denominou como *Street Art Graffiti Tour*. Em seguida, junto com algumas outras opções, surge a rota intitulada *The Real Lisbon Street Art Tour* da agência Estrela D’Alva, uma das empresas que nos concedeu entrevista para a elaboração deste trabalho. (Miranda, 2015)

Em grande parte das rotas criadas a partir dos murais espalhados pela cidade, a maioria das empresas que a realizam têm como foco principal a promoção turística da cidade de Lisboa e utilizam-se da arte urbana para diversificação da sua gama de produtos e para atender variados públicos. A partir das entrevistas realizadas, buscamos então entender de qual maneira e com quais elementos da arte urbana esse turismo pode ser fortalecido.

O nosso objetivo desde sempre foi exatamente a promoção da cidade de Lisboa. Essa será sempre o nosso main goal, será sempre esse. (André Martins – Discover Lisbon, comunicação pessoal, maio 20, 2020)

O que faz da arte urbana um atrativo turístico? Essa pergunta não poderá e nem temos a intenção de que ela seja respondida apenas com essa pesquisa. Mas o intuito é incitar a busca por respostas. Muitos elementos que compõem uma cidade acabam por

tornarem-se atrativos turísticos pela demanda dos visitantes. Múltiplos visitantes, que não passam por aquele local todos os dias, têm um olhar mais apurado para o entorno e particularidades do ambiente, enquanto o morador é absorto pela correria e ceticismo da rotina.

A partir desse olhar de encantamento e da valorização do *graffiti* como potencial instrumento para expansão turística, os murais são vistos como oportunidade de negócio pelas empresas turísticas privadas. Surge desse interesse, diferentes possibilidades para a criação de rotas através das cores, figuras, mensagens, desenhos e estilos da arte mural de rua. Foram criados alguns percursos distintos, por diferentes empresas, mas todos colocando os *graffiti* como personagens principais, apesar de diferentes referências e diferentes enfoques.

No decorrer da conversa com Hugo Cardoso, foi-lhe questionado sobre obras que na opinião dele deveriam estar presentes em qualquer rota de arte urbana. Como estamos a constatar nesta pesquisa, o número de trabalhos de *graffiti* espalhados pela cidade cresce exponencialmente e a oferta é vasta. Por isso, Cardoso pontuou algumas ‘obras-primas’ que na sua opinião dão significado à cidade de Lisboa no quesito arte urbana.

Eu diria que há projectos que são icónicos. Há o projecto Crono, ver Os Gêmeos ainda é um marco; ir ao Hospital Júlio de Matos ver os rostos do muro azul pela dimensão toda (são 67 obras ao longo de 2km com uma mesma matriz cromática), acho que é muito interessante esse processo; um projeto muito interessante eu acho que no mercado do Chão de Loureiro, em que se pintou um parque de estacionamento; há outra financiamento da EMEL em Entrecampos feito agora recentemente pela Vanessa Teodoro, que é muito giro; o Corleone, que está sempre a pintar na cidade e tem ali um campo de basquete que vale a pena ver aqui no Campo de Santana, no Campo Mártires da Pátria; os festivais MURO's, da vez do bairro Padre Cruz; como obra, para mim, muito interessante do Borondo, ou em Marvila como a obra que é referencial, que é o Kobra (Kobra é um dos reis da arte urbana); mas depois temos aqui o Shepard Fairey - o Obey - aqui na Graça.. é que são de facto, é que não é um bocadinho... [...] e depois temos pequenos diamantes, coisas que se calhar são mais pequeninas, que as pessoas não ligaram tantas: obras que o Felipe [Pantone] foi fazendo, que são geométricas mas que agarram em lugares de alguma forma que tão maltratados mas que ele dá outra força ou outra vida com intervenção que faz; os animais do Bordalo [II], que estão por aí espalhados na cidade são muito interessantes; é o que não falta. (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

A Galeria de Arte Urbana, por si só não realiza tours privados para turistas diretos. O website da instituição fornece mapas e roteiros sugeridos para os curiosos, mas não indica guias e nem empresas específicas. Pelo facto de serem uma entidade pública e

possuírem ferramentas que as empresas privadas não têm, poderia ser uma concorrência desleal e eles optaram por não entrar nesse mercado. Contudo, eles podem auxiliar e ajudar a desenvolver qualquer atividade turística relacionada à arte urbana que as empresas necessitem. Como um órgão público não se intrometem na concorrência, mas estão aptos à esclarecimento de dúvidas e opiniões perante às ações tomadas pelas empresas.

São totalmente livres [as empresas, para criarem os percursos]. Aliás, nós já fomos muitas vezes contactados por empresas turísticas, e o que nós achamos é que devem ser...são coisas completamente diferentes. Nós, se as empresas quiserem algum apoio, ou alguma ajuda, nós estaremos cá para discutir com elas, mas quebrar as empresas de desenvolverem seu programa de percurso, e de rotas que podem fazer, e que deve correr de forma autónoma, não passam por nós. (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Por esse trecho retirado da entrevista de Hugo Cardoso, podemos compreender então que a instituição da Câmara serve como apoio para a elaboração de roteiros de arte urbana na cidade de Lisboa. Sendo um apoio, não há exigência quanto à escolha de quais obras serão destacadas em cada roteiro. A GAU deixou claro que cada empresa tem a sua autonomia na escolha do percurso e que não é necessária autorização para a inclusão de qualquer obra de arte urbana específica em atividades turísticas, que podem ‘coexistir de maneira perfeitamente pacífica, sem problema nenhum’ (Hugo Cardoso, comunicação pessoal, maio 19, 2020). Sendo assim, cada empresa tem a sua motivação individual para a escolha da rota a desenvolver.

Para além de apenas coexistirem pacificamente, Hugo Cardoso ressalta a aprovação por parte da GAU no que se refere à utilização da arte urbana como um meio de financiamento para a população local, maioritariamente através do turismo. O aproveitamento das intervenções artísticas por parte dos moradores do bairro que as recebeu podem trazer benefícios para a população local e arredores, e por este motivo Hugo Cardoso cita em entrevista que faz todo o sentido esse movimento acontecer.

[...] a Boutique da Cultura, que é uma associação [...] faz visitas guiadas do MURO no bairro Padre Cruz. Porque é uma associação local, que faz muito sentido que essa associação local possa até ter um processo de financiamento a partir daquelas intervenções. [...] Temos uma associação por exemplo, que é a Associação das Mulheres Sem Fronteiras faz um percurso da arte urbana no feminino em Marvila, tivemos lá uma série de mulheres a intervir. (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Além das empresas turísticas, foi destacado neste presente estudo a publicação de dois volumes do livro *Street Art Lisbon* pela editora Zest Books. Trata-se de um material que de certa maneira, também exerce a função de ferramenta para a propagação da arte urbana através do formato turístico. Os dois volumes contam com um mapa indicativo da localização das obras, proporcionando uma rota guiada pelos trabalhos selecionados para tal publicação. Ou seja, o leitor torna-se também um turista ao percorrer a cidade guiando-se pelo livro. O livro pode ser considerado o guia, enquanto o leitor, turista. E pelo que relata Nuno Lopes, fundador da editora, o mapa teve um ótimo retorno por parte dos compradores do livro, o impacto foi maior do que eles esperavam.

O mapa acaba por ter um impacto curioso. Nós quando o fizemos, não achávamos que fosse ter um impacto tão grande, mas de facto tem um impacto grande porque quando nós no Street Art Portugal¹⁷ fizemos sem mapa, tivemos imensas queixas. [...] O mapa tem relevância na escolha, por isso não é só a parte gráfica, a imagem, o mural; mas existe também o interesse muito específico pelo mapa e, para que as pessoas consigam seguir fazer o percurso. (Nuno Lopes - Zest Books, maio 25, 2020)

Diante de uma oferta extensa e diversificada (e em constante mutação e crescimento), quais serão os critérios estabelecidos por parte das empresas para a escolha de cada obra a ser apresentada em seus trabalhos? Há um fator predominante em comum ou cada uma delas atua em perspectivas diferentes? O critério foi uma das questões apresentadas nas entrevistas e pudemos identificar três principais elementos que norteiam o momento de definição por parte das organizações interessadas: transporte disponível para o tour, localização e proximidade dos murais, repercussão da obra (se foi uma obra marcante para a história da arte urbana lisboeta, ou se é uma obra famosa e reconhecida internacionalmente). Há ainda alguns outros pontos a serem destacados como a legalidade das obras, o interesse do cliente e do guia, ou a própria efemeridade – já destacada acima.

O roteiro já não é o mesmo. [...] Várias peças foram sendo mudadas e a rota mudou eu diria em dois, três anos mudou para aí umas 15, 20 vezes. Portanto foi sendo adaptada ao que se pode fazer a pé, dentro do que nós sabemos que vais existir no dia-a-dia. [...] A razão foi essa...foi caminho a pé, com uma duração razoável de tour, foi neste sentido. (André Martins – Discover Lisbon, comunicação pessoal, maio 20, 2020)

Destaca-se nesse discurso a efemeridade das obras que citamos anteriormente. Nesse trecho é possível notar como a efemeridade pode trazer adaptações e renovações

¹⁷ Outro título publicado pela editora Zest, o qual engloba obras de arte urbana em diversas cidades do país.

para os circuitos turísticos. Uma arte genuinamente efémera traz mais dinamicidade para a cidade e também para as próprias rotas.

Para o caso específico dos dois volumes do livro *Street Art Lisbon*, houve ainda alguns argumentos mais cautelosos para a definição do que entraria ou não para o livro, pois este seria uma forma de registrar e salvaguardar as obras. A legalidade por exemplo, uma questão que não entrou em pauta no trajeto turístico presencial, entrou em pauta na publicação das imagens no livro. Um dos atributos norteadores para que o trabalho pertencesse ao portfólio elaborado pela Zest, é que o mesmo fosse reconhecido pela Galeria de Arte Urbana. Apesar da GAU inventariar muitos dos trabalhos feitos na ilegalidade, a Zest Books optou por esse critério para que não ressaltasse ou enaltescesse erroneamente qualquer trabalho que pudesse estar a prejudicar trabalhos anteriores ou patrimónios antes já intitulados.

“No caso de Lisboa especificamente, primeiro havia critérios essenciais de que as obras tinham que na sua maioria, deviam ser legais. Ou seja, nós procuramos e desde logo apostamos a trabalhar com a GAU, e a GAU sendo uma estrutura da Câmara Municipal, só faria sentido colocar peças que tivessem sido selecionadas por eles. Ou seja, peças que eram completamente ilegais, nós tentávamos evitar. Mas nós colocamos algumas, várias peças, porque há artistas que vêm cá fazer peças legais, mas depois gostam sempre de fazer as suas outras peças, e são ótimas e fazem parte... e a Câmara também as aprecia. Mas havia peças que nós recusamos logo à partida, nós e a Câmara colocar peças de alguma forma que danificavam também património.” (Nuno Lopes - Zest Books, maio 25, 2020)

Fora esse atributo da legalidade, foi também avaliado na criação do livro o quesito temporal. Ou seja, dentro dos inúmeros *graffiti* que a cidade de Lisboa oferece, eles determinaram que seria apenas incluído obras criadas e relevantes em um determinado período de tempo pré-estabelecidos. Foram priorizadas obras que marcaram momentos importantes da arte urbana lisboeta e obras recém-pintadas, em um período de cerca de até três anos antes da publicação do livro. Com o passar dos anos, e devido ao princípio da efemeridade já discutido nesse capítulo, viu-se a necessidade da elaboração de um segundo volume (e planeja-se o terceiro), para a atualização das obras nos anos subsequentes.

“Outro dos critérios que nós quisemos nessa primeira fase, foi um critério temporal. Ou seja, não quisemos colocar peças que ficassem muito para trás, quisemos balizar dentro

de um período. [...] O volume um tem algumas peças para trás, mas não muitas, só aquelas mais emblemáticas dos Gémeos, e etcetera e tal que foram aquelas grandes que marcaram épocas e que ainda se mantém, e que se vão manter pela sua importância, pela sua dimensão. Nós tentamos balizar entre dois, três anos...e aí é o que faz sentido.”
(Nuno Lopes - Zest Books, maio 25, 2020)

A seleção feita pela editora Zest foi a que mais se destacou das demais pelo facto de ser uma proposta um pouco diferente. Não consiste em um programa de deslocamento em grupo, aonde as pessoas deverão seguir exatamente aquela ordem, através de um guia, com início e fim estipulados, com duração restrita. O propósito da elaboração do livro foi ligeiramente diferente do propósito da elaboração dos roteiros, e por isso alguns critérios são levados em consideração na edição, e que não necessariamente são uma preocupação para a composição dos roteiros presenciais. Podem ser vistos como critérios enriquecedores para a segmentação das rotas, para a personalização dos trajetos, mas não são os critérios essenciais e primordiais para o início do funcionamento da atividade turística.

Contudo, de qualquer das formas, o critério primordial que determinou muitas escolhas dentro de todas as rotas aqui analisadas foi o critério localização. Para o caso da Zest Books também não foi diferente. A proximidade das obras; os arredores; a proximidade com os pontos turísticos; os obstáculos no caminho a percorrer; transporte disponível: todos esses, são elementos rapidamente pensados por aqueles que elaboraram os roteiros, pelo facto de serem os mais substanciais na execução e operacionalização do tour.

Mas depois aquilo tinha que ter alguma sequência, [...] faria mais sentido visto que estamos em Lisboa, [...] que as pessoas usassem aquilo como guia, como roteiro. E como tal, a proximidade acaba por ser relevante. E daí a forma como nós encadeamos as obras é um encadeamento lógico geográfico, as obras que estão na sua proximidade. (Nuno Lopes - Zest Books, maio 25, 2020)

Entende-se então que a localização acaba por traçar o percurso do roteiro, acaba por ser responsável pela definição da ordem na qual as obras serão apresentadas, a proximidade de uma obra com a outra define quais serão os principais pontos incluídos na rota. No caso da agência Estrela D’Alva, onde o tour é feito em carrinha e permite maior mobilidade, a preferência e perfil do turista também é levada em consideração na hora da escolha das obras a serem visitadas.

Não é pré-definido. [...] Inicialmente, eu tenho feito nos moldes em como o Vasco o fazia que é perguntar a pessoa, se a pessoa tem algo que queira ver [...] Portanto nesse aspeto de como o tour é conduzido, é algo mais sensível do que propriamente organizado. (Pedro Farinha - Estrela D'Alva Tours, comunicação pessoal, maio 28, 2020)

As obras escolhidas para serem apresentadas em cada tour realizado são de suma importância para a imagem da arte urbana no país. O turismo traz um recorte de arte urbana que ficará registado na memória de cada viajante, e essa recordação e experiência será transmitida para demais ouvintes e possíveis interessados em conhecer o trabalho exposto.

Cria-se um segmento novo, com público diversificado e, portanto, com maior abrangência e alcance cultural. A expansão de uma rota fora dos padrões convencionais que costumam ser explorados pelo sector turístico, valoriza-se os dois lados: o turismo e a arte urbana. À medida que os tours crescem em números de visitantes, cresce também a visibilidade e demanda. Com uma maior repercussão, a credibilidade do produto dentro do sector também aumenta: tanto dos turistas quanto do próprio *trade*. Ou seja, o valor turístico agregado àquele património cultural traz crescimento para a turismo, aumentando o engajamento e trazendo benefícios para a cidade.

O programa de arte urbana torna-se diferenciado dos programas turísticos tradicionais por não atrelar a rota somente à monumentos e edifícios históricos. A singularidade do atrativo turístico valorizado dentro da rota de arte urbana agrega valor ao produto e potencializa sua inserção a respeito da caracterização do mesmo como património cultural. Como já mencionamos anteriormente, um dos conceitos de património é estipulado pela sua singularidade e no caso do sector turístico, a atividade voltada para o nicho da *Street Art* e do *graffiti* reflete particularidades e diferencia-se dos circuitos regulares encontrados na cidade de Lisboa.

Há atributos que podem ser destacados como fortalecedores dessa conceção que a arte urbana tem a criar para si, como por exemplo a carrinha decorada com desenhos da Vanessa Teodoro pertencente à empresa Estrela D'Alva Tours. Por ser uma carrinha exclusiva para essa tipologia de tours, e por remeter à temática abordada, ela acentua ainda mais a particularidade e riqueza da rota.

Temos neste momento uma estrutura pequena: duas carrinhas, sendo que uma delas até está mesmo dedicada à arte urbana. [...] Tivemos a colaboração da Vanessa Teodoro, que é uma artista urbana com algum tempo, é uma pessoa já estabelecida em termos de arte urbana no panorama nacional; e ela fez a decoração. As pessoas ficam mais sensibilizadas, digamos, para o tour. Muitos dos nossos clientes não têm qualquer tipo de informação sobre a arte urbana,

portanto pretendem fazer algo diferente. (Pedro Farinha - Estrela D'Alva Tours, comunicação pessoal, maio 28, 2020)

A presente pesquisa foca-se mais nos aspetos qualitativos, para que possa ser possível perceber o impacto da atividade turística frente à arte urbana, e por isso leva em consideração as impressões dos entrevistados de acordo com o fenómeno. Devido a este facto não coletamos dados quantitativos quanto ao número de visitantes, número de tours realizadas, país de procedência do público que frequenta; mas questionamos os entrevistados sobre perfil daqueles que mostram interesse pela atividade e todos mencionaram que o público intercala entre nacionais e estrangeiros, tanto dos visitantes que frequentam as rotas turísticas na cidade de Lisboa, quanto os leitores que adquiriram o *Street Art Lisbon*. Outro ponto interessante a ressaltar é no tocante à faixa etária. Os entrevistados realizaram as entrevistas separadamente, mas tanto Nuno Lopes quanto Pedro Farinha e André Martins citaram o público entre 30 e 40 anos como os mais interessados no segmento turístico arte urbana.

Além do perfil etário e país de procedência, questionamos sobre os interesses daqueles que procuram esse tipo de tour, quais seriam os fatores de atração. O grande fator de atração inicial citado é a parte gráfica, o desenho retratado. Inicialmente nos deslumbramos com a beleza das cores, formas e harmonia do desenho exposto. O primeiro impacto vem do desenho gráfico, mas o interesse em uma rota com diversos trabalhos de arte urbana, de diferentes artistas, pode estar além disso.

Destacado pelos entrevistados foi o interesse cultural dos turistas que procuram na rota do graffiti uma maneira de conhecer a cidade sob uma perspectiva diferente, o turista que está aberto à novas experiências, mas que nem sempre tem conhecimentos prévios sobre a temática. Na realidade, segundo o relato dos entrevistados, a grande maioria dos visitantes não tem ‘nem sequer informação para além de Banksy’ (Pedro Farinha, comunicação pessoal, maio 28, 2020). Por isso, surge a ideia de Pedro Farinha em direcionar o tour para ‘formar turistas de arte urbana’, ou seja, pessoas que têm interesse na temática, mas que podem desenvolver uma consciência para além da apreciação do desenho gráfico executado nos murais. A criação de turistas ‘com formação’ em arte urbana traria benefícios para toda a cadeia turística relacionada ao redor do mundo, pois transformaria a curiosidade primitiva em conteúdo aprofundado para estudiosos e amantes do tema.

Isto é, um ponto bastante pertinente na elaboração das rotas é a preocupação em passar aspetos sociais e históricos da manifestação artística em questão e o contexto que

a mesma abrangência. Por isso, a classificação das obras expostas nas ruas como um ‘museu a céu aberto’, citada no capítulo anterior tem aqui grande relevância e faz sentido se pensarmos em todos os aspetos relevantes para o turista que escolhe o tour de arte urbana como seu passeio. Como citado no Capítulo dois, a musealização não abrange somente o espaço delimitado para guardar arquivos, mas sim um local “diante do qual adquirimos o sentimento de pertença, diante do qual sentimos que algo emerge” (Peixoto, 1998). Os *graffiti* encontrados no roteiro podem estar ao ar livre e da mesma maneira evocar o contexto e história do período, assim como despertar as emoções e os sentimentos que o remetem.

Com os roteiros já mais maduros, começam então a aparecer os *feedbacks*, e os diversos tours voltados para a arte urbana ganham espaço no cenário turístico lisboeta. O molde de um tour voltado para a arte urbana e *graffiti* começa a se caracterizar e crescer juntamente aos outros segmentos apresentados, conforme desenvolve a atividade turística em Lisboa.

A Street Art Tour, nós começamos em 2018 e as tours demoram sempre dois, três anos a maturar. [...] Na Street Art, a evolução foi mais agora nos últimos tempos, ao contrário do fado que sempre funciona muito bem; este ano estávamos a sentir que já estava a aumentar a procura deste tipo de serviço. [...] porque a Street Art Lisboa está no TOP10 mundial das cidades que têm a melhor arte urbana [...] no nosso Google Adwords conseguimos ter uma ideia do volume de pesquisas de um determinado serviço, e nós vimos que este ano comparado com o ano anterior que tinha triplicado ou quadruplicado, sabes? Portanto, já começava a existir algum turismo neste sector em Lisboa, daí o nosso aumento espectacular para fazer já para este verão, que obviamente agora não iremos fazer, mas íamos neste sentido. (André Martins – Discover Lisbon, comunicação pessoal, maio 20, 2020)

Com a propagação dos tours voltados para a obra mural de rua, mais pessoas passam a conhecer o conceito e, portanto, uma maior chance de atingir o público certo. Após o tour já ter um formato mais definido e mais concreto, torna-se mais viável analisar o público que está a frequentar as atividades, identificar semelhanças e diferenças, e assim moldar com mais precisão o público-alvo que se pretende atingir.

Na medida em que dos tours que apresentamos aos nossos clientes, muitos deles são sazonais, o da arte urbana consegue ser regular. Existe muita procura. Hoje em dia, tem já algumas empresas como a nossa que fazem também tours de arte urbana em carrinha, tem tuktuks; já fazem tuktuks...portanto é uma coisa que pela via do veículo havia já anteriormente walking tour. (Pedro Farinha - Estrela D’Alva Tours, comunicação pessoal, maio 28, 2020)

Em relação ao poder de engrandecer o património cultural que o turismo possui, pode ser analisado sob a perspetiva da visibilidade que Lisboa tende a ganhar nos

próximos anos. O que conseguimos perceber através das entrevistas é que o crescimento dos tours relacionados à arte urbana, têm tido um crescimento mais rápido do que os outros segmentos nos últimos anos. Apesar de ainda não atingir a marca de tours tradicionais, não ser ainda tão ‘universal’, é um ramo que antes da pandemia do COVID-19 mantinha um crescimento acelerado. Entretanto, será que é suficiente para Lisboa ser lembrada como uma capital da arte urbana? Ou então a arte urbana em Lisboa ser vista como um elemento ‘imperdível’ ou ‘característico’ da cidade, assim como o fado é actualmente?

As opiniões dividem-se nesse conceito. Enquanto Hugo Cardoso relata que a arte urbana já aparece como um dos atributos principais de Lisboa; André Martins e Pedro Farinha acham que ainda é preciso mais para ser caracterizada como um ‘elemento essencial’ lisboeta; como uma atração imperdível. Ou seja, acreditam que o turista não vê na Arte Urbana a principal motivação para vir à Lisboa, e sim mais como uma atividade complementar proveitosa.

Nota-se essa divergência de conclusões nos trechos a seguir. Hugo Cardoso os iguala a visibilidade internacional da arte urbana com símbolos lisboetas como pastel de nata, o eléctrico e o Mosteiro dos Jerónimos.

Esta intervenção mais muralista, mas com um impacto muito grande, e que Lisboa abraçou e que, de repente se tornou uma galeria a céu aberto, de facto deu uma dimensão, uma visibilidade, uma notoriedade internacional muito grande. Há pessoas que hoje, hoje por exemplo, se virmos a revista da TAP quando entramos em Portugal, e se virmos algumas das referências que eles dizem pra nós visitarmos em Lisboa, são os pastéis de nata, é o eléctrico, são os Jerónimos e a arte urbana. É um bocado...estes microcosmos, que a cidade de Lisboa tem. (Hugo Cardoso - Galeria de Arte Urbana, comunicação pessoal, maio 19, 2020)

Já André Martins acredita que o crescimento tem sido acelerado e que a arte urbana tem um grande potencial e relevância significativa. Entretanto, na visão dele a arte urbana não é auto-suficiente para alavancar o turismo. Para ele, há muitos *graffiti* importantes e que complementam de maneira prodigiosa o passeio para um turista em Lisboa, mas não há uma obra tão icónica ao ponto de fazer o turista se deslocar até Lisboa somente com o intuito de apreciá-la.

Óbvio com um aumento de 300%, claro que é significativo, obviamente. Mas não sei se se essas pessoas viriam para cá especificamente por causa da arte urbana. Uma pessoa vai à Paris porque quer ver a Torre Eiffel. A pessoa à Milão porque quer ver o Duomo. [...] Lisboa tem assim, aquela arte urbana fenomenal, fantástica, só há uma no mundo? Eu não sei. Acho que é bonito, temos coisas giras, mas não sei se temos algo que seja único, que vale a pena só ir à Lisboa,

só para ver isto, entendes? (André Martins – Discover Lisbon, comunicação pessoal, maio 20, 2020)

Dessa maneira verificamos que os participantes acreditam na arte urbana como atrativo turístico da cidade, mas nem todos a veem como uma das principais referências lisboeta. Por mais que a arte urbana possa ser considerada um património cultural através do reconhecimento de valores sociais, históricos, culturais e turísticos, não há garantias de que roteiros de arte urbana sobrevivam sozinhos no cenário turístico da capital portuguesa.

Após passarmos pelas análises separadamente, podemos conjugar que todas elas têm em comum a relação que a arte urbana e o turismo estabelece com a sociedade vigente. Notamos um progresso à medida que os cidadãos obtêm conhecimento acerca da manifestação artística e começam a os benefícios e render frutos através da intervenção. Podemos observar esse avanço quando a associação de moradores expressa sua vontade de ter obras de arte urbana em seu bairro, para valorização do mesmo, e mais ainda quando, por exemplo, a associação do bairro Padre Cruz elabora excursões por dentre seus murais, utilizando o potencial turístico das obras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos conceitos apresentados, das entrevistas realizadas e da observação empírica na realização dos tours pela cidade, podemos concluir que o turismo tem um papel importante na valorização patrimonial da arte urbana. Apesar de não ser o único artifício para perpetuação de sua história, saber e/ou obra, a visibilidade do objeto patrimonial cresce perante à atividade turística.

A partir dos conceitos de cidade criativa foi possível perceber que atualmente a arte urbana tem grande participação na revitalização de um local, despertando novamente uma movimentação econômica em locais antes abandonados. Vimos como exemplo, durante as entrevistas o caso do bairro Padre Cruz, onde os próprios moradores conseguiram tirar proveito da instalação de murais *graffiti* em sua vizinhança criando um roteiro turístico.

Com a definição de patrimônio também foi possível associar os elementos que estavam presentes na arte urbana através da classificação dos valores patrimoniais. Utilizando essa categorização como referência, foi possível reconhecer quais os valores primordiais para que a arte urbana se caracterizasse um elemento passível de preservação. O turismo entra então como uma artimanha para aumentar essa percepção da arte urbana como objeto patrimonial.

Um ponto importante a destacar é o facto de que o turismo está presente em todos os capítulos desse trabalho. O turismo permeou todos os conceitos como elemento intrínseco em todas as temáticas e aparece sob diferentes formas, em todas as abordagens. Tornou-se complicado a separação e a dissociação do tema turístico para este ser abordado apenas em um dos capítulos. No primeiro capítulo, aonde abordamos conceitos como cidade, espaço público, território, etc, sentimos necessidade de abordar também o conceito de turismo por ele ser uma alternativa bastante visada para a revitalização de uma cidade decadente, instituindo ou aprimorando o cariz criativo da mesma.

No segundo capítulo o turismo aparece novamente na ocasião da abordagem do patrimônio, confirmando a concepção de turismo cultural como aquele que capta a abrangência da noção de cultura, incluindo expressões artísticas complexas, mas também os modos de vida das pessoas (Smith, 2009). Após exposição dos dois conceitos primordiais de arte urbana e património, aparece também o turismo como complemento para melhor discernimento do processo de patrimonialização e

principalmente do processo de musealização. No capítulo três ele aparece então constantemente, visto que o último capítulo foi escrito para analisar a cidade de Lisboa à reflexo dos temas abordados nos outros dois capítulos anteriores.

Principalmente no capítulo três foi possível analisar a arte urbana lisboeta como potencial turístico, e como este não consegue ser dissociado dos outros três pontos destacados nas entrevistas. Analisamos primeiramente os quesitos visibilidade, relações sociais e humanas, e efemeridade e salvaguarda porque estão todos interligados e principalmente ligados ao turismo. A visibilidade e notoriedade da arte urbana e dos *graffiti* traz mais visitantes para o roteiro, promovendo a imagem da cidade. As relações sociais são aquelas que proporcionam a experiência completa ao turista, que possuem a substancialidade do produto turístico. Além disso, integrando a sociedade à atividade turística, é possível os próprios moradores se beneficiarem dessa prática, se beneficiarem de lucros com as intervenções realizadas. E por último a efemeridade, como um princípio dessa arte, agrega valor pelo seu diferencial. A rotatividade acaba se tornando um atrativo turístico característico e singular da arte das ruas. A salvaguarda é essencial para que seja propagada ainda mais a imagem da cidade de Lisboa afora, trazendo mais visibilidade e mais turistas, iniciando o ciclo outra vez.

O que se verifica em Lisboa é a existência de duas áreas que estavam simultaneamente em crescimento exponencial: arte urbana e turismo. O investimento estava a acontecer em ambas as linhas e a tomar maiores proporções dia após dia. Por consequência desse ritmo acelerado, tanto o turismo quanto a arte urbana têm crescido em visibilidade perante à Europa, e até globalmente como vimos no decorrer dessa pesquisa. Empreendedores locais conseguiram visualizar então a capitalização da arte urbana através da junção dessas duas tendências e criação de roteiros. A pesquisa feita por Ágata Sequeira e Ricardo Campos (2019) apresenta conclusões similares e ainda destaca:

É fundamental a existência de agentes locais, de empreendedores dos mais diversos perfis que criem novas oportunidades de negócio dirigidos aos turistas que visitam a cidade e que, portanto, fabriquem um novo produto turístico. (R. Campos & Sequeira, 2019)

Após a análise de todo o material recolhido, vale ressaltar algumas resultantes:

- A sociedade lisboeta tem aceitado as intervenções com menos resistência com o passar dos anos e principalmente após a institucionalização. Algumas pessoas já estão tão

habitadas com peças de arte urbana em seu cotidiano que sofrem com a efemeridade quando uma obra que já construíram certa afetividade, desaparece. Os artistas têm ainda uma certa resistência quanto à legalidade das suas intervenções, mas acabam por fazer obras encomendadas e continuam a agir na ilegalidade pela prática e cariz do movimento em seus primórdios.

- Com a definição e interligação dos conceitos de patrimonialização e musealização, podemos ressaltar os *graffiti* como importante instrumento para estudo e implantação de uma nova visão museológica. A inovação de conceitos tradicionais como ‘o museu’ e novas abordagens para aquilo que pode ser considerado património, evidencia a arte urbana sob diferentes olhares e traz seus valores para outro patamar perante à comunidade.

- A efemeridade não é vista como um inimigo dos *graffiti*, muito pelo contrário: é uma característica que a torna diferente, única, singular e conseqüentemente patrimonial. Os entrevistados, por exemplo, acreditam que a salvaguarda seja importante, mas ela não precisa necessariamente ser a preservação física da obra.

- A arte urbana em Lisboa possui atualmente grande visibilidade internacional e o turismo em Lisboa cresce exponencialmente a cada ano, mas a fusão das duas atividades ainda não é muito conhecida. Apesar da repercussão internacional da arte urbana alavancar o valor patrimonial da mesma, e o turismo contribuir para isso, a atividade turística em Lisboa ainda não é de prontidão caracterizada pelo movimento dos *graffiti* ou similares.

No caso da análise de como o mercado dos tours de arte urbana se comportaria perante ao grande crescimento do turismo em Lisboa, se iriam na mesma frequência (ou até mais acelerado, pelos relatos), acabou por ser bruscamente interrompido pela pandemia do COVID-19. Com o distanciamento social, proibição de viagens aéreas e todas as recomendações feita pela Organização Mundial de Saúde (OMS), o sector turístico foi fortemente prejudicado e o movimento não tem como ser comparado com os anos anteriores, deixando uma atmosfera de incerteza em relação a como será a retomada.

Sendo assim, soma-se a essas considerações, a imprecisão do amanhã e novos projetos. Ressaltamos aqui que as entrevistas foram realizadas durante o estado de emergência decretado como medida de contingência à pandemia COVID-19, o que influenciou diretamente as opiniões e expectativas dos entrevistados em relação ao futuro.

O isolamento social causou a redução drástica nas atividades turísticas e por isso não sabemos quando voltaremos ao fluxo normal e quando poderemos analisar quais os efeitos da crise mundial perante à arte urbana, perante ao turismo e perante à atividade que conjuga os dois elementos. O que pode ser analisado até aqui é que adaptações terão de ser feitas e alternativas terão de ser encontradas para que a arte urbana e o turismo possam voltar à ativa, já que as ruas e locais aglomerados não são os sítios a serem evitados no citado momento. A efemeridade e a salvaguarda virtual nesse momento acabam por ter ainda mais valor, por aumentar as possibilidades de reinvenção das atividades.

Com isso, encerramos nossa pesquisa conscientes de que ela abre precedentes para alguns questionamentos a respeito dos desdobramentos que aliam turismo e arte urbana, e também a respeito da situação pós-pandemia, que neste momento ainda é totalmente desconhecida.

A partir do entendimento de que a arte urbana pode ser considerada um produto turístico, seria interessante que o poder público tomasse medidas para uma turistificação planeada, como por exemplo a produção de arte de rua comissionada? Ou se ela fosse encomendada perderia a essência e a genuinidade do atrativo?

Qual será o comportamento da sociedade frente à arte urbana após a retomada do turismo? Pode ser um momento propício para fortalecimento da visão conjunta entre arte urbana e turismo, capaz de enaltecer os benefícios; ou apostar em roteiros antes já bem estimados pode ser uma atitude menos arriscada mediante a instabilidade da situação económica?

Essas perguntas surgem como material para próximos estudos que serão elaborados daqui para frente, consoante ao desenrolar da situação pandêmica mundial. Quanto ao nosso presente estudo, fruto da convergência de fatores analisados, podemos enfatizar que o produto turístico com enfoque nas obras de arte urbana representa um património fora dos itinerários turísticos maioritariamente padronizados pelos monumentos icônicos, mas que mesmo assim tem grande potencial de expansão na cidade de Lisboa. (R. Campos & Sequeira, 2019)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albagli, S. (2004) *Território e Territorialidade*. In: Sebrae. *Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva*. Brasília: Dumará. Disponível em <http://www.inspirebr.com.br/uploads/midiateca/d64c55dfd943251ede2b6330035a5994.pdf#page=24>. Acesso em: 19 de Setembro de 2019.

Alemão, S. (2017, abril 28) *Festival Muro 2017 atira-se a Trump e leva arte urbana a Marvila de 25 e 28 de Maio*. O Corvo, sítio de Lisboa. Disponível em: <https://ocorvo.pt/festival-muro-2017-leva-a-arte-urbana-a-marvila-entre-25-e-28-de-maio/>. Acesso em: 22 de Maio de 2020.

André, M. E. A. (1991) *Técnicas qualitativas e quantitativas de pesquisa: oposição ou convergência?* São Paulo: Faculdade de Educação-USP, cadernos CERU, n. 3, série II.

Andron, S. (2018) *Selling streetness as experience: the role of street art tours in branding the creative city*. The Sociological Review, v. 66, n. 5, p. 1036-1057.

Anico, M., & Peralta, E. (2006). *Patrimónios e Identidades. Ficções contemporâneas*. Oeiras, Celta Editora, 15-20.

Antonio, A. (2016, junho 1) *"Muro" levou a arte urbana ao Bairro Padre Cruz*. Rádio de Notícias, caderno TSF. Disponível em: <https://www.tsf.pt/cultura/arte/muro-levou-a-arte-urbana-ao-bairro-padre-cruz-5204628.html>. Acesso em: 25 de Maio de 2020.

Arsénio, D. & Taborda, A. (2017, setembro 30) Lara Rodrigues pôs idosos a pintar paredes de rua. N. 692. Disponível em: <https://www.sabado.pt/vida/detalhe/lara-rodrigues-pos-idosos-a-pintar-paredes-de-rua>. Acesso em: 15 de Maio de 2020

Bairro Padre Cruz. (2016, maio 10) *Quando o Bairro Padre Cruz se veste de arte urbana*. Público, caderno P3, coluna Instagram. Disponível em: <https://www.publico.pt/2016/05/10/p3/fotogaleria/quando-o-bairro-padre-cruz-se-veste-de-arte-urbana-385821>. Acesso em: 25 de Maio de 2020.

Barbedo, R. (2016, abril 2) *A arte urbana de negociar*. Sapo, caderno Exame. Disponível em: <https://visao.sapo.pt/exame/2016-04-02-A-arte-urbana--de-negociar/>. Acesso em: 22 de Maio de 2020.

Barranha, H. (org.) (2016) *Património Cultural: conceitos e critérios fundamentais*. Lisboa: IST Press e ICOMOS-Portugal

Batista, C. M. (2005). *Memória e identidade: aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural*. Caderno virtual de turismo, 5(3), 27-33.

Bellaigua, M. (1992) *O desafio museológico*. (Scheider, T. Trad.). Salvador: V Fórum de Museologia do Nordeste.

Bignami, R. (2005) *A imagem do Brasil no turismo – construção, desafios e vantagem competitiva*. São Paulo: Aleph.

Boutique da Cultura. *Programação*. Disponível em: <https://www.boutiquedacultura.org/> Acesso em: 25 de Maio de 2020.

- Brighenti, A. (2007). Visibility: A category for the social sciences. *Current sociology*, 55(3), 323-342.
- Brighenti, A. M., Campos, R., & Spinelli, L. (2011). *Uma Cidade de Imagens*. Lisboa: Editora Mundos Sociais. Disponível em: http://www.mundossociais.com/temps/livros/01_23_12_23_cidadeimagensfftindiceint.pdf
- Câmara Municipal de Lisboa. (2016) *Galeria de Arte Urbana*. Disponível em: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>. Acesso em: 20 de Novembro de 2018
- Campos, R. (2009a). “All City”— *Graffiti Europeu como modo de comunicação e transgressão no espaço urbano*. *Revista de Antropologia*, 11-46.
- Campos, R. (2009b). *Entre as luzes e as sombras da cidade: visibilidade e invisibilidade no graffiti*. *Etnográfica*. *Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia*, 13(1), 145-170.
- Campos, R. (2009c). *A imagem é uma arma: a propósito de riscos e rabiscos no Bairro Alto*. *Arquivos da Memória*, (5), 47-71.
- Campos, R. (2010) *Porque pintamos a cidade? Uma abordagem etnográfica do Graffiti Urbano*. Lisboa: Fim de século.
- Campos, R. (2017). *O espaço e o tempo do graffiti e da street art*. *Cidades. Comunidades e Territórios*, (34).
- Campos, R., & Sequeira, Á. (2019). *Entre VHILS e os Jerónimos: arte urbana de Lisboa enquanto objeto turístico*. *Horizontes Antropológicos*, (55), 119-151.
- Campos, R., & Sequeira, Á. (2020). *Urban art touristification: the case of Lisbon*. *Tourist Studies*, 20(2), 182-202.
- Cardoso, J. A. (2014, julho 31). *Um livro-mapa da street art de Lisboa, com GPS e tudo*. Público, caderno Ípsilon. Disponível em: <https://www.publico.pt/2014/07/31/culturaipsilon/noticia/ver-a-arte-urbana-de-lisboa-como-um-turista-ou-como-se-estivesse-de-ferias-na-sua-cidade-1664836>. Acesso em: 29 de Abril de 2020.
- Carvalho, J. R. de. (2012, maio 15) *Três anos depois*. Galeria de Arte Urbana 3 anos. Câmara Municipal de Lisboa. Disponível em: https://issuu.com/galeriadearteurbana/docs/livro_gau_3anos_web. Acesso em: 20 de Julho de 2018
- Castro, A. L. S. D. (2013). *Museu e turismo: uma relação delicada*. Disponível no repositório das apresentações e palestras nos Encontros Nacionais de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação: <http://repositorios.questoesemrede.uff.br/repositorios/handle/123456789/845>
- Clair, J. (1976). *As origens da noção de ecomuseu*. Cracap Informations, pp. 2-4.
- Cidade. (sf). *Dicionário Michaelis on-line da Língua Portuguesa*. Recuperado de <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/cidade/>. Acesso em: 08 de Agosto de 2020.
- Coli, J. (2017). *O que é arte*. Brasiliense.

- Corrêa, R. L. (2003). *Região e organização espacial*. São Paulo: Ática.
- Costa, P. (2000). *Centros e margens: produção e práticas culturais na Área Metropolitana de Lisboa*. Lisboa: *Análise Social*, vol. 154, pp. 957-983.
- Costa, P. (2007). *A cultura em Lisboa*. Lisboa: ICS.
- Costa, P., Seixas, J., & Oliveira, A. R. (2009). *Das cidades criativas à criatividade urbana? Espaço, criatividade e governança na cidade contemporânea*. In: 1º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde (pp. 2714-2746).
- Cristino, S. (2017, abril 3) *Arte urbana em Lisboa é muito mais do que pinturas em grandes fachadas*. O Corvo, sítio de Lisboa. Disponível em: <https://ocorvo.pt/graffiti-em-lisboa-e-muito-mais-que- apenas-pinturas-em-grandes-murais/>. Acesso em: 21 de Maio de 2020.
- Ctrl+Alt+Rua. (2015, dezembro 15) *Violant, um estilo de vida muralista*. Disponível em: <https://ctrlaltrua.wordpress.com/2015/12/15/violant-estilo-de-vida-muralista/>. Acesso em: 16 de Junho de 2020
- Da Costa, R. H. (2004). *O mito da desterritorialização: do " fim dos territórios" à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Daolio, J. (2018). *Educação Física e o Conceito de Cultura: polêmicas do nosso tempo*. Autores associados.
- Davallon, J. (2002). *Comment se fabrique le patrimoine?*. *Sciences humaines*. Hors série, (36), 74-77. Disponível em: https://www.scienceshumaines.com/comment-se-fabrique-lepatrimoine_fr_12550.html. Acesso em: 25 de Março de 2020.
- Diógenes, G. (2015). *Artes e intervenções urbanas entre esferas materiais e digitais: tensões legal-ilegal*. *Análise social*. *Revista do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa*, pp. 682-707.
- Direção Geral da Saúde (2020). *COVID-19*. Disponível em: <https://covid19.min-saude.pt/>. Acesso em: 10 de Agosto de 2020.
- Discover Lisbon. (2019) *Street Art Tour*. Disponível em: <https://www.discoverlisbon.org/> Acesso em: 15 de Novembro de 2019.
- Eliot, T. S. (1996). *Notas para uma Definição de Cultura*. (Sampaio, E. Trad). Lisboa, Edições Século XXI, pp22-37.
- Estratégia Turismo 2027. Lisboa: Turismo de Portugal, 2017. Disponível em http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET27.pdf. Acesso em: 10 de Maio de 2020.
- Estrela D'Alva Tours. (2020). *The Real Lisbon STREET ART Tour*. Disponível em: <https://estreladalva.pt/pt/tours/tours-tematicos/the-real-lisbon-street-art-tour>. Acesso em 10 de Maio de 2020.
- Felix, T. W. C., & Lemes, V. L. L. (2014, agosto 10-16) *As geografias: seu reflexo na educação brasileira*. Vitória, Anais do VII Congresso Brasileiro. Disponível em: http://www.cbg2014.agb.org.br/resources/anais/1/1404322070_ARQUIVO_AS GEOGRAFIAS.SEUREFLEXONAEDUCACAOBRASILEIRA.pdf. Acesso em 10 de Maio de 2020.

- Ferreira, L. C. L. (2011, setembro 27-30). *A Liberdade nas ruas: uma breve análise dos grafiteiros de Belém*. Revista-memória do I CLIC: Culturas, Linguagens e Interfaces Contemporâneas, UFPA.
- Ferreira, M. L. M. (2006). *Patrimônio: discutindo alguns conceitos*. Diálogos-Revista do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História, 10(3), 79-88.
- Figueiredo, A. M. L. (2006). *A função turística do patrimônio: questionamentos sobre a ideia de sustentabilidade do turismo cultural*. Caderno Virtual de Turismo, 5(4).
- Figueiredo, M. C. V. D. (2017). *Patrimonializar as pinturas murais da cidade de Lisboa na época do Estado Novo*. (Tese de doutoramento). Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, Portugal. Disponível em: file:///C:/Users/user/Downloads/catarina_doutoramento_vfr.pdf. Acesso em 15 de Maio de 2019.
- Figueiredo, S. L. (2008) *Espaços de Cultura nas Cidades: notas sobre o ordenamento, acessibilidade e turistificação*. In: Figueiredo, S. L. (org.). *Turismo, lazer e planeamento urbano e regional*. Belém: NAEA, pp. 79-92.
- Fio, H. M. A. (2016). *Educação patrimonial: o património cultural e a escola no município do Lubango* (Tese de doutoramento). Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal. Disponível no RUN: <http://hdl.handle.net/10362/18437>. Acesso em 15 de Maio de 2019.
- Francisco, S. (2016, setembro 17) *Petição pede novas regras contra graffiti em Lisboa*. Diário de Notícias. Disponível em: <https://www.dn.pt/sociedade/peticao-pede-novas-regras-contr-graffiti-em-lisboa-5393664.html>. Acesso em 05 de Junho de 2020.
- Giaccardi, E. (2011). *Things we value*. Universidad Carlos III de Madri: Interactions, 18(1), 17-21
- Gitahy, C. (1999), *O que é graffiti*, São Paulo, Brasiliense, Coleção 312 Primeiros Passos.
- Gomes, G. & Mouro, T. (2019, novembro 20). *A Arte Urbana Rostos do Muro Azul*. Get Lisbon, Caderno Descobrimdo. Disponível em: <https://getlisbon.com/descobrimdo/arte-urbana-rostos-muro-azul/>. Acesso em: 22 de Maio de 2020.
- Gomes, G. & Mouro, T. (2019, julho 10). *Arte Urbana no Bairro Padre Cruz*. Get Lisbon, Caderno Descobrimdo. Disponível em: <https://getlisbon.com/descobrimdo/arte-urbana-bairro-padre-cruz/>. Acesso em: 22 de Maio de 2020.
- Goran, D. (2016, agosto 27) *Kelburn Castle: A delightful contrast between a 13th-century Scottish castle and 21st-century urban Brazilian graffiti*. The Vintage News. Disponível em: <https://www.thevintagenews.com/2016/08/27/priority-kelburn-castle-delightful-contrast-13th-century-scottish-castle-21st-century-urban-brazilian-graffiti/>. Acesso em: 31 de Julho de 2020.
- Gottmann, J. (2012). *A evolução do conceito de território*. Boletim Campineiro de Geografia, 523-545. Disponível em: http://agbcampinas.com.br/bcg/index.php/boletim-campineiro/article/view/86/2012v2n3_Gottmann. Acesso em: 18 de Novembro de 2018
- Gralha, C. (2017, maio 28) *Chemainus, a cidade canadiana que é uma galeria ao ar livre*. Mundo Indefinido. Disponível em: <https://mundoindefinido.com/chemainus-galeria-ao-ar-livre/>. Acesso em 25 de Maio de 2020.

Gralha, C. (2017, setembro 24) *Lisboa alternativa: arte urbana no Bairro Padre Cruz*. Mundo Indefinido. Disponível em: <https://mundoindefinido.com/lisboa-arte-urbana-padre-cruz/>. Acesso em 25 de Maio de 2020.

Guerreiro, A. (2018, dezembro 8). *Vem aí um passeio para ver a arte urbana de Lisboa*. Portal NIT, caderno Teatros e Exposições. Disponível em: <https://nit.pt/coolt/teatro-e-exposicoes/vem-ai-um-passeio-para-ver-a-arte-urbana-de-lisboa>. Acesso em: 25 de Maio de 2020.

Günther, H. (2006). *Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: esta é a questão?*. Psicologia: teoria e pesquisa, 201-209. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/%0D/ptp/v22n2/a10v22n2.pdf>. Acesso em: 08 de Janeiro de 2019.

Heitor, G. K. M., & de Souza Chagas, M. *Museu como lugar de torna-se: o conceito de empatia em Gilberto Freyre*. Ficha catalográfica elaborada pela biblioteca do MAST, 10. IN: Campos, Y. D. S. de (org.). *Patrimônio Cultural Plural*. Belo Horizonte: Arraes Editores.

Honorato, G., & Marinho, F. (2013). *Grafite: Da marginalidade às galerias de arte*. Programa de Desenvolvimento Educacional–2008/2009. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/1390-8.pdf>. Acesso em: 3 de Julho de 2020.

ICOMOS. (1964) *Carta de Veneza: dispõe sobre conservação e restauração de monumentos e sítios*. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20de%20Veneza%201964.pdf>. Acesso em: 22 outubro 2019.

ICOMOS. (2008) *Carta dos itinerários culturais*. Disponível em: <http://icomos.fa.utl.pt/documentos/cartasdoutrina/ICOMOSPortugalCartaItinerariosCulturais.doc>. Acesso em: 22 outubro 2019.

ICOMOS. (2011) *Princípios de Valletta para a salvaguarda e gestão das populações e áreas urbanas históricas*. Disponível em: https://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Charters/Valletta_Principles_Portuguese.pdf. Acesso em: 22 outubro 2019.

Iniciativas. (2013, abril 5) *“Os Lusíadas” vão ter um mural em graffiti em Lisboa*. Disponível em: <https://visao.sapo.pt/iniciativas/2013-04-05-os-lusíadas-vao-ter-um-mural-em-graffiti-em-lisboaf722302/#&gid=0&pid=3>. Acesso em: 25 de Maio de 2020.

Isaac, A. (2013, setembro 11) *Graffiti e Street Art. Muita tinta! #Momentos*. Disponível em: <https://armandoisaac.blogs.sapo.pt/31333.html> > acessado em 02 de Maio de 2020.

Kotler, P. (1978). *Marketing para organizações que não visam o lucro*. Atlas.

Jokilehto, J. (2005). *Definition of cultural heritage: References to documents in history*. ICCROM Working Group ‘Heritage and Society, 4-8.

Joly, M. (1996). *Introdução à análise da imagem*. Papirus editora.

Junta de Freguesia de Alvalade. (2018, abril-junho) *Arte a céu aberto nas ruas de Alvalade*. Revista trimestral Abril Junho/2018, n. 12, 4-5. Disponível em: https://issuu.com/jfalvalade/docs/jfa_revista12_issuu > acessado em 19 de Junho de 2020

- Le Goff, J. (2003). *História e memória*. (5ª ed). São Paulo: Editora da Unicamp.
- Leitão, S. (2018, novembro 3) *Violant: Muralismo versus Moralismo*. mediatejo.net. Disponível em: <https://www.mediatejo.net/medio-tejo-violant-muralismo-versus-moralismo-c-fotos-e-video/> > acessado em 16 de Junho de 2020.
- Leite, M. A. F. P. (1994). *Destruição ou desconstrução: questões da paisagem e tendências de regionalização*. São Paulo: Ed Hucitec / Fapesp, 117p
- Leite, E. & Marques, J. (2007) *Patrimônio Histórico: Turismo Cultural e a Interface com a divulgação digital*. INTERCOM. São Paulo: EACH-USP. Disponível em livros eletrônicos de resumo do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1291-5.pdf>. Acesso em 21 de novembro de 2019.
- Lima, D. F. C. (2012). *Museologia-Museu e Patrimônio, Patrimonialização e Musealização: ambiência de comunhão*. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas, 7(1), 31-50.
- Lopes, J. T. (2000). *A cidade e a cultura. Um estudo sobre práticas culturais urbanas*. Porto: Edições Afrontamento.
- Lusa, Agência de notícias de Portugal. (2014, junho 1) *Arte Urbana traz a Lisboa responsável por exposição da Tate*. Cultura ao Minuto, caderno Conferência. Disponível em: <https://www.noticiasao minuto.com/cultura/227698/arte-urbana-traz-a-lisboa-responsavel-por-exposicao-da-tate>. Acesso em: 17 de Julho de 2020.
- Lusa, Agência de notícias de Portugal. (2015, abril 26) *Visitas guiadas de arte urbana em Lisboa atraem sobretudo turistas estrangeiros*. Sapo, caderno Atualidade. Disponível em: https://www.sapo.pt/noticias/atualidade/visitas-guiadas-de-arte-urbana-em-lisboa_553c7f8a6301b26350528942. Acesso em 22 de Maio de 2020.
- Lusa, Agência de notícias de Portugal. (2016, abril 28). *Muro - Festival de Arte Urbana no Bairro Padre Cruz a partir de sábado*. Público, caderno Ípsilon, coluna Artes. Disponível em: <https://www.publico.pt/2016/04/28/culturaipsilon/noticia/muro-festival-de-arte-urbana-no-bairro-padre-cruz-a-partir-de-sabado-1730383>. Acesso em 25 de Maio de 2020.
- Machado, I; Carrelo, M.; Pousinho, L. & Câmara, S. (2014a, julho 31) *BIP-ZIP 2014. Passeio Literário da Graça*. Galeria de Arte Urbana, edição especial. v.5. 7. Disponível em: https://issuu.com/galeriadearturbana/docs/gau_5_issuu. Acesso em 01 de Agosto de 2020.
- Machado, I; Carrelo, M.; Pousinho, L. & Câmara, S. (2014b, julho 31) *Google Art Project*. Internacionalização. Galeria de Arte Urbana, edição especial. v.5. 14. Disponível em: https://issuu.com/galeriadearturbana/docs/gau_5_issuu. Acesso em 01 de Agosto de 2020.
- Machado, I; Carrelo, M & Câmara, S. (2014c, outubro 30) *Reciclar o Olhar*. Além paredes. Galeria de Arte Urbana, edição especial. v.6. 15. Disponível em: https://issuu.com/galeriadearturbana/docs/gau_6_issuu. Acesso em 01 de Agosto de 2020.
- Marques, L.; Richards, G. (2014) *The dimensions of art in place narrative*. Tourism Planning and Development, v. 11, n. 1, p. 1-12.

Marques, M. (2017, fevereiro 18) *Roteiro por 11 obras de street art*. Diário de Notícias, caderno Artes. Disponível em: <https://www.dn.pt/artes/roteiro-por-11-obras-de-street-art-5675803.html>. Acesso em 29 de Abril de 2020.

Maroevic, I. (1997). *O papel da musealidade na preservação da memória*. (Scheiner, T. C. M). *Caderno de textos da disciplina Museologia*. Zagreb: Congresso Anual do ICOFOM.

Martins, V. S. C. (2012). *A arte de não esquecer-O graffiti urbano como mecanismo de preservação de memória coletiva. O caso Gisberta*. Porto.

McDowall, L. Albuquerque, C. (rev.). (2011, setembro 12) Castelo grafitado por brasileiros é alvo de controvérsia na Escócia. DW Brasil, caderno Cultura. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/castelo-grafitado-por-brasileiros-%C3%A9-alvo-de-controv%C3%A9rsia-na-esc%C3%B3cia/a-15373522>. Acesso em 31 de Julho de 2020.

Mela, A. (1999). *A sociologia das cidades*, col.«. Temas de Sociologia», Editorial Estampa, Lisboa.

Mensch, P. V. (1992). Modelos conceituais de museus e sua relação com o patrimônio natural e cultural. Boletim ICOFOM/LAM. 1a Reunião Anual do ICOFOM/LAM. Ano II, (4/5).

Meyer, R. M. P. (2006). O urbanismo: entre a cidade e o território. São Paulo: Ciência e Cultura, vol.58 no.1. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/pdf/cic/v58n1/a16v58n1.pdf>. Acesso em 13 de Maio de 2020.

MIRANDA, R. M. S. de. (2015). *“Debaixo de uma parede cinza ... existe um amor pela nossa Cidade”*. (OsGemeos) *Cidade, Turismo e Arte Urbana na área metropolitana de Lisboa*. (Dissertação de mestrado) Universidade de Lisboa, Lisboa Portugal.

MistakerMaker (2020). *Lata 65*. Disponível em: <https://mistakermaker.org/lata-65>. Acesso em 20 de Agosto de 2020.

Meirinhos, M., & Osório, A. (2016). O estudo de caso como estratégia de investigação em educação. *EduSer-Revista de educação*, 2(2), pp.49-65. Disponível em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/3961/1/O%20estudo%20de%20caso%20como%20estrat%20c3%a9gia%20de%20investiga%20c3%a7%20em%20educa%20c3%a7%20c3%a3o.pdf>. Acesso em 12 de Agosto de 2019

Moore, M. (2012, maio 15) *Três anos depois*. Galeria de Arte Urbana 3 anos. Câmara Municipal de Lisboa. Disponível em: https://issuu.com/galeriadearturbana/docs/livro_gau_3anos_web

Moore, R. (2017, abril 16) How down-at-heel Lisbon became the new capital of cool. *The Guardian*. Disponível em: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2017/apr/16/lisbon-new-capital-of-cool-urban-revival-socialist-government-poor-antonio-costa>. Acesso em: 18 Novembro 2018.

Morris, J. (2017, abril 3) *Street art – popular tourism attractions in Berlin*. *Tourism Review News*. Disponível em: <https://www.tourism-review.com/unique-tourism-attractions-in-berlin-news5345>. Acesso em: 3 maio 2020.

Museu do Design e da Moda (MUDE). (2014) *Mural de azulejos de André Saraiva junto ao jardim Botto Machado*. Coleção Francisco Capelo. Disponível em https://www.mude.pt/noticias/mural-de-azulejos-de-andre-saraiva-junto-ao-jardim-botto-machado_55. Acesso em 3 de Agosto de 2020.

Nagel, R. (2003). Imagens da revolução ou graffiti de 1974. Cadernos BAD, n.1, pp.75-80. Disponível em: [file:///C:/Users/user/Downloads/942-1958-1-SM%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/942-1958-1-SM%20(2).pdf). Acesso em 12 de Abril de 2020.

Neto, B. P. G. (2011), *Graffiti: do subversivo ao consagrado*. (Tese de Doutorado), Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil. Disponível em [file:///C:/Users/User/Downloads/942-1958-1-SM%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/942-1958-1-SM%20(3).pdf). Acesso em 12 de Abril de 2020.

Neves, P. S. (2017). *Significado de arte urbana*. Lisboa 2008-2014. Convocarte, pp.121-134.

Nicolas, D. H. (1989) *Teoria y praxis del espacio turístico*. Universidade Autônoma Metropolitana, Xochimilco, México.

Nora, P. (1984). *Entre memória e história: o problema dos lugares*. In: O Lugar de Memória. Editions Gallimard.

Oliveira, C. I. C. D., Ribeiro, L. B., Wilke, V. C. L., & Lima, J. L. (2012). Informação, memória e a ficção científica: as estratégias de sobrevivência na dinâmica do esquecimento e da lembrança. Disponível em http://repositorios.questoesemrede.uff.br/repositorios/bitstream/handle/123456789/321/GT3_Oliveira_et_al.pdf?sequence=1. Acesso em 30 de Abril de 2020.

Orientre. (2018, março 16) *O ponto cardeal mais cool de Lisboa*. Disponível em: <https://www.orientre.pt/cultura/do-outro-lado-do-muro-a-arte-urbana-em-marvila/>. Acesso em 22 de Maio de 2020.

Pedro, A. (2016, maio 5). *Aeroporto de Lisboa associa-se a Festival de Arte Urbana*. Sábado, caderno GPS. Disponível em: https://www.sabado.pt/gps/detalhe/aeroporto-de-lisboa-associa-se-a-festival-de-arte-urbana?ref=GPS_relacionadas_DET. Acesso em 25 de Abril de 2020.

Peixoto, N. B. *Arte & Cidade* (1998). In: Ferreira, G. (org.). (2006) *Crítica de arte no Brasil*, 485-493.

Peralta, Elsa (2000). *Património e Identidade. Os Desafios do Turismo Cultural*. Antropológicas, Nº 4, p. 217-224.

Pina, A. F. A. C. (2019). *Arte pública e comunidade: o impacto da arte urbana no Bairro Padre Cruz* (Tese de doutoramento) Disponível em repositório ISCTE: https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/19623/1/master_ana_correia_pina.pdf . Acesso em 15 de Maio de 2020.

Pinto, N. S. (2017, maio 25) *Marvila inunda 15 paredes de arte para derrubar muros*. Público. Disponível em: <https://www.publico.pt/2017/05/25/local/noticia/inclusao-social-estampada-em-15-paredes-de-marvila-1773421>. Acesso em 22 de Maio de 2020.

PIRES, P. (1996) *Turismo e paisagem*. In: Turismo e impactos socioambientais. São Paulo: Hucitec.

Ponte, S. (2014) *How does street artworks survive in museums?* In: Neves, P. S., & Simões, D. V. (2014). *Lisbon Street Art & Urban Creativity*. 2014 International Conference.

Poulot, D. (1997). *Musée, nation, patrimoine: 1789-1815* (p. 91). Paris: Gallimard.

Pussetti, C., & Barros, V. (2019). *O terceiro lado do muro. A arte e as suas cidades*. Forum Sociológico. Série II (No. 35, pp. 51-59). CESNOVA. Disponível em: <http://journals.openedition.org/sociologico/8640> DOI: <https://doi.org/10.4000/sociologico.8640>. Acesso em 13 de Agosto de 2020.

Ramos, C. M. A. (1994). *Grafite, pichação & cia*. São Paulo: Annablume, v. 20.

Ramos, Gonçalo. (2020, fevereiro 19) *ARM Collective: não querem ser “reis da rua”, só querem fazer arte*. Público, caderno P3, coluna Reportagem. Disponível em: <https://www.publico.pt/2020/02/19/p3/reportagem/arm-collective-nao-querem-reis-rua-so-querem-arte-1904785>. Acesso em 25 de Maio de 2020.

Redação, A. (2014, abril 24) *Lisboa está no top das melhores cidades para ver graffitiis*. Público, caderno de Turismo. Disponível em: <https://www.publico.pt/2014/04/24/p3/noticia/lisboa-esta-no-top-das-melhores-cidades-para-ver-graffitis-1819924>. Acesso em 25 de Maio de 2020.

Redação, A. (2017, março 10) *A arte cinética de Felipe Pantone em Lisboa*. Público, caderno Ípsilon, coluna Artes. Disponível em: <https://www.publico.pt/2017/03/10/culturaipsilon/noticia/a-arte-cinetica-de-felipe-pantone-em-lisboa-1764771> Acesso em 25 de Maio de 2020.

Redação, A. (2020, fevereiro 11) *Coletivo284 recebe Arm Collective com a exposição Atmosphere 3.0*. Revista Rua. Disponível em: <https://www.revistarua.pt/coletivo284-recebe-arm-collective-com-a-exposicao-atmosphere-3-0/>. Acesso em 25 de Maio de 2020.

Rendeiro, M. (2019). *A revolução está na rua*. De oriente a ocidente, 2, 309-338.

Rezende, C. (2006) *Grafite: reivindicação de cidadania*. (Dissertação de mestrado). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

Richards, G. (2018). *Cultural tourism: A review of recent research and trends*. Journal of Hospitality and Tourism Management, 36, 12-21.

Riso, L. (2014, agosto 15). *Um roteiro pela arte urbana mais escondida de Lisboa*. Sábado, caderno GPS. Disponível em https://www.sabado.pt/gps/detalhe/um-roteiro-pela-arte-urbana-mais-escondida-de-lisboa_ Acesso em 17 de Abril de 2020

Rocha, E. (2014) *‘Musealizar por aí’*. *Graffiti – The street as exhibit*. In: Neves, P. S., & Simões, D. V. (2014). *Lisbon Street Art & Urban Creativity*. 2014 International Conference.

Rocha, E. (s/d) *O puto que pintava comboios*. Rimas e Batidas. Disponível em: <https://www.rimasebatidas.pt/puto-pintava-comboios/>. Acesso em 25 de Agosto de 2020.

Rodrigues, Adyr Balastrieri. (1999) Lugar, Não-Lugar e realidade virtual no turismo globalizado. In: Rodrigues, A (Org.) *Turismo e espaço: rumo ao conhecimento transdisciplinar..* São Paulo: Hucitec.

Rodrigues, S. L. (2001). *Cartazes do 25 de Abril*. Disponível no repositório da Universidade de Lisboa : https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/11909/2/ULFBA_PER_ARTE%20TEORIA_N2_2001_SOFIA%20LEAL%20RODRIGUES.pdf. Acesso em 25 de Abril em 2020.

Rojo, J. & Harrington, S. (2017, dezembro 6) *Exploring Lisbon as a street art tourist*. Huffington Post. Disponível em: https://www.huffingtonpost.com/jaime-rojo-steven-harrington/lisbon-street-art_b_5611789.html. Acesso em: 18 fevereiro 2020.

Ross, J. I. (2016). *Contemporary graffiti and street art in the UK's capital*. Routledge Handbook of Graffiti and Street Art, 272.

Sampaio, A. V. (2006). *Graffiti: tipografia, arte, cidade ideologias*. Universidade Federal da Bahia, Cadernos do MAV, pp 09-19.

Santos, J. M. F. (2017). *Património e Turismo – O Poder da Narrativa*. Lisboa: Edições Colibri.

Santos, M. (1997). *Metamorfoses do espaço habitado*. São Paulo: Hucitec, 5.

Santos, M. (2004). *Pensando o espaço do homem* (Vol. 5). São Paulo: Edusp. (Obra original publicada em 1986).

Santos, R. de C. G. P. dos. (2015) O conceito epistemológico de passado para professores de história. Santa Maria, UFSM, pp. 545-564. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reeducacao/article/view/18704>.

DOI:<http://dx.doi.org/10.5902/1984644418704>. Acesso em: 16 dezembro de 2019.

Schacter, R. (2014) *The ugly truth: street art, graffiti and the creative city*. Art and the Public Sphere, v. 3, n. 2, pp. 161-176.

Scheiner, T. C. M. (2008) *O museu como processo*. In: Mediação em museus: curadoria, exposições, ação educativa. Cadernos de Diretrizes Museológicas 2. Belo Horizonte: Superintendência de Museus, pp.35-47

Seldin, C. (2017) *Imagens Urbanas e Resistência. Das Capitais de Cultura às Cidades Criativas*. Rio de Janeiro: Rio Books.

Sequeira, A. (2016) *Ephemeral art in impermanent spaces: the effects of street art in the social construction of public space*. In: Guerra, P.; Costa, P.; Neves, P. S. (ed.). *Urban interventions: street art and public space*. Lisboa: Urban Creativity, pp. 65-74.

Street Art Lisbon. (2014). Galeria de Arte Urbana. Lisboa: Zest Books, v.1.

Street Art Lisbon. (2016). Galeria de Arte Urbana. Lisboa: Zest Books, v.2.

Silva, W. D. S. (2008). *A trajetória do Graffiti mundial*. Bahia: Revista Ohun, ano 4, n. 4, pp.212-231.

Siqueira Neto, M. M. de, & Jourdan, L. V. (2015). *Perspectivas e práticas do Museu do Patrimônio Vivo de João Pessoa*. Cadernos de Sociomuseologia, p.49.

- Smith, M. K. (2009). *Issues in cultural tourism studies*. Routledge.
- Soares, B. B. (2017). *Paisagens culturais e os patrimônios vividos: vislumbrando a descolonização, para uma musealização consciente*. Revista Museologia e Patrimônio, n.10, pp. 65-86.
- Souza, W. R. S. de. & Crippa, G. (2010) *Limites e contribuições da história oral: a memória e a história nas intersecções entre o individual e coletivo*. Revista de História. João Pessoa: Saeculum, n.23. Disponível em: http://www.cchla.ufpb.br/saeculum/saeculum23_dos06_souza-crippa.pdf. Acesso em 18 de Fevereiro de 2020.
- Souza, S. B. N. (2012) *O graffiti em Lisboa: interpelando a imagem e seus olhares*. (Dissertação de mestrado). Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal. Disponível no RUN: <http://hdl.handle.net/10362/9055>. Acesso em 15 de Maio de 2019.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (2002) *O Comportamento do consumidor no turismo*. São Paulo: Aleph.
- Tardy, C., & Dodebei, V. (Eds.). (2015). *Memória e novos patrimônios*. OpenEdition Press, v.2
- Tate Modern Museum. (2008, abril 2) *Street Art at Tate Modern*. Disponível em: <https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/street-art>. Acesso em 03 de Agosto de 2020.
- Tavares, J. F. (2008). Graffiti o muro, a parede, a universidade e até a galeria. IV Encontro de História da Arte–IFCH/UNICAMP.
- Tavares, A. (2010). *Ficções urbanas: estratégias para a ocupação das cidades*. São Paulo: ARS, n.8, 21-30.
- Torres, H. (2019, fevereiro 9). *Lisboa do futuro: os 50 projectos que vão mudar a cidade*. TimeOut Lisboa. Disponível em: <https://www.timeout.pt/lisboa/pt/coisas-para-fazer/lisboa-do-futuro-os-50-projectos-que-vaio-mudar-a-cidade> . Acesso em 20 de Maio de 2020.
- Turismo de Lisboa. *Apenas em Lisboa*. Disponível em: <https://www.visitlisboa.com/pt-pt/c/patrimonio-cultura/penas-em-lisboa>. Acesso em: 8 maio 2020.
- UNDERDOGS. (2020) *Public Art*. Disponível em: <https://www.underdogs.net/blogs/public-art>. Acesso em 12 de Abril de 2020.
- UNESCO. (2016) *Gestão do Patrimônio Mundial Cultural. Manual de Referência do Patrimônio Mundial*. (Iphan, Trad). Brasília: Centro Lúcio Costa e Setor de Cultura da Representação da UNESCO no Brasil. ISBN: 978-85-7652-207-2
- Ventura, M. M. (2007). O estudo de caso como modalidade de pesquisa. Revista SoCERJ, 20(5), pp. 383-386. Disponível em <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34829418/o_estudo_de_caso_como_modalidade_de_pesquisa.pdf>. Acesso em 02 de Maio de 2020.
- Vhils. Perfil de Vhils. Disponível em: <https://www.instagram.com/vhils/>. Acesso em 20 de setembro de 2019.
- Vhils, A. F. Aka. Projeto Memória. Disponível em: <https://www.vhils.com/map/projeto-memoria-teatro-nacional-d-maria-ii/>. Acesso em 10 de Agosto de 2020.

Visit Portugal. (s/d) *Arte urbana em Portugal*. Disponível em: <https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/arte-urbana-em-portugal>. Acesso em: 3 maio 2020.

Wells, K. (2007, maio). *The Material and Visual Culture of Cities*. Birkbeck College, University of London. Sage Publications, space and culture, vol. 10 n. 2, pp136-144. DOI: 10.1177/1206331206298544 Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1206331206298544>. Acesso em 2 de Agosto de 2019.

Williams, R. (1995). *The sociology of culture*. University of Chicago Press.

Yázigi, E. (2001). *A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano em litorais e montanhas*. Editora Contextwe (Editora Pinsky).

Zest Books. *Street Art Lisbon Livros*. Disponível em: <https://www.zestbooks.pt/street-art-lisboa>. Acesso em 12 de Abril de 2020.

ANEXO I – Imagens

Fotografias que retratam alguns exemplos das obras existentes (ou que já existiram) em Lisboa.



Figura 1 - Obra encontrada na Avenida Fontes Pereira de Melo, Lisboa. Projeto Crono, artista Os Gémeos, 2010. Estado: existente. Crédito fotográfico: Leonor Viegas, 2011. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 2 - Obra antigamente encontrada na Avenida da Liberdade, Lisboa. Projeto Reciclar o Olhar, artista Travis, 2011. Estado: não existente. Crédito fotográfico: Travis, 2011. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 3 - Obra antigamente encontrada na Rua Professor Francisco Gentil, Lisboa. Projeto Reciclar o Olhar, artista Edis One, 2012. Estado: não existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2012. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 4 - Obra encontrada na Rua das Murtas, Lisboa. Projeto Rostos do Muro Azul, artista Smile, 2014. Estado: existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2014. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 5 - Obra encontrada na Rua das Murtas, Lisboa. Projeto Rostos do Muro Azul, artista Sphiza, 2013. Estado: existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2013. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 6 - Obra antigamente encontrada na Rua Josefa de Óbidos, Lisboa. Projeto Passeio Literário da Graça, artista Violant, 2014. Estado: não existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2014. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 7 - Obra encontrada na Rua da Senhora da Glória, Lisboa. Projeto Underdogs, artistas Shepard Fairey e Vhils, s/d. Estado: existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2017. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 8 - Obra encontrada na Rua Natália Correia, Lisboa. Projeto Underdogs, artista Shepard Fairey, 2017. Estado: existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2017. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 9 - Obra encontrada na Rua Professor Sedas Nunes, Lisboa. Projeto MURO 2016, artista Aka Corleone, 2016. Estado: existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2016. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 10 - Obra encontrada na Rua Alberto José Pessoa, Lisboa. Projeto MURO 2017, artista Kruella d'Enfer, 2017. Estado: existente. Crédito fotográfico: Bruno Cunha, 2017. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 11 - Obra encontrada no Parque de estacionamento do Chão de Loureiro, Lisboa. Projeto Às 5 no Mercado, artista Miguel Januário, 2014. Estado: existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2014. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 12 - Obra encontrada na Rua de Entrecampos, Lisboa. Artista Vanessa Teodoro, 2019. Estado: existente. Crédito fotográfico: Bruno Cunha, 2019. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 13 - Obra encontrada na Rua Professor Sedas Nunes, Lisboa. Projeto MURO 2016, artista Borondo, 2016. Estado: existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2016. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 14 - Obra encontrada na Rua Chianca de Garcia, Lisboa. Projeto MURO 2017, artista MAR/RAM, 2017. Estado: existente. Crédito fotográfico: Bruno Cunha, 2017. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 15 - Obra encontrada na Rua Alberto José Pessoa, Lisboa. Projeto MURO 2017, artista Eduardo Kobra, 2017. Estado: existente. Crédito fotográfico: Bruno Cunha, 2017. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 16 - Obra encontrada na Avenida David Mourão-Ferreira, Lisboa. Projeto MURO 2019, artista João Samina, 2019. Estado: existente. Crédito fotográfico: Bruno Cunha, 2019. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 17 - Obra encontrada na Rua Luís Pastor de Macedo, Lisboa. Projeto Lisbon Week 2017, artista Felipe Pantone, 2017. Estado: existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2017. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 18 - Obra encontrada na Avenida Infante Dom Henrique, Lisboa. Artista Bordalo II, s/d. Estado: existente. Crédito fotográfico: Bruno Cunha, 2019. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 19 - Obra encontrada na Praça do Império, Lisboa. Artista Bordalo II, 2015. Estado: existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2015. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 20 - Obra encontrada nas Escadinhas de São Cristóvão, Lisboa. Projeto Escadinhas de São Cristóvão, artistas: Hugo Makarov, Mario Belém, Nuno Saraiva, Pedro Soares Neves, União Artística do Trancão, Vanessa Teodoro, 2012. Estado: existente. Crédito fotográf



Figura 21 - Obra antigamente encontrada no Jardim do Tabaco, Lisboa. Projeto Underdogs, artistas: PixelPancho e Vhils, 2013. Estado: não existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2013. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 22 - Obra encontrada na Rua de São Tomé, Lisboa. Projeto Underdogs, artista Vhils, 2015. Estado: existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2015. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 23 - Obra encontrada dentro do Teatro Dona Maria II, Lisboa. Projeto Memória, artista Vhils, 2014. Estado: existente. Fonte: <https://www.vhils.com/map/projeto-memoria-teatro-nacional-d-maria-ii/>



Figura 24 - Obra antigamente encontrada na Calçada da Glória, Lisboa. Projeto Venham mais Sete!, artista maisoumenos, 2014. Estado: não existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2014. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 25 - Obra encontrada na Avenida de Berna, Lisboa. Projeto Underdogs, artistas: Add Fuel, DRAW, MAR, Miguel Januário, 2014. Estado: existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2014. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 26 - Obra encontrada na Rua do Rio Mondego, Lisboa. Projeto MURO 2016, artista Add Fuel, 2016. Estado: existente. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 27 - Obra encontrada na Rua das Murtas, Lisboa. Projeto Rostos do Muro Azul, artistas: Add Fuel e EIME, 2013. Estado: existente. Crédito fotográfico: José Vicente, 2013. Fonte: <http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html>



Figura 28 - Idosos participantes do Projeto lata 65 em ação. Fonte: <https://mistakermaker.org/lata-65>



Figura 29 - Idosa a pintar muro durante ação do Projeto lata 65. Fonte: <https://mistakermaker.org/lata-65>



Figura 30 - Obra encontrada junto ao Jardim Botto Machado, Lisboa. Artista André Saraiva ou Mr.A, 2016. Estado: existente. Fonte: https://www.mude.pt/noticias/mural-de-azulejos-de-andre-saraiva-junto-ao-jardim-botto-machado_55

ANEXO II - Entrevista Hugo da Nóbrega Cardoso (Galeria de Arte Urbana)

Entrevista realizada via Zoom, dia 19 de Maio de 2020 às 16h00.

Débora: ...Pronto...

Bom Hugo, primeiramente muito obrigada por aceitar disponibilizar o seu tempo, tá bem? Para fazer essa...essa entrevista, para ajudar aqui na minha...na minha dissertação de mestrado, no meu trabalho de projeto. E só para você entender, vou só me apresentar: meu nome é Débora, eu sou formada em Lazer e Turismo pela Universidade de São Paulo, já trabalhei alguns anos como agente de viagens lá no Brasil mesmo, vim para cá e hoje em dia (hoje em dia eu digo, em tempos normais né) eu trabalho com setor de eventos e vim mesmo para fazer um mestrado em Património. Depois que eu tive contato com a disciplina...

(Desculpa, 'tá' me ouvindo?)

Hugo: (Eu 'tou-te' a ouvir, eu tou--te' a ouvir Débora...)

Débora: (ah ok, desculpa...)

Hugo: (podes...não te preocupes)

Débora: Depois com a dis..tive contato com disciplina de Cidades Criativas na faculdade, onde a gente abordou muito o tema da Arte Urbana (Hugo:"ok"), então eu decidi fazer minha dissertação mais voltada para isso, aliando com a minha...com o meu conhecimento inicial que é o turismo. Então eu resolvi tratar do tema mais como o turismo pode ser um instrumento, uma ferramenta para salvaguarda da memória e das obras de arte urbana (Hugo:"ok"), é...enfim para estudar mesmo a valorização patrimonial através do turismo (Hugo:"ok"), tá bem?

Então não sei: você há quanto tempo trabalha na Galeria de Arte Urbana...; se o que e qual a sua função...

Hugo: Eu só estou na Galeria há 3 anos...ou 4.

Débora: Há 3 anos?

Hugo: Eu 'tou' há 3...há 4 anos na Galeria, há 4 anos na Galeria de Arte Urbana...mas posso falar do percurso todo da Galeria de Arte Urbana desde a sua criação.

Débora: Ah sim, isso me interessa sim. Risos. Pode, pode ser. Não sei qual é a sua função especificamente hoje, aí na Galeria...

Hugo: É indiferente, (Débora: é?) é indiferente. É só Galeria de Arte Urbana.

Débora: ok. Então se puder me explicar mais ou menos essa...essa história e qual a necessidade que a Câmara Municipal de Lisboa né, e o Departamento de Património Cultural teve em ver ...a criação de uma equipa específica para esse segmento.

Hugo: Exatamente. Tu viste as nossas...aquilo que nós dizemos no site e tiveste acesso à alguma documentação? Do enquadramento da Galeria?

Débora: Sim, eu explorei mais o site mesmo. O site da instituição para...o que está disponível para o público.

Hugo: ok. Então, a Galeria de Arte Urbana foi criada em 2008 e... foi criada na sequência de uma série de questões com as quais a Câmara se debatia. Há por um lado um conjunto de artistas do universo de Street Art e graffiti, e da Arte Urbana...que estavam a lançar com uma série de iniciativas (nomeadamente as VSP's, que são as Visual Street Performances), que é...de alguma forma trouxeram estes, ãnh...artistas a público, com uma capacidade que lhes foi reconhecida e portanto, foi necessidade de haver espaço para eles poderem intervir na cidade, por outro lado aquilo que de alguma forma proliferava também das inscrições vandálicas' pela cidade e, portanto sobretudo com o foco muito grande no Bairro Alto, é...acho, ao qual a Câmara que responder. (Débora: "aham...") E a resposta foi primeiro: limpar de alguma forma o Bairro Alto, mas essa campanha de limpeza, ãnh...abriu espaço que a própria câmara disseste "Ok, mas nós não podemos só limpar, temos de criar algum tipo de espaço que permita também estes artistas poder intervir". Além das...das...das, dos apoios a uma série de gente que vinham (sic) em sequência (nomeadamente as VSP's), os projetos que depois logo nos primeiros 2 anos aconteceram (nomeadamente o Crono, por exemplo), foi criada Calçada da Glória e o Lago da Oliveirinha, e estabeleceu um projeto, os dois tinham tipologias diferentes, mas estabeleceu um projeto onde os artistas podiam vir e intervir, intervir na cidade de Lisboa. Numa primeira lógica, a Calçada da Glória, que eram 5 painéis em sequência, eram processos, (...projetos!) curatoriais...é, os artistas propunham objetos para ali ou a própria Galeria de Arte Urbana convidava os artistas para virem, vir ali e o Largo da Oliveirinha que era um espaço totalmente aberto; sem mediação; pré-autorizado; qualquer pessoa podia ir pintar..coisa que ainda hoje ocorre.

Mesmo hoje, é o único espaço verdadeiramente de pintura livre, sem mediação, que existe na cidade de Lisboa é o Largo da Oliveirinha. A Calçada da Glória, ao longo do tempo foi se transformando também nesse espaço sem mediação e livre, e aberto, visto que ao longo desses anos todos, nós vamos (fomos!) criando cada vez mais **processos** (?) e projetos na cidade, e portanto não nos...não nos permitiu estar constantemente a desenvolver processos/projetos na...na Calçada da Glória, e a Calçada da Glória foi se tornando também ela própria num espaço de pintura livre, onde as pessoas iam, algumas pessoas entram em contacto connosco para pintar, mas eu diria que hoje a grande maioria pinta sem mediação: vai para lá, pinta e...e.. faz, avisa-nos (alguns) para tirarmos...para irmos tirar fotografias, para mantermos o inventário em dia e isso é importante. Portanto, há de alguma forma, uma construção na...na cidade de Lisboa, há uma necessidade, ou há uma resposta do Departamento de Património Cultural em reconhecer o *graffiti* (sic) e a arte urbana ao mesmo nível das manifestações artísticas que nós já temos na cidade e que já acompanhavam-nos. [duas palavras inaudíveis], azulejaria, é...escultura, arquitectura, portanto eram dinâmicas de espaço público que eram...que...que já existiam. A arte urbana era muito olhada de forma desconfiada e de forma é...vandálica, portanto era um processo em que as pessoas não reconheciam propriamente o universo artístico mas um universo de vândalos, que andava pela cidade até chegar (?) a cidade e...de alguma forma um dos primeiros processos que foi importante para nós foi, para o lado estabelecer contacto com, é... os artistas; mas por outro lado também mostrar a obra e a intervenção destes artistas a outros, aos residentes de Lisboa. (Débora: "à população") e perceber a dimensão que podia ter. Depois rapidamente percebemos o impacto disto, ou seja, nós temos uma série campanhas que são **charneiras** (?) logo no início da GAU, o projeto Crono foi um deles,

foi quando trouxemos os primeiros artistas nacionais a intervirem em Lisboa e o projeto Crono foi...foi um projeto já *curatorial* pelo...pelo Alexandre Milano e o Vhils também, o Pedro Soares Neves, que trazem umas duas dezenas de artistas a Lisboa; mas a expressão maior foi a do Gémeos e o Blue quando vem cá pintar na Fontes Pereira de Melo, deu uma visibilidade e uma notoriedade a cidade de Lisboa muito grande. O facto de termos dado continuidade a isso, o próprio Aires - a obra do Aires agora desapareceu até recentemente - Aires vem cá nessa altura para fazer estas intervenções, e estamos a falar de, de repente paulatinamente (?), de anos em anos, de pouco em pouco ano, fomos cada vez mais construindo outras...outras...(Débora: "outros projetos...") outras pinturas, sobretudo de grandes dimensões. E isso de facto elevou um bocado Lisboa a uma capital da arte urbana com reconhecimento internacional interessante não é? Isso para mim temos por um lado trazer outros artistas cá, abrir espaço...mas depois percebermos que mesmo em termos de espaço público é uma coisa muito grande, é uma coisa muito grande de...de...eu diria, já temos uma visibilidade internacional bastante grande. Isto depois nós podemos... podemos pôr isto a outros, outros níveis: isto não está estudado, não são dados estudados, mas é muito importante percebermos que em termos de contextualização internacional também. Que forma é que a própria cidade Lisboa se tornou de alguma forma atrativa ou um pólo da praticidade para estes artistas e para estas comunidades. Por um lado há 'boom' exponencial da presença de estudantes internacionais do programa Erasmus, não era propriamente o destino mais recorrente: Lisboa e Portugal, e começou a ser de facto muito, muito utilizado. Depois o aumento também muito grande daquilo que é em viagens de baixo custo, portanto companhias aéreas low cost, que fazia base de operações em Portugal muito grande e portanto trazia muita gente a Portugal em...em Turismo, e provavelmente uma das questões mais importantes foi a legislação que é aprovada em Barcelona nesta altura. Portanto, neste... no início quando nós aparecemos, que regulamentou...ou melhor **ilegalizou** (?) totalmente aquilo que eram intervenções no espaço público. Portanto desde a pintura, mas até a herança em espaço público ainda hoje não está muito regulamentada, e Barcelona que era provavelmente uma das grandes capitais eficientes da arte urbana, de repente, arreventa e já não... ninguém podia ir para lá, toda a gente...era tudo ilegal...e portanto vêm de alguma forma em Lisboa a capacidade de poderem continuar a desenvolver essa obra. Portanto isso é tudo um conjunto de...de medidas de alguma forma, que acabavam (acabaram!) por ajudar a construir essa ideia de Lisboa - cidade da Arte Urbana - é, que podia...onde as pessoas podiam vir intervir. "O pá", esta no fundo este... esta bolha toda feita.

Débora: Então assim, você acha que a institucionalização da arte urbana na legalidade, acabou por mesmo, por impulsionar essa visibilidade da cidade de Lisboa como cidade propulsora da Arte Urbana ou turismo, ou etc.

Hugo: Eu diria que sim, até porque a questão da visibilidade tem dois lados: não quer dizer que a ilegalidade tenha acabado, (Débora: "claro...") nem nós...por exemplo, há um objetivo pra nós de alguma forma, de colocarmos sobretudo esta **discussão** (?) artística, de ter espaço...passou a ter espaço em Lisboa. Depois, de que forma é que esta expressão artística, além de ter espaço em Lisboa, pôde crescer? Nós não tínhamos até aquele momento, mesmo que tivéssemos muitos artistas, e muitos artistas os quais conhecemos, e que são artistas reconhecidos internacionalmente, portanto nós temos um **lote** (?) de artistas portugueses a intervir no mundo todo, que é de facto impressionante, mas não tínhamos até aquela altura propriamente esta...é um bocado aquilo que...na América do Sul se fala muito do muralismo e nós também tivemos o muralismo do pós 25 de Abril, mas esta expressão mais muralista - muralista de mural e não de moralidade... (Débora:

"aham...sim, eu percebi") exatamente. Esta intervenção mais muralista, mais com um impacto muito grande e que Lisboa abraçou e que, de repente se tornou uma galeria a céu aberto, de facto deu uma dimensão, uma visibilidade, uma notoriedade internacional muito grande. Há pessoas que hoje, hoje por exemplo, se virmos a revista da TAP quando entramos em Portugal, e se virmos algumas das referências que eles dizem pra nós visitarmos em Lisboa, são os pastéis de nata, é o eléctrico, são os Jerónimos e a arte urbana. É um bocado...estes microcosmos, que a cidade de Lisboa tem. E isso de facto começou a crescer a partir daí, a essa monumentalidade das primeiras grandes obras monumentais podemos meter para os Gémeos, de facto, para os Gémeos, para o Blue...para o projeto Crono, mas depois tudo aquilo que foi construindo e acrescentando à própria cidade, portanto eu diria que essa...não é uma questão se é...não não tapamos só o ilegal (?) não é? Nós criamos um outro espaço para estes artistas intervirem, há muitos que ainda hoje, sei lá...o Bordalo continua a intervir ilegalmente recorrentemente... 'tá' sempre a intervir ilegalmente...os Gémeos quando vieram cá, pintaram a parede, fizeram inscrição no Centro Cultural de Belém e foram pintar comboios depois. Então é uma dimensão que não se perde, em termos de legalidade. Agora, há de alguma forma, um equilíbrio...e ao haver um equilíbrio, há uma maior perfusão de obras legais e ao mesmo tempo a pulsão ilegal é menor não é? (Débora: "sim...") Isso porque os artistas também cresceram né...

Débora: Sim, com certeza. E você acha que existe ainda esse...esse...não podemos dizer embate, digamos... um pouco essa resistência? Acha que existe essa resistência por parte da população e dos artistas?

Hugo: Ah, alguns têm...ah!

Débora: De ambos né ?!

Hugo: Temos duplo, temos por um lado artistas que não querem legalizar-se, que não querem intervir sobre uma [inaudível] legal e querem manter essa posição ilegal. Por outro lado, há artistas que aquilo que procura não é propriamente...é quase o lado performativo da obra de arte que é: o que interessa não é a estética da obra, mas é a capacidade quase atlética e disruptiva de criar uma obra num local que é inacessível - é um bocado como situacionistas não é? - ou por outro lado, numa que ou que não tem acessibilidade ou que tem uma visibilidade enorme, e o ilegal é muito mais chamativo não é? Pintar em comboios ainda existe muito, pintar em prédios que tem uma acessibilidade que qualquer pessoa percebe que para chegar lá tem que ter uma capacidade atlética brutal...isso mantém. Isso ainda existe e não....não é algo que nós vamos aplacar. Agora nós passamos a poder integrar uma série destes artistas, que tinham até disponibilidade para desenvolver outra obra, que passam a trabalhar sobre agir ilegal não é?

Débora: Sim.

Hugo: Há de alguma forma...há surto do equilíbrio, por outro lado a população, cada vez mais...é...reconhece na arte urbana o mérito de democratizar, de criar obra em espaço público onde não existia, de comunicarmos em locais que não tinham uma centralidade cultural ou artística, e que de repente passam a ter uma obra de arte ou várias obras de arte, e se reconhecem. Não quer dizer que toda a gente gosta, ou que...há quem não...não goste. Nós tivemos... tivemos essa experiência no Muro [Festival O MURO] em Marvila,

em 2017 tínhamos umas empenas, é...de quatro edifícios, que tinham duas empenas laterais cada um deles, cada um dos edifícios, que era brutal pra fazer uma obra. Empenas perfeitas, medidas impecáveis, etc, etc...e eles [população] a última da hora fizeram um abaixo-assinado a dizer que não queriam aquelas intervenções ali, ...há um período também político, portanto o presidente da Associação de Moradores usou esse período político para afirmação pessoal, é...mas basicamente ele recolheu assinaturas a dizer que não queria. A verdade é que nós dissemos, "não querem", nós temos sempre o processo de que não desenvolvemos uma obra em dissonância com quem lá reside, portanto quem lá reside tem que aceitar a obra, se não aceita nós vamos para outro lado.

Débora: ok...

Hugo: E foi o que aconteceu: nós saímos dali e fomos para outro local, e quando chegamos ao outro bairro mesmo ao lado, olharam para nós a dizer: "E pá...'távamos' a pensar que vocês tinham esquecido de nós, nós também queremos obras dessas cá." Portanto foi exatamente o contrário.

Débora: Quer dizer, a visão mudou...

Hugo: Sim, as pessoas do bairro que fizeram o abaixo-assinado, houve algumas que me vieram pedir desculpas depois que não sabiam que eram aquelas obras, achavam que eram outras. E portanto, quando viram as obras que foram criadas, algumas pessoas...houve um velhote que foi lá ter connosco à biblioteca a dizer: "Olha, eu agora até queria uma obra daquelas no meu prédio."

Débora: Queria voltar atrás (risos).

Hugo: Ele achava que era outra coisa. Exatamente.

Débora: Que obra foi essa?

Hugo: Mas de facto ainda há...foram várias, foi durante o festival MURO em 2017. Nós tínhamos essas empenas todas frontais, aliás nós contamos a história durante o MURO: Zesar Bahamonte, é um artista espanhol e foi um dos convidados a essa edição do MURO, fez um desenho para aquela empena que era muito retangular, muito direitinha. A alternativa que nós arranjamos e foi mesmo a última da hora, era para uma outra empena, não era cega, não era retangular, tinha uma...um desenho mais do edifício que vai afunilando, não era... não era retangular, era diferente; e tinha uma série de janelas de casa de banho no meio. E ele teve que adaptar a obra e quando ele chegou, aterrou e viu o edifício novo e disse: "E pá, mas aquela obra que eu tinha desenhado não pode ser para aqui". Refez a obra toda, e...fez outra obra, portanto em função daquele edifício.

Débora: ok...são coisas particulares da arte urbana né?

Hugo: sim, sim...é facto essa capacidade de flexibilizar para passar alguns obstáculos, portanto é...mas é normal, nós trabalhamos no meio da rua, a exposição é muito grande, e isso é interessante também, é uma das coisas que tornam interessante a intervenção.

Débora: sim, sim... com certeza. E você acha que assim, se a...Galeria de Arte Urbana, se ela tivesse fora de uma... se ela fosse por exemplo, pertencente a uma ONG - uma instituição não-governamental né...você acha que ela seria vista diferente por esses artistas que não aderem à legalidade?

Hugo: Alguns sim.

Débora: É? Você acha que isso poderia fazer diferença?

Hugo: Não, eu acho que ia ser igual...mas nós...nós até temos isso. Acho que cada um tem o seu espaço, não é? (Débora: "uhum") A Underdogs, nós temos duas grandes plataformas em Portugal que, de alguma forma são plataformas que desenvolvem um processo curatorial de intervenção em espaço público, etc etc, que são a Mistaker Maker e a Underdogs. E há artistas que trabalham com eles e que há outros que não querem trabalhar com eles. Acho que é igual e há espaço para todos sobretudo, há espaço para nós somos mais institucionais em termos de poder público, há espaço para empresas privadas, há espaço para ONGs, há espaço para toda a gente conviver e criar este universo. Acho que uns não se atropelam os outros, acho que pelo contrário, acho que é importante sobretudo haver em todos... acho que não haver um poder público ia criar um vazio na capacidade de criação, acho que isso...aliás nós já temos tido entrevistas com entidades externas de Espanha, da Rússia, que vem cá perceber como é que nós trabalhamos. Agora recentemente da Holanda, e eles uma das coisas que nos perguntam é... e que nos dizem isso, é que de facto tinham uma expectativa que nesses países (Rússia, em Espanha, ...) que tivessem uma entidade pública ligada sobretudo ao poder local, que pudesse articular com eles estas intervenções, isso de facto permite uma maior capacidade. A própria Underdogs trabalha muito pelo mundo fora, portanto Londres, em Macao, Taiwan, ao Brasil, portanto Underdogs desenvolveu intervenções no mundo todo com o Vhils e com outros artistas sem ser o Vhils, e diz isso muitas vezes que é um parceiros dos mais importantes que eles têm somos nós, exatamente por esta dimensão...eles têm um, não deixam de ser privados, não deixam de ser uma organização, mas a capacidade que tem cá em Lisboa de articular com uma instituição pública é muito importante.

Débora: Muito importante, ok. E agora queria tocar na questão da efemeridade das obras né, de arte urbana: vocês veem isso como um problema para salvaguarda e para memória, ou isso não é uma questão, é mais um diferencial?

Hugo: É um diferencial, de todo. A questão da efemeridade é para nós um...aliás nós no nosso site dizemos isso: a efemeridade e a intervenção da arte urbana é um princípio para nós, é um princípio orientador. Nós não retocamos as obras, nós achamos que isto da efemeridade faz com que cidade também se mantenha muito mais viva. Ainda há pouco tempo, é...no final do ano passado uma das primeiras grandes obras do Vhils, muito importante em Lisboa - em Alcântara - foi abaixo. Deitaram abaixo para fazer um... um hotel, e houve uma série pessoas que nos escreveram, e o que nós dissemos foi: "E pá, desapareceu...é verdade, como já tinha desaparecido outras obras, igualmente boas e interessantes, mas a verdade é que desde que a obra foi feita, o Vhils na cidade fez pra aí mais quatro ou cinco...

Portanto, mais do que pensamos na obra que foi, é (*sic*) todas as obras que entretanto vão ser criadas e os espaços que se abrem pra que hajam mais obras na cidade de Lisboa sem que isso cristalize a intervenção da arte urbana, não é? Portanto isso dá-nos conta da capacidade de reinvenção, da capacidade de regeneração, da vivência da própria cidade e a efemeridade é uma força grande na arte urbana. Portanto nós não estarmos a licenciar, não estamos também a cristalizar uma intervenção por si também é diferente. Mesmo em termos de materiais que é aplicado, o facto de podermos pintar em qualquer lado, ou

aplicarmos determinadas intervenções em qualquer lado, torna a intervenção também efémera...é muito menos durável, não é? A durabilidade da obra, quer dizer, nós estamos a falar de durabilidade e por exemplo, os Gémeos ainda lá estão ao fim destes anos todos, não é?

Débora: É...

Hugo: Já lá estão há 10 anos, não desapareceram... era para ser uma obra também um ou dois anos de certo, devia ter vindo abaixo...

Débora: e ainda [inaudível]

Hugo: Ainda tá. Mas o que nós fazemos para contrariar isso é sobretudo, nós temos um inventário e um arquivo muito importante que mantemos constantemente. Estamos sempre a inventariar as obras que aparecem na cidade de Lisboa, e a parte de inventariação das obras pra gente é extremamente importante. Portanto uma coisa está ligada a outra.

Débora: Vocês acham que essa inventariação é a estratégia mais importante para salvaguarda dessas obras? Ou existem outras estratégias?

Hugo: Podem existir outras, nós achamos que é uma estratégia para nós...porque não...a salvaguarda não está...tem que estar ligada a questão de efemeridade. Para nós o efémero é um princípio, nós temos é que ter capacidade de nos registar. Portanto a salvaguarda é feita por aí, é feita não na obra em si, mas pelo inventário que nós podemos criar. E aí nós inventariamos desde as obras que nós fazemos, às obras que aparecem até muitas vezes ilegais, nós inventariamos também.

Débora: ummm...ok.

Hugo: É uma...uma...é importante. Nós mantermos isso.

Débora: sim, com certeza...para a própria propagação. E aí referente a ...peço desculpa se por acaso cair a chamada eu... eu mando o link novamente tá bém? Só por conta do tempo...

Hugo: Tá bem. Eu também vou ter que ligar aqui o carregador de bateria, já estou a ficar com menos bateria...já trato disso, não te preocupes.

Débora: (risos) Bom, em relação então às rotas turísticas...podes dizer...

Hugo: Não, não...eu 'tou'-te a ouvir. Vou só pedir um...podes, puedes falar.

Débora: Ok, em relação às rotas turísticas e enfim, à arte urbana. Há diversas rotas claramente criadas por muitas empresas de turismo, criadas pela própria Underdogs, que é um dos estudos de caso que eu vou colocar no trabalho. Também vou colocar a questão de um livro que foi publicado pela editora Zest, aonde tem algumas obras ali catalogadas...

[Hugo faz gesto indicando o número 2, com os dedos].

Débora: Dois volumes. exatamente.

Hugo: Há dois volumes, exatamente.

Débora: É, exatamente. E eu achei uma estratégia interessante porque aí o próprio leitor vai ser o turista, vão fazer o seu roteiro de acordo ali com um mapinha do livro enfim... então achei que são estratégias diferentes para serem estudadas a relação da arte urbana com o turismo. Vocês como... como entidade tem alguma atuação sobre a definição dessas rotas, perante essas empresas? Ou não, é totalmente livre a escolha deles, a escolha das obras, etc...

Hugo: Não, não... totalmente livre.

Débora: Totalmente livre...

Hugo: É, são totalmente livres. Aliás, nós já fomos muitas vezes contactados por empresas turísticas, e o que nós achamos é que devem ser...são coisas completamente diferentes. Nós fazemos também, mas nós fazemos a um público-alvo escolar/estudantil ou coletivo...de coletividades. Dai-me só um segundo Débora...

Débora: Tá bem.

[tempo em espera]

Hugo: O que nós definimos como estratégia é: são coisas diferentes. Nós temos por um lado, as empresas que são privadas devem ter o seu...o seu...não é financiamento...devem ter a sua...a sua estratégia. (Deixe-me só ligar aqui a...dai-me só um segundo, eu vou só ligar aqui o cabo...)

Débora: (sem problemas, risos)

Hugo: Então pronto. Nós, a questão é um bocado O SEU ACHEUS (?), 'noutro' dia estávamos a discutir isso e nós temos uma série de mapas de percurso no nosso site, as pessoas podem descarregar e por si irem a procura desses percursos. E uma das coisas que falávamos era: "Nós temos um programa de arte pública com Underdogs, faz sentido ou não nós próprios criarmos um roteiro deste programa da arte pública?" E não faz. Porque de alguma forma estamos a associar também aquilo que é uma atividade privada. Essa atividade privada, nós...se quisermos concorrência, é desleal não é? Nós temos ferramentas que muitas vezes estas empresas não têm. Ou seja, na capacidade de produção, seja depois também na explicação. E aí não nos vamos colocar. Nós, se as empresas quiserem algum apoio, ou alguma ajuda, nós estaremos cá para discutir com elas, mas quebrar as empresas de desenvolverem seu programa de percurso, e de...e de rotas que podem fazer, e que deve correr de forma autónoma, não passam por nós. Nós não temos que sinalizar quais que é que são as obras onde eles devem ir, nem que discurso é que devem fazer. Isso é criado por cada um deles, isso é privado. Vem de...da capacidade empreendedora de cada empresa, ou de cada...de cada guia, enfim. Aliás, nós já tivemos desde a Boutique da Cultura, que é uma associação...a Boutique da Cultura faz visitas guiadas do MURO no bairro Padre Cruz. Porque é uma associação local, que faz muito sentido que essa associação local possa até ter um processo de financiamento a partir daquelas...daquelas intervenções, não é um problema pra nós. É, temos uma associação

por exemplo, que é a Associação das Mulheres Sem Fronteiras faz um percurso da arte urbana no feminino em Marvila, é...tivemos lá uma série de mulheres a intervir. Não foram muitas, ou não foram tantas quanto nós queríamos, mas estão lá...o que é interessante...

Débora: ...mas foi feito...

Hugo: Mas depois temos o Vasco Rodrigues com a Estrela D'alva, que faz outras visitas...e não, acho que nunca falou com a GAU sobre as visitas que faz, portanto...desenvolve autonomamente o seu projeto de percurso. A Underdogs faz as visitas a partir do universo de intervenções que eles têm feito no programa da arte pública deles, mas devem ser processos autónomos. Nós...não devem ser concorrenciais ou pelo menos, uma instituição pública como a Câmara não deve ser concorrente à uma instituição privada, é...e portanto podem coexistir de forma perfeitamente pacífica, sem problema nenhum. E assim o que respeita constantemente a fazer percursos de arte urbana e depois faz até workshops, etc, etc. Portanto, não é um problema pra nós...

Débora:...não é um problema...

Hugo: pelo contrário...eu acho que...

Débora: Vocês então não intervém...(risos)

Hugo: Não, eu acho que isso é de alguma forma, novamente, era a mesma questão de há bocado. Isso demonstra, é demonstrativo da força, da capacidade que a cidade tem a mostrar isto, não é? É a mesma coisa que, de alguma forma, a Câmara Municipal estar a intervir em criar rotas do Romano, ou do Gótico...não fará tanto sentido não é? Nós podemos promover determinadas áreas: nós estamos agora com projecto por exemplo, a Lisboa Romana, é..é também do nosso Departamento de Património Cultural. Uma das ideias é também depois também fazer a Lisboa Muçulmana, mas daí a criar rotas específicas acho que são...havendo um poder, havendo capacidade privada de desenvolver isso, não deve ser a Câmara a sobrepor-se, não é?

Débora: Sim, sim...percebi. Vocês criam basicamente o conceito e auxiliam então na criação de rotas, mas isso é mais questão das empresas privadas né? Seria isso...

Hugo: Sim, nós podemos disponibilizar, ou seja, é melhor...o melhor que nós podemos fazer é; os tais roteiros que estão na 'net' qualquer pessoa pode (Débora:"sim"), pode tirar, pode imprimir e percorrer a cidade. Mas também pode imprimir e ir ter com um guia e dizer: "Quero fazer este roteiro e estás preparado para me ajudar a fazer este roteiro?". E há muitos que estão. Há muita gente em Lisboa, não é assim tanta, mas há pessoas em Lisboa que têm a capacidade de desenvolver um roteiro de arte urbana, e ajudar, e acompanhar, e sabem dos processos, e mantêm-se a par, etc etc. Portanto, continua a haver muita dinâmica nessa... nessa mostra, isso é positivo, é bom.

Débora: Sim. E há alguma 'obra-prima'...digamos assim, algum 'carro-chefe' ...nessa, se há os 'carros-chefe' dentro da cidade de Lisboa?

Hugo: Há obras que são emblemáticas, não é? Há artistas que são emblemáticos, não é? Nós falarmos...depois é tudo muito subjetivo...eu dizer uma coisa...

Débora: Não...claro que sim, é tudo (opinião)...

Hugo: E Eu vou te estabelecer uma linha, mas nós na GAU não somos muitos, somos seis pessoas que estão ligadas à Galeria de Arte Urbana.

Débora: Sim...(risos)

Hugo: Cada um de nós vai te dar uma lista diferente de obras, certeza.

Débora: Sim, isso é de opinião, com certeza. (risos)

Hugo: Eu diria que há projectos que são icônicos. Há...eu diria o projecto Crono a ver Os Gêmeos ainda é um marco; ir ao Hospital Júlio de Matos ver os rostos do muro azul pela dimensão toda (são 67 obras ao longo de 2km com uma mesma matriz cromática), acho que é muito interessante esse processo; um projeto muito interessante eu acho que no mercado do Chão de Loureiro, em que se pintou um parque de estacionamento; há outra financiamento da EMEL em Entrecampos feito agora recentemente pela Vanessa Teodoro, que é muito giro; o Corleone, que está sempre a pintar na cidade e tem ali um campo de basquete que vale a pena ver aqui no Campo de Santana, no Campo Mártires da Pátria; os festivais MURO's, da vez do bairro Padre Cruz; como obra, para mim, muito interessante do Borondo, ou em Marvila como a obra que é referencial, que é o Kobra (Kobra é um dos reis da arte urbana); mas depois temos aqui o Shepard Fairey, o Obey, aqui na Graça.. é que são de facto, é que não é um bocadinho...

Débora: Pois...sim...

Hugo: De repente discorrer assim na cidade...pá e depois temos, ãnh...pequenos diamantes, coisas que se calhar são mais pequeninas, que as pessoas não ligaram tantas: obras que o Felipe [Pantone] foi fazendo, que são geométricas mas que agarram em lugares é...de alguma forma que tão maltratados mas que ele dá outra força ou outra vida com intervenção que faz; os animais do Bordalo, que estão por aí espalhados na cidade são muito interessantes; ãnh...é o que não falta. Nós, agora tivemos uma intervenção, não foi nossa [da GAU] mas tivemos uma intervenção a descobrir esse fim de semana por acaso, de um artista inglês que começou a fazer até *tape art* em 3D, que é a caixinha além faz umas projecções tridimensionais mas em *tape*, em fita...

Débora: Olha, que interessante...

Hugo: E ele teve um escultura agora, fez agora uma escultura há muito pouco tempo cá em Lisboa, no...em Braço de Prata. (Débora: "aham") É que de repente são...e depois não podemos dissociar isso de todo um conjunto de intervenções desde os muralistas do pós 25 de Abril, que na cidade de Lisboa foram muito importantes, há o conceito de arte urbana que foi inaugurado também na Expo, em toda a intervenção de obra em espaço público que a EXPO98 trouxe para Lisboa na zona do Parque das Nações. É lá os azulejos todos em termos a obra de arte pública que estão espalhados por aí, depois vai-se tudo cozendo um bocadinho, quando olhamos bem...não é do...do...aquele no Viaduto Duarte Pacheco... não é do [inaudível] eu nunca me lembro do outro nome...as estações de metro que estão apinhadas de obra de arte, super engraçadas de ver, portanto... é que é muita coisa.

Débora: É muita coisa, sim. E está no dia-a-dia, e a gente passa e vai reconhecendo conforme nós vamos vivendo a cidade né?!

Hugo: Exatamente.

Débora: Exatamente. E até por conta disso mesmo, e até mais pra finalizar mesmo...eu sei que é até um pouco difícil de dizer, porque a situação mundial está completamente atípica né?! (Hugo: "sim...") Mas assim... ela está localizada exatamente onde nós estamos evitando agora né, que são as ruas, e os espaços públicos. Então queria saber se vocês já tem alguma ideia de como isso pode mudar os próximos, os projetos futuros...ou se isso ainda não é uma... algo em discussão, enfim algo que possa ser mensurado né...eu sei que é uma situação complicada, mas é só tem aí alguma discussão em torno disso.

Hugo: Não é, porque nós... nós... nós não somos... não somos nós não vivemos cavernas, e mesmo nas cavernas nós desenhamos (risos), a arte urbana social. Mas na verdade nós já não conseguimos viver nas cavernas, não estamos cá fechados e portanto a rua é sempre um espaço importante, mesmo neste período de confinamento, a maior parte das pessoas aumentou foi a frequência das idas às janelas e às varandas e, a olhar para a rua não é?

Débora: A importância da rua né...

Hugo: Portanto isso mantém-se. É, mesmo que seja pra olhar de longe, não é? E eu acho que isso vai manter, portanto para já, para já nós não prevemos nenhuma alteração até pelo contrário, nós recolhemos neste momento para pensar e planejar aquilo que são os nossos projetos de futuro. Aquilo, como para nós é muito importante, que é colocar... colocar cada vez mais espaços de pintura livre pela cidade, abrir *Street Art* parques...isso é importante para nós. E portanto a intervenção mantém-se. Ligarmos mais em termos de arte urbana à aquilo que é arte pública, com a criação de outras... de outras..de outra tipologia de obras, nomeadamente a escultura, a intervenção [inaudível] coisas mais pequeninas que criam percurso, que criam...pronto. Isso tudo é importante, e nós vamos manter. Isso, para já isto é com toda a salvaguarda, não se prevendo que é que vai acontecer no futuro, mas nós depois vemos que vai toda a gente voltar à rua e portanto a nossa expectativa estar lá para receber toda a gente de braços abertos, indo para a rua pintar, e ver obras, e passear e... essa é a nossa expectativa não é?

Débora: Sim, acho que a de todos...(risos), com certeza. Mas então, assim, é mais isso...eu só também queria perguntar se há algum...números ou alguma estatística em relação ao número de projetos que foi executado em 2019 e, se seria possível disponibilizar isso por e-mail, se não há problema né...se não tiver algum problema em relação a isso...se há números ou demanda...

Hugo: De 2019?

Débora: É, de 2019...sim. (Hugo: "tá bem") É mais para ter um parâmetro do ano anterior e também se não for já muito muito trabalho.

Hugo: Nós temos... temos eu diria que se calhar era importante termos o número ou dados dos últimos 2 anos, diria eu. 2018 nós temos o festival [inaudível], nós íamos ter agora em 2020...2020 não, em 2021. Tivermos o MURO em 2019...sim, em 2019 tá...o que cria é um fluxo atípico, porque em ano par nós não temos festival e em ano ímpar temos festival, portanto há uma diferença de número de projetos...

Débora: ah ok, perfeito.

Hugo: ...nós fazemos de um ano para o outro.

Débora: É, se for possível então...

Hugo: Mas 2019 foi ano de MURO, 2019 foi ano de MURO.

Débora: ok...é, se for possível de 2 anos então, para vermos essa diferença.. é mais mesmo para ter uma noção...

Hugo: Só quero dizer...é uma coisa pura e dura de número de projetos?

Débora: Não percebi, desculpa.

Hugo: É um número puro e duro de número de projectos (Débora: "sim"), não precisa que diferencie absolutamente nada?

Débora: Não não não... é sim número mais simples mesmo, é só para a gente ter uma referência (Hugo: "tá bem"), porque é mais uma pesquisa qualitativa mesmo, então não são exatamente os números que me interessam, mas sim abrangência deles, e o que eles acarretam. Se quiser eu posso te... te mandar um e-mail também, para lembrar...

Hugo: Pode sempre mandar, nunca se perde.

Débora: Sem problemas. Mas não é não é nada assim muito específico, é mais geral mesmo, é só para a gente ter uma... um panorama geral. Então se for melhor de repente mandar dos dois últimos anos por conta dessa diferença de número de projetos, aí pode ser sim. O que foi mais viável para vocês, mais fácil.

Hugo: Tá bem.

Débora: Tá bem?

Hugo: Manda-me de qualquer forma o...manda-me de qualquer forma o *mail* (Débora:"tá bem"), e eu assim até te respondo directamente. ãhn...mas sim, eu diria que amanhã consigo ter isso.

Débora: Não, tranquilo. Sem...também sem pressa (risos).

Hugo: Tá bem, ok, boa.

Débora: Muito obrigada, eu agradeço imenso a sua disponibilidade, viu? Só para enfatizar que não tem nenhum cunho comercial, nem nada disso, é meramente para um trabalho académico. Então, se quiser, assim que eu defender nós por lá ires para ouvir onde é que vai defender a minha dissertação, for aprovada, for publicada...eu posso também enviá-la.

Hugo: Sim, vai nos mantendo...vai nos mantendo a par (Débora:"sim") de o que é...quando é que vais defender, até um de nós pode lá ir, a ouvir...quando é que vais defender e o que é que vais escrever isso pode nos...mantém-nos sempre a par porque depois nós também 'pomos' isso na nossa...na nossa biblioteca, na nossa...nós temos um

referencial do livro de teses que vamos mantendo, até para quem está a estudar podemos depois dizer: "Olha já temos aqui um documento."

Débora: Com certeza (risos), é uma grande ajuda! Com certeza eu vou mantendo-vos a par então.

Hugo: Mas sim, mantém-nos a par. Obrigada obrigada Débora.

Débora: Eu que agradeço.

Hugo: Espero ter respondido a tudo que tu precisavas.

Débora: Sim sim, o que eu precisava era mais isso: as experiências e as impressões (Hugo:"ok"), que é o mais importante para o trabalho. Tá bem?

Hugo: Se precisares, já sabes...é só apitar.

Débora: Tá bem, muito obrigada! Muito prazer em conhecê-lo...virtualmente (risos).

Hugo: Igualmente (risos). Tchau, tchau...

Débora: Tchau, tchau...obrigada.

ANEXO III - Entrevista André Oliveira Martins (Discover Lisbon)

Entrevista realizada via Zoom, dia 20 de Maio de 2020 às 10h30.

Débora: ...Pronto...Bom, então André, primeiramente muito prazer (risos). Eu agradeço imenso por ter aceitado participar dessa entrevista, tá bem? Sei que, disponibilizar um pouquinho do seu tempo só para me conceder essa entrevista e... só para explicar basicamente assim sobre mim, sobre o projeto, tá? É... meu nome é Débora, eu sou formada em Lazer e Turismo pela Universidade de São Paulo, lá no Brasil. Então trabalhei muito com a questão de património cultural, festas populares durante a minha graduação. Depois, trabalhei também como agente de viagens durante 5 anos, e resolvi então vir fazer um mestrado em Portugal e o meu mestrado é exatamente na área de património. Dentro do meu mestrado em Património eu tive uma disciplina de Cidades Criativas, aonde foi abordado o tema da arte urbana como meio de promoção e divulgação da marca de uma cidade; e principalmente Lisboa, que tem crescido muito nesse sector, e eu me interessei pelo tema como uma maneira de aliar o turismo e a valorização patrimonial através da arte urbana não é? O turismo e a arte urbana através da valorização patrimonial na verdade. Então, basicamente o meu projeto é justamente isso: explicar como que a arte urbana pode ser valorizada, salvaguardada... enfim, e criar uma memória nos turistas e nos moradores através do turismo, das rotas turísticas e da promoção da cidade. Então... é basicamente isso.

André: Certo, tá bem.

Débora: É, exacto. Aí eu quis...

André: Quando diz património é mais na área de museus, ou patrimonio como cidade?

Débora: Não, património como cidade...assim, o património na verdade tem...tem muitas vertentes. O que eu... a minha área mais de estudo nesse trabalho é mesmo o património cultural, então assim: como a cidade em si, Lisboa, pode ser valorizada como património, como atrativo turístico, e etc. E não mesmo os edifícios ou os monumentos, entendeu?

André: Como na antiga Berlim? Ok, percebo...

Débora: Isso...

André: Ok, percebo o conceito, sim.

Débora: Exatamente. É isso mesmo, pronto. Então...eu fiz o tour de vocês lá para Novembro, eu realizei num sábado e fiz com guia e tudo mais, fiz o percurso todo como uma turista normal, e aí resolvi vir falar um pouquinho de vocês pra entender as motivações, e quais foram as ideias quando surgiu esse tour. Mas lógico, basicamente vou pedir, não sei qual é a sua... quanto tempo trabalha na Discover, por quanto tempo...

André: Eu sou o fundador, portanto desde 2016 que lá estou.

Débora: 2016?

André: Então quando foi criada.

Débora: Ah ok, boa. E quais foram as suas motivações para criar a empresa, a sua formação...

André: Puxando atrás então do *Street Art Tour*, porque o *Street Art Tour* acaba por ser uma iniciativa que nós estamos a prever com vista a um final, mas eu vou começar por trás. A *Discover Lisbon* então...

Débora: Isso, exato. Lá na empresa, antes...antes da arte urbana (risos).

André: Exato. Então, a *Discover Lisbon* começou em 2016 oficialmente, embora em 2015 nós começássemos a dar os primeiros passos, ok? Como é que isto funcionou? Nós somos três donos, nós estávamos à frente de alguns outros projetos já, não na área do turismo, mas na área dos estudantes internacionais. Na área dos estudantes internacionais nós tínhamos já uma série de atividades.... em Lisboa, não sei se conheces a Erasmus Life Lisboa?

Débora: Sim, conheço.

André: Pronto, eu também sou fundador da *Erasmus Life* Lisboa, e nós estávamos já há 4 anos a fazer *Erasmus Life* Lisboa, e nós estávamos em um projeto que apesar de ser associativo, tinha uma curva muito sazonal, ok? Ou seja, tens muitas atividades em Setembro e em Fevereiro, e depois começa a acalmar. E em Lisboa, antigamente, em 2013/2014/2015 uma pessoa passava em Julho/Agosto ao centro da cidade e não havia ninguém. Não havia discotecas abertas, não havia o turismo que há hoje em dia, não existia. Esse turismo começou a aparecer em 2014. Em 2016 foi o primeiro verão que nós decidimos como... como equipa não ir de férias no verão, que era o que nós fazíamos sempre: todos os portugueses no verão vão para o Algarve.

Débora: Aham...(risos)

André: Nós decidimos naquele ano ficarmos em Lisboa e ver se não havia já negócio em Lisboa. E começar [inaudível] o que já nos pediam bastante parceiros, parceiros falo de hotelaria ok? Hotéis, e hostels, e guesthouses, e AirBnbs que já estavam a ver...que nós conhecíamos daqui e dali, com quem trabalhávamos em alguns projetos; começamos a perguntar se nós não queremos saber nossa atividade também, não só para estudantes, mas também para outro tipo de público. Não poderia ser nunca a mesma marca, a maneira que nós criamos, no fundo um outro '*umbrella*', ok? Não tem nada a ver com as *tours* da *Erasmus Life* Lisboa, era uma cultura completamente diferente, um objetivo completamente diferente. Então criamos, não foi logo a *Discover Lisbon*, nós primeiro começamos com um serviço só, que é o do *Lisbon Pub Crawl*, ok? Que é o serviço de [inaudível] em tascas. Foi o nosso primeiro serviço.

Débora: Sim, conheço.

André: Nós começamos esse serviço especificamente, lá está... nesse verão, nós reparamos que a maior parte das pessoas que estavam em Lisboa eram *backpackers*. E os *backpackers* gostariam obviamente de sair à noite, como eu te disse a maior parte das discotecas estavam fechadas, antigamente no verão, e nós começamos a abrí-las mas em dias específicos e começamos a criar um roteiro de festas por semana. Com esse roteiro de festas, conseguimos catapultar o *Pub Crawl*. O *Pub Crawl* foi um serviço durante dois

verões, foi fantástico, foi... era praticamente a única opção dos turistas em Lisboa à noite, portanto tínhamos centenas de pessoas todos os dias; e no fundo, funcionam muito bem. Passado vários meses de experiência, muitos os nossos parceiros nos disseram que nós devíamos ter alguma oferta para o dia, porque ter só uma oferta de noite é interessante, no entanto eles tinham vários acordos de exclusividade com empresas que fazem tours e, no entanto não conseguiriam trabalhar connosco [inaudível] tours nossos, e encaminhámos para nós também criarmos uma oferta de diária de tours, ok? Essa oferta, tás a ouvir-me bem?

Débora: Tô, tô a ouvir...deu uma falhada aqui, mas tô ouvindo normal de novo.

André: Ok. Então, nós tivemos estes pedidos todos de vários parceiros nossos, para nós começarmos a fazer também atividades de dia e nós de repente sentimos um *empowerment*, isto porque? Porque nós quando falávamos com parceiros da hotelaria, eu sentia que estava a vender um par de sapatos, mas só um sapato porque eu só tava a dizer só temos isto à noite. E eles perguntavam-me: "Então mas e de dia, vocês não tem nada?" E nós não tínhamos nada ainda criado. Demorou 9 meses/12 meses a nós começarmos o conceito, e nós quando começamos o conceito foi depois de fazermos um ano de *research*: fomos a vários sítios, a várias cidades: fomos a Amsterdão, fomos a Praga, fomos a Barcelona, fomos a vários sítios entender como é que funcionavam os mercados dos turistas, não só de *backpackers* mas também do outro turismo que começava a aparecer também em Lisboa. Porque a maior parte do turismo que vem para as nossas *tours* não é tanto o turismo *backpacker*, são mais famílias, grupos, não tanto a malta do 'mochilão' - como se diz em brasileiro não é?

Débora: Sim, 'mochilão' (risos).

André: Começamos a tratar disso, então nós decidimos entrar em *full-escala*, entramos com muitas *Free Walking Tours*, era um conceito relativamente novo, nós não fomos os primeiros, já havia algumas empresas a fazer isso em Lisboa, mas nós começamos a fazer de um ponto de vista alternativo. O que isso quer dizer? Nós não começamos onde começavam todos os *Free Walking Tours* de Lisboa, todos eles começavam no Largo de Camões e nós começamos no Rossio. Nós começamos também com *Free Walking Tour* não só de alguns minutos mas *Free Walking Tours* completas de 2 horas e meia, e a pessoa no final de pagava o que queria. O conceito de *Free Walking Tour* que havia em Lisboa na altura era...fazias uma simple de uma *tour*, fazias 45 minutos de *tour*, pagavas uma coisinha ao guia, mas no fundo o guia ali estava a puxar para uma outra *tour* de 3 horas em que pagavas mais, ok? E era assim que funcionava o conceito. E nós alternamos um bocadinho o conceito ao criar várias *tours* específicas e roteiros diferentes, nomeadamente Alfama, Bairro Alto, Mouraria, e *Downtown*. Portanto nós temos quatro quatro versões diferentes de *Free Walking Tour*, assim diferentes mas com 2 horas e meia, portanto com muito conteúdo. Portanto rapidamente...

Débora: Ah, ok, essas quatro opções são *free* também?

André: Não, essas quatro opções são *free*. Começamos em inglês de uma vez só e as coisas funcionaram muito bem, e começamos a criar várias vezes ao dia porque tínhamos bastante adesão. Com o tempo fomos acrescentando novas línguas, ok? Nós neste momento antes do... antes da crise do Corona, nós estávamos com cerca de 100 turnos semanais, ok? E tínhamos *tours* em espanhol, francês, inglês e também às vezes em

italiano. Sendo que das *Free Walking Tours* tínhamos essas quatro rotas em francês, em espanhol e em inglês...e a correr muitas vezes por semana, ok?

Débora: Ok.

André: Pronto. Daqui em 2017 nós começamos a acrescentar aqui um ponto específico, que era o *Free Walking Tour* por si só, como óptica de negócio, não era um produto rentável. Era um boom, não sei se estudaste *marketing*, não sei se conheces o 'funil', a expressão 'funil'...

Débora: não...

André: Nós conseguimos captar mais pessoas até o *Free Walking Tour*, por ser um serviço grátis, mas depois não conseguimos convertê-las em... em valor, ok? As pessoas faziam uma tour só, e tinha muitas pessoas que não ligava a *Pub Crawl*. Uma família com filho não quer ir a um *Pub Crawl*, ãnh...um casal não quer ir a um *Pub Crawl*. Depende das pessoas claro, mas havia muitas pessoas que não se viam nesse produto. O que que nós fizemos? Começamos a fazer várias sondagens dentro das pessoas que nós tínhamos nos tours, sendo que nós até hoje, nós já vamos mais de 200 mil pessoas em nossas tours, portanto temos já um grande volume de *feedback* que fomos criando ao longo do tempo. Na altura nós fizemos vários... várias perguntas às pessoas [inaudível]... e então também criamos uma série de tours. As *tours* pagas já não tem mesmo significado que a *Free Walking Tour*, [inaudível] específico, tu não pagas nada, no final avalias o guia de acordo com a gorjeta que lhe das. Se achas que ele foi muito bom, dá-lhes o valor que tu consideras bom, se achas que ele foi mal até podes sair sem pagar ou mandar-lhe um tomate se não gostares dele. Por regra, obviamente, não há assim padronização, o nosso dever era treinar adequadamente os nossos guias, nós internamente tínhamos uma professora que dava informação aos guias, tínhamos um mecanismo de integração [inaudível] de novos guias [inaudível], tínhamos já nesse momento cerca de 50 guias, toda a monitorização desta informação requeria duas pessoas a *full-time*, apenas e só para preparar a informação que os guias e os *Pub Crawls* e etc geriam e como é que passavam às pessoas. Isto porque eram muitas pessoas a passarem por nós, então tínhamos que ter esses critérios de qualidade quanto à qualidade, altos. Ok?

Débora: Ok, é só porque deu uma falhada aqui, só para eu entender...você tinham então duas pessoas que davam as formações para os guias, é isso?

André: Sim, dois chefes de equipa. Um mais de informação, outro mais a nível de *'how-to-handle' groups*, ok? Ou seja, como levar grupos, ok? Um a nível de informativo, a nível de história, a nível cultural, a nível de...levar a informação detalhada sobre as tours em que fazem; outro como é que se deve levar quando estão 20 pessoas muito faladoras, como é que deve gerir essa situação, ok? São tipos de formação diferentes, mas era algo que nós investíamos muito. Isto porque eu dizia que...estava só aqui acabando a minha linha de pensamento...isto porque? Porque no turismo, [inaudível] muitas das decisões movem-se derivado da pesquisa online da qualidade do serviço, não é?

Débora: Sim!

André: Nós portanto, em plataformas do nosso website, tínhamos ter uma muito boa review, e se tu veres on-line hoje em dia nós estamos com 5 estrelas em quatro das

plataformas. Raramente não estamos no *TOP3* nas 20 plataformas em que nós estamos listados, portanto prezamos muito a nossa qualidade, ok? Isto para dizer então que toda essa equipa estava a fazer as *free tours*, que te estava a explicar antes, que em 2017 era um produto que não era rentável, ok? Nós tínhamos o público de *Pub Crawl*, que era um produto fantástico, funcionava muito bem. Tínhamos os *free tours*, que conseguíamos captar muitas pessoas, mas não estávamos a conseguir capitalizar esse serviço, ok? Isso porque muitas pessoas iam à *free tour*, mas depois não iam a mais tours, e seria interessante então nós criarmos algum sítio onde dentro do universo *Discover Lisbon*, nós conseguíssemos continuar a fazer a experiência da pessoa em Lisboa, fantástica. Ou seja, uma pessoa que venha de manhã a *Free Walking Tour*, poderia ir a uma tour à tarde, ou poderia ir a um jantar connosco, antes de ir ao *Pub Crawl* no fim. A ideia foi essa, foi criarmos um roteiro semanal em que conseguíssemos dar várias ofertas às pessoas, ãnh... com várias *tours* interessantes. E aí nós criamos várias *tours*, para vários mercados distintos, ok? Isto porque nós estávamos a ver já o aumento do fluxo de turismo em Lisboa já não era só os backpackers. Já era família, já era grupo, já era malta mais alternativa... começou a ser mais disperso. E então nos últimos 3 anos foi muito mais heterogéneo. Os grupos que vinham a Lisboa, já havia um bocadinho de tudo. Os números aumentaram, o fluxo aumentou, então também nós temos que nos adaptar a essa realidade. O que é que nós fizemos? Nós criamos várias *tours* pagas, ok? É um normal-paid-tour, a pessoa paga por uma *tour*, ok? Ao contrário do free-tour que não pagas nada e no final das uma gorjeta se achas que é bom ou não, nós criamos toda uma seleção de paid-tours...de tours... *must-to-do tours*, que aconteciam ao longo da semana para mostrar o resto da cidade de Lisboa que nós não conseguimos ver nem no free-tour, nem no pub-crawl. Que sítios são esses? Belém, obviamente. Sintra, obviamente. O fado, a nível cultural de suas esculturas, achamos que também seria fundamental nós darmos uma experiência de fado também às pessoas que vinham visitar-nos. Criamos também, não tanto a nível de cultura, mas a nível de gastronomia (cultura gastronômica), criamos também o roteiro de tapas, ok? Temos um *History and Flavours Tour*, no fundo íamos a três restaurantes também e era só comer a comida portuguesa. E depois também achamos que seria interessante, na altura em que começou a aparecer o Bordalo II e o...falta-me agora o nome...falta-me agora o nome...

Déborá: Vhils?

André: O Vhils, exatamente. Começaram a surgir mais aqui em Lisboa, a fazer uma série de obras de arte feita de lixo, e a elevar certas áreas da cidade, a mostrar como é que se devia encarar a nova... a nova.. a nova era da modernização e a nova Lisboa. Foi interessante nós criarmos aqui um conceito nesse sentido, e a nossa intenção seria 'num' futuro....é, 'num' futuro breve, seria conseguir termos as tours de arte urbana no formato de carrinha, ok? Ou seja, ir atrás dos pontos em Lisboa. Não tínhamos ainda chegado a esse ponto, nós...A *Street Art Tour*, nós começamos em 2018...as tours demoram sempre...qualquer tour que tu crias, demora sempre um ano...dois, três anos a maturar. Isto é o quê? Quando tu vais a um destino, uma cidade, se é um produto que começou naquele ano, tu muito provavelmente não vais saber o que é. Mas no ano seguinte, se tu vais às redes sociais, tu vais ao TripAdvisor que seja, já sabes que aquilo existe. Ou seja, há um tempo de maturação no turismo de um produto, ok? De maneira que nós no primeiro ano tivemos X pessoas, no segundo ano tivemos 2X pessoas e isso foi aumentando gradualmente. Na *Street Art*, a evolução foi mais agora nos últimos tempos, ok? Ao contrário do fado, que funciona muito bem se nós...[inaudível], fado é obvio que ia funcionar bem, mas nós estávamos a fazer já por exemplo, 7 vezes por semana, e às

vezes tínhamos duas tours no mesmo dia para dividir grupos grandes, ok? [inaudível] 5 vezes por semana, *Street Art* estávamos apenas a fazer ainda 1 vez por semana, e este verão ia fazer 3 vezes por semana, portanto íamos escalar este verão. Já sentimos que havia público para isso. E nós temos vindo sempre a ajustar nossa oferta de acordo com a procura que há, ok?

Débora: Ok...é interessante saber isso.

André: Portanto...este ano estávamos a sentir que já estava a aumentar a procura deste tipo de serviço. E já estávamos a ...pela primeira vez este ano (2020) já tínhamos tido tours privadas, nós temos muitas tours privadas de grupo de faculdade, de um grupo de estudo de arquitectura, de italiano que vai passear pela Península Ibérica e quer ir a vários sítios e quer também ver a *Street Art* Lisboa, porque a *Street Art* Lisboa está no TOP10 mundial das cidades que têm a melhor arte urbana, então acabaram por nós conseguimos conjugar através do nosso site algumas reservas de grupos, e tínhamos tido este ano, se não me engano, 5 ou 6 reservas de *Street Art* privada. Portanto, já estava a começar a andar o serviço, lá está: eu sou um serviço independente, são tours independentes, a pessoa quando procura um Pub Crawl é uma coisa, quando procura *Street Art* é outra coisa. Não é a mesma pessoa à procura do mesmo serviço, são diferentes. São duas pesquisas diferentes que dão resultados diferentes. E a *Street Art* já estava a começar, já existia procuras...no nosso 'Google Adwards' nós conseguimos ter uma ideia de qual é que é o volume de pesquisas de um determinado serviço, e nós vimos que este ano comparado com o ano anterior que tinha triplicado ou quadruplicado, sabes? Portanto, já começava a existir algum turismo neste sector em Lisboa, daí o nosso aumento espectacular para fazer já para este verão, que obviamente agora não iremos fazer, mas íamos neste sentido.

Débora: Nossa, isso é muito...é um dado muito interessante, porque eu vejo assim: O fado, por exemplo, você disse que teve uma maturação mais rápida,mas porque o fado já é mundialmente conhecido como um Património Cultural de Lisboa, né?

André: E a imagem de Lisboa mesmo, pois...

Débora: Exato. E a arte urbana você vê que é um novo 'património a surgir' não é? Porque também está classificando a cidade de Lisboa como uma das...uma das maiores referências de arte urbana; mas é uma coisa já mais nova e de repente de um ano para o outro triplicou. Então você... você acha realmente que isso é uma coisa mais recente e que pode ser vista daqui para...daqui a algum tempo, com o fado é hoje visto em Lisboa, por exemplo?

André: É uma pergunta interessante, mas é complicado responder. Eu penso que para... para ter uma importância cultural em Lisboa tem que se chegar ao coração de mais 'alfacinhas', mais lisboetas. Enquanto que o fado está enraizado na nossa cultura há 100 anos, e existem casas de fado, e há o Bairro do Fado e há a Zona do Fado, e [inaudível] é algo já enraizado connosco; a arte urbana eu diria que ela tem que se enraizar ainda. O facto nós termos tido cá algumas peças interessantes, ãnh... foi... em inglês chama-se criou alguma [inaudível], criou alguma... algum entendimento geral das pessoas que isto poderá [inaudível] ser o futuro, no entanto eu acho que Lisboa precisa de mais para... para se afirmar como... para estar na cultura dos portugueses nós temos que viver essa...essa arte urbana.Eu [inaudível] comum não vivendo no centro da cidade; ou não vivendo junto

dessas.... dessas artes, não as vendos todos os dias, as vezes não me sinto tão integrado, ok? Uma pessoa se abster e vires ao longo de uma semana quantas vezes usa a palavra fado, e quantas vezes usa a palavra arte urbana, é diferente. É um volume diferente de vezes, entendes? Se conseguir criar, acho que é possível. Se a cidade se comprometer a fazer, sei lá, um evento anual. No Algarve há o evento internacional das construções de areias, se aqui em Lisboa por exemplo, houvesse o concurso internacional da melhor arte urbana, ou melhor peça de arte urbana...um concurso interessante, no fundo de motivar seja artistas internacionais a virem cá; seja os portugueses a virem presenciar essas obras...aí poderia ser uma coisa interessante. Por caminho automático eu não acho, ok? Honestamente, se as coisas ficassem exactamente como estavam, apesar de ter havido algumas novas artes que foram aparecendo no último ano; se não me engano apareceu aquela... aquela de Alfarelos, apareceu toda aquela zona... aquele prédio, aquela parte depois toda pintada

Se não me engano foi neste último ano, mas eu tenho a ideia de que o ritmo, se Lisboa se quer afirmar como uma cidade epicentro de arte urbana, tem que fazer mais ok? E o mais, quer dizer, nós como eu disse há bocado, nós fomos fazer estudos de caso antes de começarmos a Discover Lisbon. Um dia nós fomos fazer Berlim também. Berlim que se autointitula há muitos anos como a capital, como centro cultural mundial, não é? É de lá que saem os artistas, é de lá que sai a cultura do século XXI para já. Porquê? Uma pessoa vê, quer dizer...tens...tens espetáculo por todo o lado. Tens é...eventos a todo lado, tens é...museus e exposições onde eles utilizam e fazem rotação de peças regularmente. Há um incentivo à cultura que cá não há, ok? '

Débora: Sim, percebo...

André: Portanto, não cabe a mim fazer essa perspectiva obviamente, à nível automático não acho que vai aumentar muito mais. Obviamente acho que vai aumentar, porque Lisboa estava a aumentar...à nível de volume de pessoas que viriam para cá, portanto todas as... todas as áreas tem a aumentar. Óbvio com um aumento de 300%, claro que é significativo, obviamente. Mas não sei é se essas pessoas viriam para cá especificamente por causa da arte urbana. Não sei se nós temos, sei lá, uma pessoa vai à Paris porque quer ter... quer ver a Torre Eiffel. A pessoa vai a...a...à Milão porque quer ver o Duomo. Vai à um sítio porque quer um prédio cívico. Lisboa tem assim, aquela arte urbana fenomenal, fantástica, só há uma no mundo? Eu não sei. Acho que é bonito, temos coisas giras, mas não sei se temos algo que seja único, que vale a pena só ir à Lisboa, só para ver isto, entendes?

Débora: Eu entendo, entendo. Você está dizendo que seria assim: seria mais uma...um 'plus' na visita à Lisboa, mas não necessariamente a principal motivação.

André: Sim. Eu acho que atualmente não é. Acho que poderia ser, eventualmente, acho que já tem... já se tem criado motivação nesse sentido ok? Já... já saíram artigos, o Turismo de Portugal tem trabalhado muito também neste sentido, de publicar lá fora em revistas tradicionais, revistas sobre o turismo, sobre a arte urbana em Lisboa...sobre estarmos no top 10, etc...é algo que é muito rotinado e promovido pelo Turismo de Lisboa.

Débora: Sim...

André: No entanto, eu acho que isso por si só não acho que chegue para aumentar indefinidamente este tipo de turismo, ou seja, para chegar ao lado do fado tem que ter algo mais.

Débora: Aham...ok. Você tem alguma ideia assim, qual é a origem e a faixa etária (mais ou menos) dos clientes desse tour de arte urbana?

André: Eu posso olhar ...vou dizer assim por alto, ok? Mas depois posso ver com mais dados se não tiver a dar a informação correcta. Mas eu diria que quase metade das pessoas são de língua alemã, ou seja: alemão, austríaco, suíço. Quase 50%. Ou seja, os interessados são... são de língua alemã, de um desses três países ok? A faixa etária, a faixa etária...eu diria é...entre os 35,40 acho... em média. Certo que, obviamente, aparecem pessoas mais velhas, aparecem pessoas mais novas, 'tô' a dizer assim uma média das fotografias que eu tenho assim uma ideia de ver, ok?

Débora: Sim.

André: Claro que surge um bocadinho diferente. Nós também tivemos neste último ano, essas tours privadas que nós fizemos, foram sobretudo com estudantes, ok? Era um professor que vinha cá, e vinha com os estudantes. Neste caso são estudantes que acabam por não ser eles a escolher, é o professor, mas...mas eram estudantes de secundário, ou seja entre os 15 e 18 anos, penso eu.

Débora: E...quando você, você me contou né, toda a história da empresa e disse que vocês começaram a elaborar alguns tours diferenciados, a parte do Free Walking Tour, para poderem enfim atingir diversos públicos. Porque que vocês pensaram na arte urbana como um atrativo? Houve algum motivo específico para fazer um tour especificamente para isso? Algum tour especialmente para isso?

André: Por tentar fazer a explicação da nossa criação, dos vários... das várias paddy tours, nós tínhamos uma lista de 40 possibilidades de paddy tours que poderíamos fazer em Lisboa. Muitas delas eram day trips, ok? Ou seja, ir à praia Y e voltar; ou ir até às Azenhas do Mar; ir ao Cabo da Roca e voltar. Tudo isso implicativa é...o transporte, e nós queríamos dar esse salto depois do [inaudível] portanto nós escolhemos entrar com uma gama de serviços que não implicava nós temos transporte próprio, ok? Implicava que nós usássemos transportes públicos para ir à Sintra, ou à Belém...e o resto das tours sejam feitas a pé. O outro passo que nós estávamos dar, estávamos à espera de um parâmetro ser atingido, quando esse nós iríamos dar então início à parte de viaturas próprias e iremos começar com uma ou outra ronda de novos tipos de tours, ou complementar alguns tours que nós não estamos a fazer exatamente como tínhamos previsto inicialmente, ok? Dessas 40 tours que nós tínhamos mais ou menos planeadas, decidimos vamos começar com cinco, ok? Fazemos um bom número: cinco. E essas cinco tinham que ser um bocadinho rigorosos. Sintra era algo que fazia todo o sentido criarmos, era algo que muitas pessoas nos perguntavam como é que se ia a Sintra, como é que devia funcionar, etc...foi por necessidade, por questões de procura. Havia muitas pessoas a procurar como chegar lá, e pela mesma razão: Belém. Essas duas foi sobretudo, essas duas. Ou seja, haviam muitas pessoas nas nossas tours a perguntar: " Como é que eu vou para Belém? Como é que eu vou para Sintra? Como é que funciona o autocarro? Como é que funciona os monumentos? Como, como, como, como...e nós decidimos: vamos criar nós a nossa tour,

e assim ao invés de nos perguntarem "como?", nós dizemos "Venham connosco". Fica muito mais fácil. Foi mais ou menos essa filosofia por trás de criar o tour de Belém e o tour de Sintra. No caso do Fado e do Tapas foi um bocado diferente. No caso do Fado foi: nós tínhamos muitas pessoas que vinham ter connosco a perguntar-nos onde é que...por que é que o fado...por que que as casas de fado em Lisboa eram tão más ou eram tão caras. Ou seja, muitas pessoas iam e tinham más experiências em sítios mal. Não sei se era 'sítios mal' por causa do Google Maps, não sei se era 'sítios mal' porque eram os hotéis que os mandavam, muitas vezes vinham ter connosco e diziam ter tido uma má experiência. Ora, nós nos Erasmus tínhamos um bom contacto de casas de fado, criamos um produto também de acordo com a procura. Faltava-nos a parte da comida que nós, é... eu gosto muito de comer, o meu sócio também é um gordinho como eu (risos), e então nós decidimos que fazia todo o sentido darmos também a nossa gastronomia a conhecer quem nos visita, e criamos a tour de tapas. Foi uma aposta mais nossa do que propriamente derivada da procura, ok? No entanto, achávamos que correu bem: nós estávamos a fazer três vezes por semana, nunca aumentamos este número, ficamos fixo, mas funcionou essa três vezes por semana, ok? Mas foi mais vontade nossa, do propriamente uma questão de procura.

Débora: ...uma questão de mercado, foi mais motivação pessoal...

André: Exatamente. Depois, faltava-nos um e nós achamos que seria interessante...nós trabalhávamos com muitos parceiros de hotelaria que não tínhamos a tour certa pra eles, ok? E a hotelaria, neste caso, mais para hostels ok? E eu posso dizer, nós trabalhamos com cerca de 50 parceiros locais entre hotéis; hostels; boutique hotéis, Turismo de Lisboa; portanto temos muitas pessoas, muitos parceiros a enviarem gente para as nossas tours, ok? No entanto, tínhamos um segmento de hostels...e hostels já são 200...eram! Eram 200 hostels em Lisboa já, obviamente este número agora vai baixar bastante, graças a Deus até, mas a roda de 40 a 50 deles, talvez menos o que isto, colocavam-se no segmento de mercado que era o 'traveler' despreocupado. Era o 'traveler' que não queria ter 'timing's, era o 'traveller' que gostava de arte, que gostava de brincar com o fogo; que gostava de fazer malabarismo; que gostava de fazer uma série de coisas deste género. E era de uma..de um segmento de hostels que, não era só americanos, não era só australianos, não tinha a ver com a nacionalidade; tinha a ver com um tipo de persona que era muito mais easygoing, muito mais lateback e muito mais dada às artes. E nós achamos que fazia sentido. Um tour de artes não fazia muito sentido, não tinha cabimento, não tinha ali muito bem como enquadrar. Pensamos num tour de arquitetura, mas isto aqui iria assustar muitas pessoas. Então decidimos: "Vamos criar aqui uma coisa diferente". Lisboa está a começar a ser badalada como Street Art, vamos lá ver essa Street Art, vamos ver se conseguimos criar aqui um conteúdo, e conseguimos criá-lo. Tivemos que adaptá-lo várias vezes porque a arte urbana muda dinamicamente em Lisboa...

Débora: ...muito efémera, sim...

André: ...[inaudível] num dia, depois já não...felizmente. É bom sinal, que a cidade está viva, mas temos que mudar várias vezes as nossas tours. Umhas vezes pra melhor, outras vezes pra pior, mas foi no fundo para dar essa razão. Para conseguirmos dar ali um tour específico a um grupo de 10, 15, 20 parceiros que não tinham nenhum tour nosso, que estavam mesmo a recomendar. Desta forma conseguimos no fundo arranjar este... este este... "cabimento" no mercado. Não funcionou muito bem, como eu te disse, os primeiros dois anos era muito... muito lento, ok?

Débora: Sim...

André: Mas depois começou a engrenar. Começou a engrenar. Nós ainda assim no inverno, é sempre...tu foste ver em Novembro, se não me engano disseste à bocado, o inverno em Lisboa... este inverno sobretudo foi mais rigoroso. Nós estávamos com bastante tours ao longo do inverno, se as coisas continuassem normalmente nós teríamos aprendido este inverno, para no próximo inverno termos uma redução maior de tours, programamos ter bastantes tours mais vazias, mas é uma questão de se ir aprendendo e que iríamos regular obviamente. Mas é normal...(Débora: com certeza), é normal no verão nós termos grupos de 20 pessoas, 30 pessoas...e nós temos que dividir o guia já em várias...dois guias para fazer a tour em tempos diferentes. Portanto...a nível de motivação...

Débora: Super interessante...

André: Diz, diz...deculpa.

Débora: Não não, eu disse que muito interessante saber como que foi feita toda essa elaboração do roteiro. É isso.

André: (risos). Nós estávamos nesse momento a preparar para as tours, nós no ano passado...há 2 anos criamos o Lisbon Boat Party, não sei se conheces também...

Débora: Conheço sim.

André: ...que era uma discoteca no barco às quintas-feiras, também era um subproduto Discover Lisbon, nós iríamos começar também 2020 com aqui algum... há um outro produto que era o Wine Tasting...não Wine Tour, sim Wine Tour. Que iríamos ter assim vinhos e uns queijos durante o passeio ali da zona de Pink Street, tínhamos também começado a Pink Street Pub Crawl, que era um Pub Crawl mais chique no fundo, mais premium, mais diferenciado para um outro tipo turista que já havia em Lisboa também. Se calhar a persona para descrever mais facilmente, é o Instagramer, ok?

Débora: Uhum...(risos)

André: Pra esse tipo de pessoa termos criado o Pub Crawl Pink Street...íamos ter um Ball, 'tás a ver' um Fish Ball? Anh...onde tens um peixe, aquelas jarras redondas onde tens um peixe com água?

Débora: Sim, sim...seria uma espécie de jogo né?!

André: Sim...não, não era um jogo...o roteiro em si, além da discoteca tinha assim umas bebidas diferentes, que era, no fundo, para a pessoa ter aquilo...um Instagram bonito, de uma saída à noite diferente do normal.

Débora: Ah, já percebi.

André: E não ter umas [inaudível], uma delas iria deitar fumo ao lado do copo durante todo o tempo da bebida, que era no primeiro bar; e no segundo bar iriam ter um *fishbowl*

grande, era mais ou menos de 2 litros de bebida e tinham palhinhas grandes e andavam, no fundo a passear aquilo na mão, com o cabo na mão e consegue andar na rua com as perninhas gigantes a passear e davam ótimas fotografias.

Débora: Ah, ok...é que seria aquilo que a gente chama de 'instagramável' né?

André: Exatamente, exatamente. Era um conteúdo mais 'instagramável', exatamente. (risos). E tinha desse produto preparado para este ano...achamos que iria correr bastante bem, agora temos que adiar. E neste ano também iríamos ter mais, mais...acessível, um lugar que as pessoas iriam conseguir começar a marcar surf também, caso quisessem marcar surf em Lisboa, já seria possível através do nosso site automaticamente marcar uma aula de surf. Tratamos aqui para algumas alterações, a nível Street Art ainda não seria este ano que nós iríamos fazer alterações. Este ano, como eu estava a explicar, também seria o ano da consolidação, ver se realmente a coisa...como é que corria. Nós tínhamos um parâmetro interno da Discover Lisbon que era quando chegássemos a um determinado valor de volume de operação, nós iríamos também passar para a parte de...de transportes. Nós estávamos neste momento mais ou menos a 75% desse objetivo, portanto ainda faltavam um bocado, eu diria aí 2021...se as coisas fossem bem seria a altura. 2022 seria a altura que nós passaríamos para esse passo; não vai ser dado agora provavelmente porque agora estamos a dar três passos atrás, mas essa era a intenção do no nosso futuro da tour de Street Art, de Arte Urbana. É, no fundo, conseguir ter não só a tour a pé, ok? Nós até podíamos ter essa versão, mas provavelmente iríamos tentar fazer um ScaleUp para uma viagem que conseguiríamos ver os vários pontos. E "os vários" neste caso, é...provavelmente iríamos à Cova da Moura: não sei se conhece... aquele mural na entrada do bairro Cova da Moura; iríamos provavelmente também em Alfovelos que é na mesma zona; iríamos também provavelmente à zona do Oriente aonde estão os Bordallo's; e eventualmente iríamos também fazer uma visita a uma exposição de arte urbana a seguir, íamos combinar com uma associação...mas isso era uma ideia, ou seja isso aqui não está criado ainda. Isto era uma ideia para nós fazermos no futuro.

Débora: Já é um projeto futuro. Até como você já entrou nessa... nessa questão, acho que até já cabe perguntar. Exatamente por conta de toda a situação mundial que nós estamos vivendo, com certeza muitos projetos foram adiados, como você tá falando né? E você acha que vocês terão que criar novos projetos com outras vertentes, algumas vertentes de repente mais virtuais ou assim? Ou seria mais um caso de esperar mesmo tudo isso passar e voltar com os projetos que já estavam em mente? Ou você acha que eles terão que ser modificados?

André: Nós no dia 10 de março recolhemos a casa, portanto já foi há algum tempo. Nós estamos há dois meses e pico em casa, portanto já pensamos em todas as maneiras de revirmos o negócio e, obviamente falamos várias vezes em tours virtuais, mas não achamos que fosse o futuro. Eu estou em crer que o turismo não vai deixar de existir porque aquele bichinho que está em nós de querer ver aquilo ao vivo, não vai passar com uma ida ao computador, ok? Portanto não fizemos tours virtuais... neste momento até poderei no futuro dar o dito por não dito, mas neste momento é...espero que não seja esse o futuro, ok? Espero que as pessoas continuem a gostar de viajar, e que não fiquem depois enclausuradas na sua casa a viajar online ou virtualmente pelo mundo, espero que essa não seja o futuro. Estamos a preparar obviamente, vamos fazer várias reestruturações que provavelmente não queríamos, não é? Quer dizer, várias reestruturações agora às equipas e as maneiras como modulamos as coisas. Estamos à espera, neste momento estamos à

espera vigilantes. Temos alguém neste momento no aeroporto a contar número de pessoas que chegam semanalmente, que é para termos uma ideia de volume de pessoas é que começam a chegar. Estamos a contar com a possibilidade de 1 de junho, já com o selo do Turismo de Lisboa, Turismo de Portugal: o Safe and Clean, que já o temos, já temos todas as medidas. Já readaptamos todos os escritórios também neste sentido, mas é preciso haver pessoas. Nós neste sentido muito provavelmente readaptar alguma da nossa oferta, nós como eu disse há bocado, nós tínhamos uma equipa a fazer parte dos estudantes Erasmus, tínhamos uma equipa diferente a trabalhar da parte do turismo. Possivelmente vai haver aqui reestruturação no sentido de nós conseguirmos aqui complementar-vos nesta fase intermédia com o terceiro...com a terceira vertente que é os expatriados que vivem em Lisboa.

Débora: Ok, sim.

André: Você deve conhecer muitas pessoas que não são portuguesas que vivem Lisboa, nas Teleperformance's, ou na Fujitsu, ou...toda, toda, toda essa vertente neste momento não está a ser tagtizada por ninguém, e nós vamos tentar criar aqui um produto de viagens e de atividades exclusivas neste momento para eles, [inaudível].

Débora: Especificamente para esse público né?

André: Estamos em casas fechadas há dois meses e pouco também não é?! A [inaudível] trabalho, vamos a ver se consigo fazer umas viagens de fim de semana, para 20 pessoas num autocarro, para uma praia ali mas... mais afastada. Ou uma coisa mais cultural, mas nas zonas mais abertas. No fundo estamos aqui a preparar nossa adaptação para esse...

Débora: Para quando tudo isso...enfim...tiver mais regularizado.

André: Para daqui...para daqui a duas semanas na verdade.

Débora: Para duas semanas, 1º de Junho não é? Que foi o que você disse...

André: Provavelmente vai ser adiado, não é? Mas a nossa intenção seria no dia 1 de Junho começarmos a ter algumas atividades a serem promovidas, já mediante todas as novas condições, mas eu acho que assim como eu, aí há muitas pessoas que já estão fartas de estar em casa e querem fazer alguma coisa de diferente. E a picar pessoas que [inaudível] quantidade de trabalho e que no fim de semana ficam em casa mais um dia. Se conseguirem fazer uma coisa diferente, seria algo interessante.

Débora: Talvez seja uma nova motivação né (risos)? Fartos de estar em casa.

André: Pois...

Débora: Exato. Bom...e para a escolha das obras, só na questão do roteiro. Vocês tiveram algum critério para escolher determinada obra, há um roteiro específico ou cada guia tem a sua preferência de obras...ou não? Foi escolhido...teve algum critério para essas obras serem escolhidas para o roteiro?

André: O roteiro já não é o mesmo. Quando foi criado, o critério era o caminho para durar duas horas e meia, vermos pelo menos 5 peças que fossem interessantes, sendo que na

altura havia uma do Vhils no centro e nós conseguimos vê-la também. Várias peças foram sendo mudadas e a rota mudou eu diria em dois, três anos mudou para aí umas 15, 20 vezes. Portanto foi sendo adaptada ao que se pode fazer a pé, dentro do que nós sabemos que vais existir no dia-a-dia. Nós temos que [inaudível] fazer tours regularmente, portanto se houver alguma coisa interessante, um deles há de sinalizar nosso grupo: "olhem, vi esta peça nova, porque não a 'pomos' no *StreetArt*?". E [inaudível] ali no fundo, toda essa equipa de batedores de terreno, no fundo a ver se há alguma informação nova que vale a pena prosseguir, para entrarmos a tudo. Nós, eu mesmo disse, tínhamos temos pessoas dedicadas à formação dos outros guias, nós tínhamos uma chefe de equipa cuja formação também era...cuja responsabilidade também era de criar as tours. Ou seja, de regular qual era a altura e idade a estar cá, se fosse necessário. Portanto neste momento era uma pessoa que já estava a cargo das atualizações que elas iam acontecendo. A razão foi essa...foi caminho a pé, com uma duração razoável de tour (ou seja, não poder ser um caminho de 7 horas a pé, e não podia ser um caminho só de 2 peças, tinha de ser uma coisa que fosse equilibrada. Foi neste sentido. Como eu disse há bocado: isto aqui era um meio, até o nosso fim. O nosso fim eram as viagens de transporte para a cidade de Lisboa, para mostrar a Street Art.

Débora: Com a mesma finalidade, ok. Bom, só para dizer caso caia a nossa... a nossa chamada, ok...qualquer coisa eu reinicio uma outra, por que às vezes o Zoom, ele derruba depois de um certo tempo, tá bem? Só para avisar, mas enfim...então qual é que é o objetivo, só para entender mesmo qual é a finalidade e o objetivo, já percebi de acordo com a nossa conversa, mas o objetivo de vocês na execução desse roteiro no caso, seria mais assim a preservação da memória das obras; uma divulgação dos artistas e da sua história; ou uma promoção da cidade mesmo, de Lisboa. Qual dessas três...?

André: O nosso objetivo desde sempre foi exatamente a promoção da cidade de Lisboa. Essa será sempre o nosso *main goal* será sempre esse.

Débora: Ok, sim...já percebi. Bom, então acho que dentro dessa...dessa resposta da promoção da cidade de Lisboa, talvez o elemento mais importante...porque eu coloquei aqui mais ou menos 3 elementos que seriam importantes na execução do tour, imprescindíveis digamos assim. É a arte mural mesmo, ela em si...ou seja, os desenhos e as suas formas; seria o local que ela está inserida e os arredores; ou seria mais ou menos a história e o contexto na qual aquela arte urbana está inserida? Qual dessas opções seria mais imprescindível?

André: Tenho de escolher uma?

Débora: Não, não precisa ser uma (risos).

André: Eu diria duas, que é a relevância e a localização, que é para nós conseguirmos conjugar uma *tour* completa.

Débora: Seria a relevância histórica e o contexto, assim como a localização e os arredores?

André: Sim.

Débora: Ah, ok. Sim. Bom e como você tocou na questão da efemeridade, eu acho que é legal da gente destacar também, vocês acham que essa efemeridade da arte urbana, que ela é diferente de outras artes, né? Porque se você for ver uma arte dentro de um museu, ela é muito mais 'permanente' do que uma arte que está exposta ao sol, à chuva... enfim. É... você acha que essa efemeridade arte urbana, ela é benéfica ou não para um roteiro turístico?

André: Eu acho que é importante pela...se a intenção da cidade de Lisboa seria ter isto no roteiro, acho que seria interessante ela ter uma rotatividade viva. Porque essa rotatividade viva é o que vai criar a atenção das pessoas. Essa rotatividade consegue se fazer de várias maneiras, não é? O que está a ser feito neste momento...tu há de saber melhor do que eu o que é que está a ser feito neste momento... mas eu penso, neste momento o que há feito é que tens algumas zonas em que realmente as pessoas podem ir fazer os seus desenhos, é legal fazer esses desenhos em alguns sítios da cidade. Tenho a noção de vez em quando, mas não é... não é...ou seja, não é... como é que dizer: de vez em quando há um concurso para fazer um mural, mas não é um concurso público, portanto acaba também por não ser a maneira mais justa de fazer. Mas de resto, quer dizer, não está a ser feito mais nada, penso eu, não é?

Débora: Tem alguns projetos a serem feitos, exatamente. Mas nem todos são voltados para o turismo, né? Têm muitos de arte urbana, mas que não são voltados pro turismo... só que depois podem todos ser encaixados numa rota, por exemplo.

André: Imagina, um workshop...um workshop de como fazer um mural, por exemplo. É algo que poderia ser uma coisa interessante a fazer-se. Neste momento não é fazível em Lisboa porque os preços rondam à volta de cerca de 130 euros por pessoa. Muitas pessoas não vão pagar 130 euros, as pessoas que estão interessadas na arte urbana não vão pagar 130 euros para aprender a pintar.

Débora: Exato, exato. Não, existem também murais que são pintados assim livremente, qualquer pessoa pode chegar e pode...

André: Não, mas digo...isso sim, mas um turista...uma pessoa que esteja a passear, e queira aprender, dar um toque no pincel e ver...

Débora: Ah ok! Já percebi.

André: ...aprender alguma coisa, não há uma fábrica aberta, onde as pessoas possam ir. Não há um workshop...não é workshop...não é, como que se diz...uma oficina, um oficina.

Débora: É, seria...é...seria um workshop.

André: Era engraçado haver algo desse gênero, onde tivessem ou artistas lá, ou alguém da Câmara a poder dar uma ajuda às pessoas ou assim...era algo...

Débora: Para executar mesmo um turismo de experiência nesse sentido, né? E não só a apreciação da arte urbana.

André: Exatamente. Portanto neste momento o que existe é uma coisa muito complicada de fazer, e eu sei bem porque tem uma empresa que faz isso, mas dada a dificuldade os

preços são muito caros. E estamos a falar da promoção, por isso uma pessoa a dizer que uma pessoa que está a uma tentativa do workshop e fica muito caro, porque o risco é muito grande, tu percebes que não há uma grande motivação da própria cidade em fazê-lo, correcto? Era isso que eu queria dizer. (Débora: Sim, sim eu percebi.) Ou seja, tudo que abres lá fora que vale aqui aceitar que temos aqui muita Street Art, mas depois não há realmente incentivos à promover essa Street Art cá dentro, é o que eu estou a dizer.

Débora: Aham, eu percebi. Sim, existem projetos que são para arte urbana, em paralelo e que depois acabam sendo utilizado para o turismo, mas não um projeto que alie directamente essas duas vertentes. Seria mais ou menos isso que você até está sugerindo, né? Digamos assim...

André: Exato.

Débora: Tá bem. E, acho que é mais isso. Acho que pra finalizar só queria saber isso da sua visão mesmo, se você acha que a arte urbana pode ser considerada um património...um património cultural? Se, você consegue enxergar a arte urbana como um património cultural da cidade?

André: Eu consigo imaginar essa situação, mas consigo...para imaginar a situação, tens que concordar comigo que a arte urbana tem que estar mais presente.

Débora: Uhum.

André: Eu, neste momento, na minha vida do dia-a-dia, eu não vejo arte urbana. (Débora: Ok). No país, na cidade...não vejo. Se uma pessoa estiver atenta em alguns sítios, encontra. Mas se uma pessoa, um residente, um cidadão da cidade de Lisboa não vê essa arte todos os dias. Temos o metro muito bonito, é verdade. Temos alguns sítios espalhados muito bonitos, é verdade. Mas não as vê em todo o lado, ok? Não há um bairro, não há um bairro onde tu possas ir ver isso, quer dizer...há zonas, mas não há todo um bairro, sei lá. Não, não acho que haja ainda essa dinamização. Poderá existir, poderá. Já temos uma série de zonas alternativas como é o LX Factory, temos muitas zonas já diferenciadas. Mas nessas zonas não há uma grande promoção da própria arte urbana, há sempre sim uma coisa gira, mas não há um conglomerado muito...muita cultura visual no mesmo sítio, e acho que para eu acreditar que isto tem mais futuro, tenho de realmente é...ver-se mais.

Débora: Ok!

André: Mas acredito que seja possível. Se houver vontade, acho que é possível.

Débora: (se houver vontade) tudo é possível (risos), né?

André: Se houver os locais apropriados pela própria cidade, tanto nós como outros operadores, vejo-os com capacidade de providenciarem uma tour diferente a quem nos visita. Neste momento não fazemos pela razão que eu te expliquei. Não, não... não faz sentido neste momento porque...é caro fazer uma tour destas.

Débora: Sim, tá bem. Olha, eu agradeço muito...

André: Débora, se precisares de mais alguma coisa, passada esta entrevista, se houver alguma informação que fique pendente ou assim, por favor diz-me, tá bem?

Débora: Tá, com certeza. Eu acho que talvez eu vou pedir, se for possível e se tiver...se for de fácil acesso também, não for muito complicado, mandar somente os números de tours realizadas em 2018 e 2019. Mas aí eu te mando por e-mail, sem problema.

André: Manda-me por e-mail o que me pedes, que eu envio-te a resposta por escrito, tá bem?

Débora: Tá bem. André, muitíssimo obrigada. Agradeço imenso por ter auxiliado na minha pesquisa. (André: Ora essa...) Depois posso lhe enviar, tá bem? É meramente um trabalho académico, não é nada comercial, só para enfatizar (risos).

André: Tá bem, obrigado.

Débora: E depois que tudo for enfim defendido, publicado, finalizado...eu envio também o trabalho para que vocês tenham conhecimento.

André: Combinado.

Débora: Combinado?

André: E se precisar de alguma coisa, diz-me tá bem?

Débora: Tá bem, muito obrigada.

André: Obrigado e bom dia!

Débora: Até...bom dia!

ANEXO IV - Entrevista Nuno Seabra Lopes (Zest Books)

Entrevista realizada via Zoom, dia 25 de Maio de 2020 às 13h30.

Débora: Então já está. Bom Nuno, então é isso... Muito obrigada pela oportunidade, e assim só para você entender, eu sou formada em Lazer e Turismo, portanto minha área sempre foi o turismo, já trabalhei no turismo diversos anos lá no Brasil mesmo; quando eu vim para Portugal, eu vim exclusivamente para fazer um mestrado na Universidade Nova de Lisboa, em Património porque toda a minha...meu trabalho de conclusão de curso no Brasil foi sobre património cultural, então eu vim justamente para fazer uma especialização nessa área. Quando eu cheguei aqui comecei a trabalhar com eventos enfim, e tive uma disciplina na faculdade, uma cadeira na faculdade que era sobre Cidades Criativas, dentro do mestrado. E o que fez eu me interessar muito pela arte urbana, pelo grafite e colocá-lo de certa forma dentro do meu campo que é o turismo. Então eu aliei assim, o turismo como uma forma de valorização patrimonial da arte urbana. E dentro das minhas pesquisas encontrei os livros da Zest né, que são dois volumes, que no meu ponto de vista foi muito interessante para um estudo de caso porque ao mesmo tempo que ele pode ser uma ferramenta para memória e salvaguarda patrimonial das obras, ele também tem ali um mapinha que funciona também como um guia turístico.

Nuno: Sim, sim...nos livros de Lisboa nós colocamos isso, sim. E faz todo o sentido, e acho que só não conseguimos colocar na...nós temos um outro livro sobre Portugal que é de 2014, e um livro mais recente sobre artistas portugueses com obras espalhadas por todo mundo, aí já não daria para 'pôr' mapa porque já não faz sentido enquanto percurso, enquanto forma de...das pessoas poderem visitar as peças. Ou seja, aí vir só enquanto livros, enquanto memória, enquanto.... enquanto exemplo daquilo que é o trabalho dos autores.

Débora: Exato. Não seria uma rota, mas enfim...seria uma rota talvez através...se uma pessoa se interessar por isso, ela pode até fazer essa visita.

Nuno: Sim, a parte...a parte curiosa de se fazer uma rota em Street Art é que apesar de se tratar de uma arte efémera, e muitas daquelas peças têm...podem ter no máximo um, dois, três, quatro anos de vida no máximo. E mesmo aqueles que já... que já tem esse período, muitas dessas peças estão já... já estragadas... já estão **crossadas**, já... ou seja, já acabam por estar bastante danificadas e já não podem ser apreciadas da mesma forma. Seriam, quando elas acabaram de ser feitas, mas apesar de tudo, os locais onde as peças foram... foram... foram colocadas são locais que decidiram manter. E muitas das vezes já não estará lá aquela peça, mas estará uma outra peça que substitui. Por isso enquanto percurso mantém-se o interesse e pode não estar aquela peça que eles viram no livro, mas irão encontrar uma outra peça que vai substituir e que faz todo o sentido.

Débora: Que vai ser uma surpresa daí no caso, né?

Nuno: Pode ser uma surpresa, sim...sim.

Débora: Então até você já comentou da efemeridade, era um dos tópicos que eu ia comentar, mas como você já falou sobre esse tema: você acha que isso é positivo para a arte urbana?

Nuno: Eu acho que sim...primeiro.... primeiro mais do que ser positiva ou não, é uma das condições. Ou seja, é uma característica inata da arte.... da arte urbana ela ser efémera. E o facto de ser efémera tem vantagens e tem desvantagens. Claro que tem a desvantagem de passar uns tempos a peça já lá não está, mas por outro lado tem a grande vantagem das pessoas poderem vê-la a uma outra luz. Uma luz que é quente, que é uma peça que faz parte de uma cidade, que está sempre a mudar, que está sempre a evoluir e... e a arte também não deve ficar estruturada. Neste caso não... não fica... não fica parada no tempo e vai evoluindo, e há outras peças que vão substituindo e há um diálogo que vai sendo feito. Porque as peças muitas vezes, e eu recorro-me da parte significativa dos autores de arte urbana em Portugal, daqueles mais conhecidos... eles têm uma... uma... uma interesse genuíno em que as peças tenham alguma coisa a ver com o local onde estão inseridos. Ou seja, querem dialogar de alguma forma com os próprios espaços. E aí temos vários exemplos, alguns até bastante interessantes como o **MR. A**, o **SAMINA** em que não só - e eles também têm formação em arquitetura, salvo erro...e se calhar ajuda - mas não só as peças dialogam em termos de... do espaço aonde estão inseridos e tem ali alguma coisa com o próprio espaço, mas às vezes até conversam com os próprios edifícios: podem colocar uma... uma figura olhar através de um espaço; ou aproveitam um vestígio, aproveitam algo... o que significa que faz parte daquele espaço e a peça que está perfeitamente integrada dentro daquele... daquele espaço se está integrado Desde aquele espaço, espaço [inaudível] trocas peças também tenham evoluído Eu tenho cuidar por isso a parte dele é algo que as pessoas lidam bem e... e gostam. E depois há sempre os livros para matar as saudades não é?

Débora: (risos) Exatamente. Dá sempre pra ver as fotografias também...

Nuno: Dá sempre pra ver as fotografias, sim...

Débora: Exatamente. E como que surgiu? Desculpa, pode dizer.

Nuno: Não, não, não... surgiu, surgiu de forma natural. Surgiu pelo interesse, interesse que eu tenho na...na arte urbana.

Débora: Essa ideia foi...foi majoritariamente sua, ou foi mesmo da editora, você já trabalha há muito tempo lá?

Nuno: Foi. Eu sou...sou...não, eu criei a editora. Eu tive já vários outros projetos...eu trabalho em edição desde 99, ou seja já 21 anos...há 20 anos e qualquer coisa, que eu...que eu faço livros, que eu trabalho em livros, e tive uma consultora. Mas tenho muitos interesses específicos, com toda a gente tem, e um desses interesses é a arte urbana. E na altura, eu queria começar a trabalhar alguma coisa dentro... dentro desta... dentro desta categoria pelo gosto que tenho. Mas aquilo que suscitou-me, o interesse por assim dizer, em termos de produção do livro, é que foi começar a ver muitas das pessoas que gostavam de arte urbana, e são muitas...queriam meter alguma... alguma referência, alguma memória daquilo que viam. Era muito comum as pessoas fotografarem, vêem uma peça na rua e com o telemóvel tiravam fotografias e depois podiam partilhar nas redes sociais, ou seja as pessoas criam uma fixação daquilo. Necessitavam, gostavam de ter as peças que eles estavam agora a ver, gostavam de as ter, gostavam de as manter de alguma forma. E aí o passe é directo. Ou seja, se gostam de as meter no telemóvel, se gostam de as ver repetidas vezes mesmo quando não estão a passar por lá, se não é só usufruir naquele espaço, mas é usufruir 'noutro' espaço: no telemóvel, em casa, no computador, nas redes

sociais... seja de que forma for, é interessante criar alguma... algum suporte para que as pessoas possam poder aproveitar de uma forma mais coerente, uma forma..de uma forma que faça sentido para elas também ligarem as várias peças entre si, seja geograficamente como por exemplo, se fez em relação à Lisboa ou à Portugal, seja em termos de autores ou de linhas, ou de...e aí fazia sentido de facto criar livros e apresentamos os livros. Os livros têm tido sucesso, e é prova que as pessoas de facto apreciam e gostam de...e gostam de ter arte urbana nas mãos, por assim dizer.

Débora: Sim, até porque teve um volume e depois já teve o segundo volume, assim logo em seguida né?

Nuno: Sim, e a arte urbana Lisboa estou a pensar em fazer um terceiro volume ainda.

Débora: Olha, que interessante!

Nuno: Têm havido evolução, têm havido muita evolução e...temos que dar sempre algum tempo para que as peças substituam, sejam outras, [inaudível] mas Lisboa acaba por ser uma cidade muito dinâmica. Mas a arte urbana, o livro de Lisboa está muito ligado também à GAU. Eu tive essa ideia e fui imediatamente falar com a Galeria de Arte Urbana, que é quem quer...o departamento na Câmara Municipal que gere todo este processo, não só gere em termos de licenciamento, e em termos de apoio que podem dar, mas desde uns anos pra cá começaram mesmo a ser produtores, começaram a fazer aí... tens o festival MURO por exemplo. E tem espaços próprios que eles criam, espaços provisórios que eles criam para que os artistas possam estar sempre a pintar. E por aí... eles seriam os parceiros ideais, porque sendo...pertencendo à Câmara de Lisboa, eles têm uma... uma noção do que dentro do espaço está a ser feito, porque eles têm que licenciar tudo, e de alguma forma também tem já um registo daquilo que seria... seria mesmo importante e, por isso este livros tem... tem sido...os de Lisboa têm sido feitos juntamente com a GAU, fomos imediatamente...mal tive essa ideia tratamos de marcar uma conversa com eles e daí essas coisas correram...e correram muito bem. E gostávamos de poder continuar.

Débora: Com certeza (risos). Vem muita coisa por aí ainda, né? Bom...sobre o objetivo, quando vocês pensaram então em criar esse roteiro, teve... - roteiro que eu digo, no caso do livro né - mas, teve algum critério para para escolha das obras? Ou...

Nuno: Teve, teve...há alguns critérios que são essenciais. No caso de Lisboa especificamente, que é aquele que nós tamos a falar, primeiro havia critérios de ...critérios essenciais de que as obras tinham que na sua maioria, deviam ser legais. Ou seja, nós procuramos que...e desde logo apostamos a trabalhar com a GAU, e a GAU sendo uma estrutura da Câmara Municipal, só faria sentido colocar peças que tivessem sido selecionadas por eles. Ou seja, peças que foram... peças que eram completamente ilegais, nós tentávamos evitar. Em especial, mas nós colocamos algumas, várias peças, porque há artistas que vêm cá fazer peças legais, mas depois gostam sempre de fazer as suas outras peças, e são ótimas e fazem parte... e a Câmara também as aprecia. Mas havia peças que nós recusamos logo à partida, nós e a Câmara colocar peças de alguma forma que danificavam também património. Ou seja, uma coisa é criar património, e eles criam património, criam arte. Por outro lado, quando se faz uma peça que passa por cima de azulejo do século XVIII, ou do século XIX, ou então quando se faz...ou então mesmo... mesmo quando... quando se usa, se cria uma peça que vai pura e

simplesmente **crossar** uma outra peça e não é nada mais do que danificar uma outra peça que já... que já lá está. Aí não faria sentido, ou seja nós temos uma visão artística, mas também temos uma visão que arte não deve estragar outras artes que existem. E nós gostamos muito de património, trabalhamos outras áreas de património, o azulejo por exemplo, como nós estávamos aqui a falar. E como tal, esse foi o critério básico. Outro dos critérios que nós quisemos nessa primeira fase, foi um critério temporal. Ou seja, não quisemos colocar peças que ficassem muito pra trás, nem ia...e que quisermos balizar dentro de um período. Essência do volume um tem algumas peças para trás, mas não muitas, só aquelas mais emblemáticas dos Gémeos, e etecetera e tal que foram aquelas...as grandes...

Débora: Que marcaram épocas, né?

Nuno: Marcaram épocas e que ainda se mantém, e que se vão manter pela sua importância, pela sua dimensão. Porque são, tem a ver com alturas em que tudo começou e esse muro [inaudível], no fundo a partir daí foi uma...foi naquele período...do ano X ao ano X...nós tentamos balizar entre dois, três anos...e aí é o que faz sentido. Depois tentamos equilibrar artistas internacionais que cá venham com artistas nacionais. Obviamente que tudo que é...são grandes artistas internacionais que vêm cá comissionados em...com festivais, nós colocamos pela óbvia qualidade das mesmas, colocamos também as peças dos principais artistas portugueses. Mas depois tentamos colocar outras peças, de artistas menos conhecidos, que...e mesmo alguns casos que nós tentamos colocar sempre de peças que, de artistas que não são conhecidos, que são feitos desconhecidos de um ponto de vista midiático...são artistas que andam na rua e que só são conhecidos nos bairros deles, ou entre os amigos. Que não se identificam publicamente, mas que têm obras interessantes, que têm peças interessantes e que colocaram tanto...e estamos/estou a falar nos vários materiais, ou seja tanto... tanto em... em grafite, como em **PayStamp**, como em Stickers, como...há um movimento depois damos...vamos dando relevâncias e diferença em termos de espaço, que utilizamos no livro. Mas tentamos que todos estejam representados, sendo que há uma hierarquia: dos mais representativos para os menos representativos, mas queremos que todos estejam lá representados sim.

Débora: Ah, ok. Mas vocês criaram essa categoria dentro do livro, ou não? Ou ela é...

Nuno: Não, nós... nós acabamos por não criar essa divisão dentro do livro, está patente, se folhear o livro do princípio ao fim, é obvio vê todo o género. Mas depois aquilo tinha que ter alguma sequência, e essa sequência era uma sequência que faria mais sentido visto que estamos em Lisboa, e as pessoas... estamos sempre a focar e períodos próximos, que as pessoas usassem aquilo como guia, como roteiro. E como tal, a proximidade acaba por ser relevante. E daí a forma como nós encadeamos as obras, é.. é um encadeamento lógico geográfico, as obras que estão na sua proximidade. Ou seja, começamos 'num' lado e as pessoas vão avançando pela cidade afora, de uma ponta à outra da cidade e vão vendo as peças geograficamente mais próximas. E obviamente há peças de diferentes categorias, de diferentes calibres, que acabam por estar umas ao lado das outras.

Débora: Próximas ali...posição geográfica, é...(risos)

Nuno: Da sua posição geográfica, sim.

Débora: Exatamente. E o objetivo com a execução desse livro era assim: a preservação mesmo da memória da arte urbana; era uma divulgação dos artistas, da sua história; ou era mais assim uma promoção da cidade de Lisboa, como cidade criativa ou atrativo?

Nuno: Ok. Anh...todas elas acabam por acontecer de alguma forma. Neste último livro, dos Grandes Artistas Portugueses [mais recente livro sobre Street Art publicado pela editora], a questão da promoção dos próprios artistas estão lá. No caso de Lisboa, era mesmo de memória e divulgação da arte urbana, porque Lisboa estava a crescer imenso na altura, e está ainda... ainda continua com uma dimensão razoável em termos de arte urbana. Arte urbana era apreciada por já, por muitas pessoas mas não, não tinha aquele... aquela... não era tão conhecida como hoje é, e como tal o que nós quisemos na altura foi mostrar aquilo que já existia, aquilo que tinha sido feito e que tinha imensa qualidade, e todo esse percurso que estava, que estava...que ia ocorrendo e que nós estamos a ver. O nosso objetivo não era tanto promover a cidade de Lisboa, claro que funciona mas não era esse o nosso objetivo. O nosso objetivo era mostrar arte urbana especificamente neste caso, dentro da cidade de Lisboa. Sendo que...que... que aí poderia se colocar outra questão é: "Porque é que não colocamos arte urbana fora da cidade de Lisboa, mas nas proximidades?". E temos caso como Loures, que é o caso mais óbvio, que é a maior Galeria de arte urbana do mundo, ao ar livre não há local no mundo que tenha mais umas peças como em Loures. Mas aí a proximidade também, também se fazia sentido...ou seja, nós trabalhamos também não só para o público português, mas para o público internacional que nos visita, nós fazemos livros também muito para o próprio turismo. E o turista está razoavelmente concentrado, na cidade de Lisboa. E nós tínhamos tanto material aqui, que nós pensamos: "Não, vamos focar-nos em Lisboa". Posteriormente, vamos tentando ver os outros... os outros passos, e coisa que... coisa que ainda estamos a tentar fazer, mas a ideia, a ideia era sempre: se não nos conseguimos, se não consigo sair do espaço em que estamos, porque somos turistas e não conseguimos andar a pé mais do que 20 quilómetros, 30 no máximo...então também não vale a pena estar a encher e fazer um volume que é gigantesco só para poder apanhar tudo, só para poder abarcar tudo. E como tal, foi isso.

Débora: Então vocês pensam que é melhor, de repente, fazer segmentos dos livros né, por exemplo talvez Street Art Loures, do que colocar tudo num só e não abranger talvez um passeio a pé ou algo que seja mais fácil de realizar.

Nuno: Eu acho que sim, eu acho que: primeiro a questão dos segmentos...o segmento temporal é um segmento óbvio que surge. O um, o dois, o três, o quatro volume que venha, tem a ver com essa efemeridade e com essa constante mudança de uma... de umas peças por outras. Ou seja, se nós temos uma arte que vai mudando, é natural que hajamos livros que vai mostrando aquilo que vai sendo feito. E aí não é esquecer aquilo que já está, daí ter uma coerência gráfica e ser feita em volumes, para que as pessoas consigam evoluir também ao longo do tempo na arte urbana que foi...que foi surgindo dentro da... cidade de Lisboa. E aí já dá uma noção de sequência, e uma noção de sequência de território, porque quando nós tentamos fazer o Arte Urbana, o primeiro...o primeiro Street Art Portugal, em 2014...que tentamos fazer e fizemos, nós...eu ainda pensei, imaginei colocar um mapa. Ainda houve uma altura tipo: "Não, vamos fazer igual, vamos colocar um mapa". Mas depois não funcionava. Primeiro porque o mapa era demasiado grande, Portugal é pequenino mas é grande para um mapa deste género. E, de repente, se tivermos 30 peças no Porto, 30 peças em Lisboa...é um ponto. Não são 30 pontos. Da mesma forma que se tivermos três ou quatro peças perto de Leiria, ou outros... ou na Covilhã, ou em

Estarreja, ou em Lagos, ou em outros sítios onde habitualmente encontramos, em um ponto onde depois aquilo não tem um percurso. Eles iriam estar a visitar o que? Visitar o país um ponto aqui, outro ponto aqui, 30 pontos aqui...não funcionava com o mapa. Daí nós aí temos mudado um pouquinho, e não e termos separado um pouco o tipo de nicho que nós íamos fazer. A ideia é quando estamos a falar de espaços mais pequenos, tipo uma cidade um território e um espaço-temporal também, faz sentido serem pequenas obras que mostram o que é que aquele espaço está a fazer. E vai evoluindo ao longo do tempo: faz-se à Lisboa, como se faz Loures, como se poderia fazer de outros espaços...como se pudesse fazer de outros espaços até onde tem festivais que são...onde estão intimamente ligados à festivais, como Estarreja por exemplo como temos falado; ou Covilhã...ou outros que são festivais bastante relevantes no nosso país. Por outro lado, quando nós queremos sair dessa...dessa lógica, e não queremos mostrar a arte urbana, mas queremos falar sobre os artistas, aí já não faz sentido. Não faz sentido se estamos a falar sobre o artista, e o artista pintar aqui como pinta em Miami...como vai pintar a Ilha de Malta, como vai pintar à Praga, ou outro sítio qualquer e as obras dele acabam por ser igualmente válidas. Ou seja, queremos mostrar a obra que o autor tem vindo a fazer. Por isso estamos a dividir um pouco o tipo de obras que nós...o que nós estamos a querer publicar. Queremos continuar a publicar esta primeira sequência: Lisboa; ou então podemos passar para Loures, ou outras cidades temporais. Queremos continuar a fazer isso, porque isso resulta muito bem em termos de amostra de arte urbana. Mas também queremos fazer o outro que é...tentar mostrar...ãnh...as obras que alguns dos artistas estão a fazer, e secalhar até testar com outros formatos, formatos maiores...assim, enfim...algo que acabe por desenvolver um pouco aquilo que nós estamos a fazer, mas de outros modos.

Débora: Ok. E teve algum público-alvo específico? Quando foi lançado o livro foi pensado em algum público-alvo específico?

Nuno: Foi, foi...primeiro nós estávamos...o facto de nós estarmos a falar sobre Lisboa e estarmos a falar sobre arte urbana em percursos, nós estamos a falar de pessoas que visitam Lisboa e temos logo dois públicos diferentes. Estamos a falar do público estrangeiro que vem cá em busca de algo, que gosta de arte urbana porque na a arte urbana está bastante desenvolvida em várias cidades, e há muito público urbano que gosta de arte urbana e que vem cá e que quer visitar, ou que juntamente com as outras coisas também quer visitar porque também têm esse interesse, esse era um público. O livro ter...não ter textos quase, e ser basicamente uma legenda e uma legenda que dá para português/inglês e ter os códigos internacionais de localização, GPS e etc que toda a gente consiga utilizar, por outro lado o público português urbano e jovem, que vive na cidade, que vai tirando fotografias - jovem ou não jovem, desde que tenha interesse - seria o público português que tem interesse dentro...que têm interesse nisso, a partida mais jovem porque já recorrem muitas vezes à tecnologias, e que de repente tem ali um apanhado, porque o interesse deles é q.b. Ou seja, têm interesse, mas não...nunca se dá ao trabalho de ver onde é que as peças estão, quem são os autores... mas que tem algum interesse e que tem algum gosto, e que poderia começar ali como uma obra de iniciação, onde eles podiam conhecer vários [inaudível] obras, os locais mais habituais, as localizações, os autores...enfim, de alguma forma era uma obra de iniciação. Quem... quem está em Portugal e que ouve falar e tem algum interesse, já viu qualquer coisa que quer mais. Ou seja, não é uma obra de especialista, nunca foi pensado para especialista...essa obra não tem nada a ver com o "Grandes Artistas Portugueses". Já tem mais essa competência (?), daí ser diferença, de outro género. é só não tem nada a ver o já tem essa diferença de outro género, mas o Street

Art Lisbon são obras para um público que está a iniciar-se dentro... dentro desta ..dentro de tudo.

Débora: Você tem ideia, assim de...eu não sei se isso é uma informação que você consegue mensurar, mas você tem ideia se são pessoas... de quais origens, quais nacionalidades ou enfim, qual idade, qual a faixa etária que compra esses livros, ou não?

Nuno: Temos algumas ideias. Nós vamos tendo contacto com algumas pessoas que nos compram os livros e vamos vendo. Primeiro nós tanto vendemos para Portugal quanto para o estrangeiro, bastante. Ou seja, o livro vende-se de igual forma para portugueses e para estrangeiros. Também se vende de igual forma em lojas para turistas como em lojas para...de retalho. Significa, nós de facto estamos a chegar tanto ao público estrangeiro como ao público português. E agora, as idades: apenas o contacto que nós vamos tendo, ou seja percebemos que muitas das pessoas que nos compram os livros serão mais jovens, quando digo mais jovens digo até os 45 anos talvez. Ou seja, não é exatamente dos 20-25, mas que devem aí andar dentro dos 25 e dos 45 anos talvez, diria eu. Também tentamos [inaudível] pelo contacto que nós temos tido curiosamente parece, parece ser mais os homens do que as mulheres. Apesar de haver muitas mulheres interessadas, nós parecemos vender mais para homens do que para mulheres. Mas isso é apenas uma percepção, pode ser o facto de serem homens que nos contactam e não necessariamente as mulheres. Pode ser somente isso. [inaudível] E não consigo perceber muito mais...

Débora: sim

Nuno: ...melhor porque de facto nós não vendemos livros, vendemos alguns livros através dos sites, através de contactos e feiras que vamos fazer. Ou seja, eles são nossos parceiros, os espaços que vendem os livros que têm mais contacto com o...com as pessoas.

Débora: É, eu acredito que seja um pouco difícil de mensurar no caso de livros, quem são os compradores...é mais fácil se fosse realmente um roteiro, com guia e etc. Mas era só mesmo para ter uma ideia. No caso do...o que que você acha que chama mais a atenção do leitor-comprador quando ele escolhe esse... essa obra?

Nuno: Não consigo...eu, assim...há fatores de atração que nós evidenciamos como [inaudível] de propiciar a venda. Tens logo a parte gráfica, dedicamos bastante espaço gráfico ao livro, no livro as imagens parecem importantes. Ou seja, eles de facto querem imagens, querem ter muitas imagens, existe o interesse [inaudível] em saber sobre, muita informação...eles querem detalhes, pequenos detalhes só. De quem é; qual aquele autor; está onde? Mais nada. Ou seja, não parece que eles tenham um interesse acrescido, que queiram saber informações muito mais específicas sobre o autor. Não me parece que seja essa a informação que eles tenham interesse. De algum modo, o que pra eles é relevante é mesmo o impacto gráfico que as imagens tem.

Débora: Mais o desenho né?

Nuno: É, mais o desenho. [inaudível] Eles querem, eles gostam das imagens, e querem ver aquelas imagens e querem ter aquelas imagens. E acho que essencialmente esse é o momento que mais pesa na...quando eles optam por comprar um livro destes em vez de um outro livro.

Débora: Ok. É, eu até tenho uma questão mais ou menos sobre isso, mas eu acho que elas até convergem entre si: qual seria o elemento mais importante dentro do livro? Seria a arte mural em si, ou seja o próprio desenho gráfico; seria os arredores no qual ela se localiza, ali...ou a vizinhança, o público; ou seria a história e o contexto em que ela se insere, a manifestação artística que ela sugere?

Nuno: Julgo que a primeira. A primeira [inaudível], a própria arte mural acaba por ser aquilo que mais importante [inaudível] acabei por não dizer. O mapa acaba por ter um impacto curioso. Nós quando o fizemos, não achávamos que fosse ter um impacto tão grande, mas de facto tem um impacto grande porque quando nós no Street Art Portugal fizemos sem mapa, tivemos imensas queixas. Um monte de pessoas que estavam habituadas ao mapa e que queriam um mapa e que de repente, diziam: "Mas eu quero um mapa, eu gosto do mapa". E depois não só, tivemos vários casos de pontos de venda que nos criticavam....criticavam não, que nos pediam mais mapas, e tínhamos que fazer mais mapas, porque havia pessoas que roubavam mapas.

Débora: (risos) Que pegam exclusivamente o mapa.

Nuno: Ou seja, existe um interesse...apanhavam o mapa e fugiam com o mapa. Ou seja, eles estavam interessados no mapa, e o mapa é só da localização das peças, ou seja nem sequer tem...pode ter uma imagem do outro lado, mas as pessoas estavam de facto interessadas no mapa. O mapa tem relevância na escolha, por isso não é só a parte gráfica, a imagem, o mural; mas existe também o interesse muito específico pelo mapa e, para que as pessoas consigam seguir e fazer o percurso. Portanto, é relevante. Não... não sei se será para toda a gente, mas é relevante o suficiente para nós termos tido feedback desse...dessa mesma relevância.

Débora: Entendi. Então você acha que é uma junção do desenho gráfico, ou seja da arte mural em si com também os arredores e aonde ela está localizada.

Nuno: Sim. Eu julgo que sim. Mas essencialmente...não tanto nos arredores, mas a possibilidade das pessoas poderem visitá-las.

Débora: Uhum...

Nuno: Ou seja, a localização é importante para as pessoas e tudo mais, acho que as pessoas quando pensam num mapa, não é...é...entregar-lhes a ferramenta para eles poderem ir ao local e ver as peças ao vivo. O que significa muito provavelmente que as pessoas que compram livro, não são só pessoas que estão em Lisboa e que têm interesse e que tem disponibilidade para poderem ir lá. São {inaudível} suficiente para poderem ter a ideia ou ilusão que as vão ver. Ou seja, e aí parece-me ser interessante também na definição do público em questão, ou seja é um público que permanece algum tempo...algum tempo em Lisboa, ou que está por cá.

Débora: Ok, percebi. Bom, então em relação a números, isso depois eu posso até te pedir por e-mail também, e só se for fácil, se não for é inconveniente também, não é nada para ser nada muito trabalhoso... mas se você tiver alguma questão... se puder me fornecer números de vendas de livros nesses anos e no ano de lançamento; no ano seguinte ao lançamento, né? Se isso foi tendo um crescimento ou se manteve? Como é que foi?

Nuno: Os livros conforme vão, vão envelhecendo vão perdendo vendas. Mas os livros comportam-se bem, em termos de....eu não recorro das vendas totais, mas...

Débora: Não, claro...eu imagino.

Nuno: [inaudível] estamos a falhar de alguns milhares. Eu sei, eu recorro-me...no primeiro ano devemos ter vendido por norma uns 3 mil. O dois não vendeu tão rapidamente, nem...mas continua a vender. Mas é um livro que não deixa de vender, vai sempre vendendo e se calhar estamos a falar de vendas, de cada um dos volumes nós temos 6 mil, 7 mil...por aí. Ou seja, em termos de mercado português, é um livro que vende muito bem. É um livro que funciona muito bem.

Débora: E o...foi o primeiro ou o segundo volume que teve mais venda até agora? Sabe me dizer?

Nuno: Não consigo dizer, não mantenho isso num histórico. Anh...

Débora: Tá...não, sem problemas.

Nuno: Eu recorro-me que no primeiro volume vendeu mais e mais rápido. Só que depois tivemos a questão de, até pelo acordo que tínhamos com a própria Câmara, nós descontinuamos o primeiro volume e manteve-se o segundo. Foi por opção deles, eles disseram: "Não, vamos avançar, vamos fazer isso...". E como tal, como o outro livro deixou de estar disponível para vendas, a não ser algumas das pessoas que conhecem e algumas pessoas que pudessem apanhar a um ou outro exemplar perdido. O que significa que o outro também não deixou de ter livros pra vender, por isso deixou de poder crescer.

Débora: É, pois...eu não encontrei o primeiro mesmo para comprar, só encontrei o segundo.

Nuno: É complicado, hoje em dia é mesmo muito complicado. Nós estamos a ponderar passá-los todos para digital, para e-book, nos próximos meses e aí vai ser muita informação que espero ter o volume um, porque de resto é mesmo complicado arranjar o volume um porque a Câmara pediu para se fazer passar um para o outro seguinte, o seguinte. E é esse o nosso receio de fazer já o volume três, por isso é que nós estamos a espaçá-lo mais. A partir do momento em que nós queremos ou que nós publicamos o volume três, eles provavelmente vão dizer o mesmo em relação ao volume dois, por isso...(risos).

Débora: Imagino que sim (risos). Ok.

Nuno: [inaudível]

Débora: Não percebi, desculpa. Falhou o áudio.

Nuno: A filosofia deles, na Câmara. Tem a ver com a forma como eles pensam, e nós respeitamos como é óbvio.

Débora: Sim, claro. Até porque vocês convergiram em muitas ideias e avançaram com o projecto...é, pronto, é mais isso. Em relação aos projectos futuros eu ia perguntar somente,

mas você já até me disse que estão pensando em fazer o volume três, que pensam em diferentes segmentos, era mais referente à essa situação toda que nós estamos passando né, actualmente...que é bastante atípica, se dá para mensurar algum projecto futuro ou tá tudo ainda um pouco incerto?

Nuno: Na Street Art... nós temos há pouco tempo, lançamos pouco antes disso acontecer, há uns três meses talvez, lançamos o livro da Street Art dos artistas portugueses. E este livro está no mercado e obviamente com isso tudo está meio parado, né? Mas ainda assim vai-se vendendo alguma coisa. Tendo lançado um tão brevemente, não íamos lançar...este ano não tínhamos pensado em lançar mais nenhum. Agora, com este percurso estamos a ver. Vai haver a parte digital, nós queremos passá-los para digital e vão ser os primeiros a ser passados para o meio digital. Tanto que o público é um público mais jovem, mais tecnológico, o que significa que faz sentido que os livros passem... passem para o formato digital para o público. E isso será aquilo que mais possivelmente irá acontecer. Outro dos projetos, ainda estamos a estudar já o 3 (volume) de Lisboa e outras localizações, ainda estamos a estudar o que é...o que é que se vai fazer, ainda...por enquanto ainda não, isto é muito... é tudo muito atípico e nós estamos a perceber, mas que não vamos parar de publicar Street Art, isso não vamos. Vamos continuar a fazer.

Débora: Até porque estamos dando mais valor às ruas agora não é? (risos)

Nuno: Pois.

Débora: Exatamente. Bom Nuno, acho que é mais isso, não sei se quer fazer alguma colocação, ou um ponto que te interesse a mais...

Nuno: Não...julgo que não...

Débora: É? Ok, então...(...) Não percebi, desculpa.

Nuno: Espero ter respondido às dúvidas que pudessem existir e que de resto..

Débora: Não, com certeza! Com certeza já foi de grande importância e relevância, muito obrigada. É... só para ressaltar que realmente não tem nenhum cunho comercial também, é meramente académico. Assim que eu finalizar o trabalho, enfim defender, publicar... posso também enviar uma cópia para que vocês tenham conhecimento. E por enquanto é isso. E aí também eventualmente posso também te mandar um e-mail, se vocês quiserem também inserir mais alguma informação, fiquem à vontade para me contactar, está bem? E é isso. E agradeço imenso pela disponibilidade novamente (risos).

Nuno: Boa sorte no trabalho!

Débora: Obrigada! Muito obrigada.

Nuno: Adeus então.

Débora: Adeus, obrigada.

ANEXO V – Entrevista Pedro Farinha (Estrela D’Alva Tours)

Entrevista realizada via Zoom, dia 28 de Maio de 2020 às 15h00.

Débora: E já está (risos). Bom, então novamente muito obrigada, ok? Por aceitar participar aí do meu trabalho. Só para você saber mais ou menos do que se trata e qual meu intuito, eu sou formada em Turismo pela Universidade de São Paulo e desde a minha graduação eu trabalho com a área de património cultural. Meu trabalho de conclusão de curso foi sobre essa temática, depois eu vim a trabalhar numa agência de viagens por cinco anos, onde também fazia excursões culturais. E depois, resolvi vir para Portugal para fazer meu mestrado em Património. Dentro do meu mestrado em Património, eu tive uma disciplina, uma cadeira que era Cidades Criativas e que me chamou muita atenção a questão da arte urbana. E por isso eu decidi levar então a arte urbana como temática para o meu trabalho final, no sentido...e aliar também com a minha experiência em turismo, e tentar explicar a valorização patrimonial da arte urbana através da atividade turística. Tá bem? Então o intuito é mesmo...é mesmo ver como que a arte urbana pode ser valorizada por este meio, certo?

Pedro: Arte urbana pode ser valorizada pelo meio de...?

Débora: Não percebi, desculpa.

Pedro: O seu intuito é saber como é que a arte urbana pode valorizar o património da cidade, ser cidade criativa? É isso?

Débora: Isso, exatamente. É como o turismo pode auxiliar a arte urbana a ser considerada um património, e uma peça fundamental para uma cidade criativa. Ou para divulgação da cidade, do atrativo turístico da cidade...entendeu? Como ela pode se inserir no contexto das cidades como um atrativo turístico, e para ser um atrativo turístico muitas vezes é considerado um património cultural da humanidade né, que ela está inserida. Então é mais ou menos o turismo como ferramenta dessa valorização patrimonial da arte urbana.

Pedro: Ok, sim senhora...estou só a tomar nota aqui.

Débora: Sim (risos).

Pedro: Para não divagar, porque depois eu começo a divagar e depois...portanto é com essa...nessa direção, ok.

Débora: Isso, exatamente. Aí, não sei se quiser então assim, contar um pouquinho da história da empresa, como que surgiu a ideia e como que surgiu a ideia também do roteiro de arte urbana, que é o nosso foco aqui nessa pesquisa.

Pedro: Ok. Então portanto a empresa Estrela D'Alva Tours surge em 2014, portanto já temos 6 anos. ãnh...é uma empresa familiar, portanto o projeto partiu da minha sócia, esposa e colega (risos), que ela é que é a minha patroa (risos). Ela é formada em Turismo, ela portanto viveu quase 23 anos no Brasil, veio da Angola.

Débora: É mesmo?

Pedro: É, sim...teve portanto...formou-se em Turismo na PUC-RS, em Porto Alegre.

Débora: No Rio Grande do Sul...

Pedro: Depois com 33 anos veio pra Portugal, e passados quase 15 anos sensivelmente, ou 14 anos...estávamos em 2012, 2013...a situação do país não era muito boa, as empresas não estavam a ter, digamos, facilidade em termos de funcionamento...portanto depois haviam situações em comprimentos...era uma situação de grande pressão económica do país em 2012 e 2013, e nessa altura ela decidiu então apresentar-me um projeto, estava desempregada, ãnh...um projeto tanto ao auxílio desemprego, ela estava a receber o seguro desemprego e portanto, o centro de emprego - o Estado - permite que haja aqui a criação do próprio emprego. São governos...situações que são criadas - não sei se também existe no Brasil, [inaudível] - em que a pessoa depois pode pegar naquilo de valores a que tem direito, tem um punhado de tempo não é? Uma pessoa está desempregada e diz assim: "Você tem agora, tanto pela empresa podes receber essa ajuda, durante esse período de tempo você tem que ir à procura de trabalho, mas também pode criar o seu próprio emprego. Foi o que ela fez. Ela apresentou-me um projeto, na área do turismo, onde ela era formada e daí depois surge então com a aprovação do projeto, a Estrela D'Alva Tours. Em 2014, logo no início, passado 2 ou 3 meses, nós portanto como qualquer empresa tivemos que arrancar do nada, portanto depois estabelecer parcerias e ao abrirmos uma parceria fomos convidados a estar numa conferência da arte urbana. Foi sorte, tanto que era uma conferência de arte urbana onde nós íamos estar presentes no coffee break, para vender aquilo que seriam os nossos tours para Sintra, para Fátima, para Sesimbra... os tours normais....

Débora: Os mais clássicos...

Pedro: Nos nossos roteiros turísticos o que fazemos é, fazemos passeios turísticos em carrinhas de 9 lugares.

Débora:

Ah

ok...

Pedro: Ok?

Débora: Todos os seus passeios são com carrinha de 9 lugares? Vocês não têm passeios à pé?

Pedro: Nesta altura já temos, já também fazemos Walking Tours; anh...também se for, digamos, um grupo maior também trabalhamos com autocarros, nós somos...não temos veículos mas temos como sublocar outras empresas, anh...o serviço de outras empresas, mas basicamente é isto. Temos neste momento uma estrutura pequena: duas carrinhas, sendo que uma delas até está decorada com o tema da arte urbana, portanto a carrinha há cerca de dois anos foi - tivemos aqui a colaboração da Vanessa Teodoro, que é uma artista urbana com algum tempo, pronto é uma pessoa já estabelecida em termos de arte urbana no panorama nacional - e ela fez a decoração, portanto uma das carrinhas está mesmo dedicada à arte urbana. Não quer dizer que não possa fazer uma tour, mas ainda é...

Débora: Claro, mas isso é legal porque já caracteriza o roteiro de uma certa forma só ao entrar na carrinha.

Pedro: Exatamente. As pessoas ficam mais sensibilizadas, digamos, para o tour. Muitos dos nossos clientes, depois mais adiante vamos falar um pouco sobre isso, mas muitos dos nossos clientes não têm qualquer tipo de informação sobre a arte urbana, portanto pretendem fazer algo diferente. e por isso esse roteiro, essa vertente de passeio turístico em Lisboa que é da arte urbana, dedicado à arte urbana, e então vêm sem muita informação. Alguns têm bastante informação, mas a maior parte deles não têm. E ao entrar na carrinha, ficam olhando e logo assim meio até assustados, a carrinha é um bocado vistosa (risos), depois posso até mostrar uma imagem, mandar uma imagem...

Débora: Sim, eu gostaria.

Pedro: Pronto. Mas então nós de início fomos convidados para esta conferência, e era pra vender os nossos tours normais, no coffee break e depois tive a ideia de lançar o '**REPTO**', tive a ideia de fazer um tour de arte urbana em carrinha. Me dei conta que a arte, portanto os murais estariam espalhados pela cidade. E foi daí que depois houve o contacto que fiz com um artista urbano, que tinha recebido através de um contacto [inaudível] rua ele tinha conseguido me dar um cartão de visita, liguei pra ele e perguntei se ele tava interessado, que eu não tinha informação...se ele tava interessado em fazer aqui uma parceria em que não seria o guia, na medida que ele poderia ter mais informação do que eu, como é óbvio. Não foi a pessoa tanto que arrancou, ele depois indicou-nos então o Vasco, essa pessoa portanto que você viu a trabalhar connosco...

Débora: Na reportagem...

Pedro: Depois entrou o Vasco, e depois a partir daí... nós nesse conferência foi uma conferência de 4 ou 5 dias, fizemos um tour...portanto...

Débora: Já no final da conferência já foi realizado um tour?

Pedro: Já foi no final da conferência, foi [inaudível]. Mas tava a venda durante o tour, portanto estava lá com essa possibilidade - para além das outras - mas aquela possibilidade não conhecia...ao seguir do primeiro dia já tinha a coisa preparada, com valor e com *tagzinho* a dizer: "Tá aqui um tour de arte urbana, o valor é X e temos um desconto para os conferencistas", e então eram pra aí umas 40,50,60 pessoas...e houve uma que fez um tour, portanto...

Débora: Olha...

Pedro: E foi daí que arrancou, portanto eu a conduzir, o Vasco a fazer de guia...e depois a partir daí a coisa foi, digamos, é um caso de sucesso. Na medida em que dos tours que apresentamos aos nossos clientes, muitos deles são sazonais, o da arte urbana consegue ser regular. Existe muita procura. Hoje em dia, tem já algumas empresas como a nossa que fazem também tours de arte urbana, a em carrinha, tem tuktuks; já fazem tuktuks...portanto é uma coisa que pela via do veículo havia já anteriormente walking tour...portanto já havia um ano antes, sem que ele soubesse. Até nessa conferência foi engraçado porque havia uma pessoa que saiu hoje, que era a pessoa que estava a frente da empresa que faz os walking tours, que também estava lá a fazer os coffee breaks, então fazia parte da estrutura.

Débora: Uhum...

Pedro: Mas não houve essa, ou ela não tinha a coisa oficializada na altura, ou não sei...não quis dizer porque (risos) eu disse: "Olha, vamos fazer assim", e fiz não é?

Débora: Que ano foi isso?

Pedro: Isso foi em 2014.

Débora: 2014, ok.

Pedro: Portanto, o...foi isso que me perguntou: daonde surgiu...portanto a empresa surge deste contexto, de formação do próprio emprego; e a parte do tour de arte urbana surge do segmento de um acaso...foi um acaso...eu também tenho formação, pronto portanto em termos de formação, fiz Arquitectura até o terceiro ano, portanto depois não conclui. Mas essa parte, da cidade é a parte com que eu, como estudante de arquitectura, mais me **dissolvo** é o urbanismo. Portanto, a parte do tour em que eu tô ali a falar, não só da arte urbana, mas também a movimentar naquilo que é o espaço urbano, não é? Também está digamos, relacionado comigo e depois também não tendo seguido arquitectura, embora ter ido trabalhar com desenhos como símbolo da arquitectura. Anh...até 98, até a expo98. Anh...depois trabalhei, desde aí...desde 98 até formarmos a empresa fomos devagar. Portanto não fui muito dedicado à parte de ilustração, e de...nunca fui grafiteiro, nunca fiz essa arte aí...mas tenho esse background.

Débora: De uma certa forma tá aliado com a sua área de interesse, seria isso né?

Pedro: Exatamente, exatamente.

Débora: Interessante saber que foi um acaso essa conferência, porque na verdade a ideia eram os tours clássicos e acabaram caindo 'num' nicho mais específico e que acabou sendo bastante promissor pelo que eu entendi. Ele é o único tour que é bastante regular? Não tem muita variação sazonal? Foi isso que você disse?

Pedro: Exatamente.

Débora: Olha, interessante saber disso. E qual que é o seu público? Já aproveitando que a gente tá dentro dessa temática do público, de não ser sazonal, você acha que é um público diferenciado dos tours clássicos então?

Pedro: Sim, é um público que está mais atento à...digamos à parte cultural deles. Não,...são pessoas que já têm alguma experiência em termos de viajar, ou destinos, e que querem usufruir da melhor maneira, o tempo que têm na cidade. [inaudível]
E então têm uma componente que fazem-na principal, podem também fazer um...um *tasting*, um tour de 3,4 horas em que vão percorrer a cidade fazendo provas de...de petiscos e de...portanto é uma forma de também conhecerem a cidade, mas depois...anh, não se contam que há algo que é interessante, ao qual também já havíamos...tiveram a oportunidade de puxar lá alguma atenção, vamos lá...está a me faltar o termo, mas pronto: já tiveram aqui digamos, contacto com os murais. Na cidade daonde vêm, ou outras cidades onde visitaram...esses já se aperceberam que há qualquer coisa que aparece no meio da cidade, das cidades e que têm um impacto meus também. E sabem, por intermédio de livros, ou através dos mídia, que existe um tour de arte urbana,

que existem tours de arte urbana em Lisboa, que Lisboa é uma cidade onde a arte urbana tem uma expressão bastante significativa, digamos assim. Tem uma história, portanto tem algo que já tem digamos...um certo...uma certa expressão. E então, [inaudível] do público, no fundo é esse: é o público que tá aberto a fazer experiências novas, não é tanto o público que vem já formatado para a arte urbana, que já fizeram tour de arte urbana em Paris, ou em Berlim, ou em uma outra cidade qualquer, não. É por ventura, 80% dos nossos clientes são pessoas que nem sequer têm informação para além do Banksy. Portanto ao perguntarmos se conhecem algum artista de arte urbana, dizem: "Ah, conheço o Banksy", mas não passa daí...então "E na vossa cidade?"; "Ah, na nossa cidade conheço qualquer coisa...". Alguns, aí 50% dizem que de facto já houve qualquer coisa na origem, portanto também tiveram...mas não sabem quem são os artistas, nem não...em outra cidade, portanto nem foram atrás do assunto. Vieram a Lisboa, Lisboa é digamos conhecida pela arte urbana e alguém os recomendou ou sabem e querem fazer o tour, portanto...é um público um pouco diverso. Não é, não é...fácil de definir.

Débora: Ok, você acha que é majoritariamente estrangeiros ou portugueses, europeus? Ou estrangeiros mesmo?

Pedro: O nosso público é estrangeiro, precisa de mais europeus e anglo-saxônicos se quiser.

Débora: Tem uma faixa etária mais ou menos? 'Você têm ideia ?

Pedro: Sim, eu diria que 50% está entre os 30 e os 50 anos. Depois tem algumas pessoas de idade, não constituem digamos assim, um grande número, mas pessoas a partir dos 60, 70 anos. Portanto o facto de poderem visitar a cidade, fazer um tour pela cidade não é, fora daquilo que é o roteiro turístico, portanto fora daqueles centros que a cidade tem, aquelas áreas turísticas não é? Dá para conhecer a cidade de uma outra forma, aliado depois a parte de verem os murais atrai também pessoas de 50, 60, 70 anos, 80 anos também já houve. Agora, jovens...jovens nós temos, digamos aqui escolas, à nível de escolas sim, digamos é um...um...um passeio à uma temática que agrada muito às escolas na medida em que vem compor um bocado o leque com ofertas, portanto os avisos esgotam um bocado a olhar para as temáticas não é? E esta é uma temática que tem, aqui nesta vertente, muito a dar. Não é só a parte visual, não é só (peço desculpa) a parte da cidade, como também tem a ver com os temas que são trabalhados nos murais. Tem os festivais, tem a abordagem do artista, a mensagem que ele quer passar...portanto essa parte aí é muito interessante porque eles podem em algumas disciplinas, quer seja disciplina das artes visuais, ou seja disciplina de psicologia ou de filosofia...eles conseguem também juntar essa, essa...essa vertente num...de explorar digamos o turno.

Débora: Entendi (risos). E tem algum critério para a escolha dessas obras nesse roteiro que vocês fazem, ou não é um roteiro pré-definido, de acordo com...?

Pedro: Assim...não é pré-definido. Geralmente recai...eu tenho várias, vários aspectos que o condicionam. Portanto inicialmente eu tenho feito nos moldes em como o Vasco o fazia que é perguntar a pessoa, se a pessoa tem algo que queira ver...se tem algo que o faz também, nos passeios...portanto se nós estamos...vou visitar uma cidade, o que que você já conhece e o que que não conhece. [inaudível] Vocês têm aí...podem...uma pessoa pode me dizer assim: "Eu vi (imagem) e gostava de ver mural. Encontrei uma imagem na internet, uma vista...vi este mural e gostava de ver". E a coisa tem que ser conjugada,

portanto se eu tiver um tour partilhado com várias...com vários grupos não é, eu tenho que conjugar. Portanto nesse aspecto de como o tour é conduzido, é algo mais sensível do que propriamente organizado. Tem que ser...quer dizer, tem que haver aqui uma organização mental boa...

Débora: Tem que ter um mapa na cabeça, ali...(risos)

Pedro: Com várias variáveis quero dizer, ou seja...hora do dia, se há muito trânsito, se não há trânsito...se as pessoas vão estar abertas a andarem um pouco, se elas são impacientes, conseguem ficar 20 minutos de um ponto até o outro sem enervarem-se, estarem já exaustas. Portanto tem que se ver o grupo que é, e depois moldar o tour à imagem daquilo que o grupo está a fazer [inaudível], mas geralmente o que acontece é eu tenho uma primeira parte que é sempre a mesma. Portanto são um tour de 3 horas em que a primeira 1h30 é feita num percurso que é fixo. As pessoas não fizeram mais nenhum tour, portanto sou livre de fazer aquilo que bem entendam. Nesse caso aqui dou preferência a fazerem algo que faça a introdução, num discurso que faça a introdução e o desenvolvimento da história da arte urbana em Lisboa: começa pela Fontes Pereira de Melo, portanto o edifício Crono, já fala da Galeria de Arte Urbana, já estou a falar portanto daquilo que é do Lisboa antes e depois da criação da Galeria de Arte Urbana em termos de tudo o que aconteceu com os murais, como pintou comunidades, com o que se organizou em tempos de entidade. Depois também temos aqui os artistas, quando estou a falar do Krono, já estou a falar do Vhils; 'se estou a falar do Vhils já estou a falar também da Underdogs, mais adiante...portanto há aqui todo um encadeamento que eu consigo fazer de informações andando nos primeiros 4, 5 murais que eu dou já o retrato daquilo que eu acho que é arte urbana e história da arte urbana em Lisboa. A partir daí, chegando portanto já aumento nessa altura, quando chega ao final da primeira 1h30, tô no estúdio do...nas traseiras do estúdio do Bordallo...(portanto, não sei se conhece) e a partir daí eu digo: "Bom, meus senhores agora temos várias opções: ou a gente vai para um bairro; ou a gente volta para a cidade para visitar vários murais". Portanto como bairro nós vamos visitar onde foi um dos festivais do Muro, perto de Lisboa; se for um bairro mais distante, se houver tempo a gente vai até Quinta do Mocho, portanto vamos à Quinta do Mocho, vamos ao Bairro Padre Cruz, Marvilla. Se as pessoas, por exemplo o que acontece muitas vezes é quando as pessoas já têm aquela informação, já viram que isso existe; e já conhecem os artistas, então vêm à procura daquilo que é...as coisas mais atuais, ou as mais inacessíveis...posso ir visitar o Panorâmico, portanto o Monsanto...portanto aí já tô...íamos já começar já por um outro ponto, não vou arriscar chegar à primeira metade e ter que me deslocar de um lado oriental para um lado ocidental, para ver o que consigo fazer. Portanto, vou logo pra esse monumento, faço [inaudível] o desenvolvimento aqui dessa ...da arte urbana em Lisboa, coisa que são outras ...com outras referências. Falamos mesmo, dos mesmos atores.

Débora: Sim, então depende...é, vai depender muito do público e da sensibilidade de sentir o perfil de cada público...você faz mais ou menos um esqueleto e o restante é de acordo com cada situação, seria isso?

Pedro: Exato.

Débora: Ok. E sobre até, já tocando nessa questão de cada público tem uma obra em específico de preferência, o que é muito característico da arte urbana também é a efemeridade das obras né? Então mesmo que fosse estabelecido um roteiro pré-definido

poderia ser que esse roteiro fosse alterado por conta da efemeridade da própria arte. Você acha isso um ponto positivo pra...?

Pedro: Sim...sim, faz parte. É, digamos [inaudível] caracterizar, é um organismo vivo...quer dizer, a cidade não pára. Mesmo que haja vontade de controlar, ãnh...digamos aquilo que é a mudança, a transformação...não é possível. Só se tivermos em um ambiente que se queira controlar o gosto, não é? Portanto, aqui o que acontece por ...eu tento explicar que, vamos lá, ãnh...é algo que caracteriza a arte urbana? É algo que caracteriza a obra em si, ela é efêmera. Não a quer dizer isso que, é...não haja interesse por parte do artista em que obra prevaleça, que seja respeitada...não tão abertos, não são todos. Depois, ganharia muito essa parte aqui do mural, da arte, da obra em si e depois você considerar distanciamento daquilo que é minha opinião e daquilo que é realidade, porque ela varia. Eu, neste caso aqui, devo dispor aquilo que são as várias formas de...dos artistas estarem em...e encararem cada um dos assuntos, cada uma das temáticas que querem por nos murais e não há conhecidos. Há, nesta parte aqui da conservação, da efemeridade, há sempre um bom lado...quer dizer, quanto mais tempo perdurar a obra, mais tempo existe aquela referência daquele autor, né? Portanto, eles prezam isso. Agora acho que por unanimidade, eles 'dão um desconto', estão a pintar algo que pode desaparecer de hoje para amanhã, na medida em que pode desaparecer o edifício, ou a parede...ou podem edificar sobre ela, sobre a obra. Eles próprios o fazem. Muitas vezes isso também distingue um bocado a comunidade. As pessoas que começaram novas, por ventura têm...faz parte do portfólio delas, ou do currículo delas terem feito (risos) pintar por cima de obras de outros, não é? Então como estão agora já artistas são insistentes que também aturaram os mais novos. É, outros que não têm esse lado da experiência não compreendem bem como é que alguém foi lá e adulterou, e pronto. Mas isso são, são aspectos que têm a ver com a origem do artista., se tem esse background ou não. Mas o que acontece de interessante é que há artistas que são convidados a retocarem a obra. A voltarem e a fazerem digamos aqui, um restauro, uma obra de conservação. E embora sei lá, há uns anos trás havia também...e minha opinião também vai mudando...

Débora: Claro.

Pedro: Alguém me diz: "Não, porque eu se for convidado para ir lá, eu vou dizer 'não, quero é fazer alguma coisa de novo, não quero fazer a mesma coisa'". Mas passado uns anos ouço que há uns quantos que são pagos e aceitam ir lá e fazer então a obra de restauro, ou de conservação. Portanto depois disso é muito, por exemplo há artistas que dizem "não", que não fazem. Quiseram, fizeram uma...se é para fazer algo novo naquele sítio já mudaram, querem fazer uma coisa nova, já têm seu estilo ou [inaudível]. Do meu ponto de vista, é assim...tem uma coisa no...esse aspecto, por exemplo, eu abordo esse aspecto da seguinte forma: eu visito, ali o Largo da Graça, um na Graça, o tato entre o mural do Obey...tá lá o Obey, tá lá o ...várias obras. E havia ali uma...obra do Violant. Portanto, não sei se conhece, depois há assim uma cara pintada pelo...

Débora: Pelo Vhils e pelo Obey?

Pedro: Não, não...ai...agora faltou-me.

Débora: Ah, é outra obra, não é aquela que é dividida?

Pedro: É uma obra, é metade da cara da Sophia Mello Breyner. Isso foi pintado ao abrigo de um projeto que houve na freguesia da Graça, chama-se O Passeio Literário da Graça. Porque na Graça havia sempre muitos escritores que viveram lá, então a freguesia quis em 2014 chamar atenção pra isso. E juntamente com o coletivo...

Débora: Chamado de? Desculpa, falhou...

Pedro: O coletivo.

Débora: Ah, o coletivo...sim.

Nuno: O coletivo é chamado Ébano, que é um coletivo que está ligado ao teatro. Desenvolve sua actividade naquela zona. Então essa coletividade teve a ideia de propor isso à freguesia, a Junta de Freguesia eles revisaram então esse evento de arte urbana que chamou-se Passeio Literário. E ao abrir esse Passeio Literário que em 2014 aparece aquela cara da Sophia Mello Breyner que parece pintada por lá, parece que fazem com o Vhils a pintar que é para depois esculpir. Mas não, aquilo é do Eminente...não é Eminente...ou algo assim, artista que assina com um E. É um artista muito famoso português, agora não estou a lembrar. Mas então havia uma outra obra que também foi pintada por um outro artista que era o Violant, que era uma árvore. Uma árvore, que era chamada...o título era Brainstorming, nós chamávamos a árvore de Vida. E aquilo era uma árvore, **meio cedro, meio livro**. Uma mistura assim de algo. O que acontece? Eu em 2016, 2017 fiz para o tour da arte urbana uma página no Instagram, pronto. E dessa página tive 2 meses, todos os dias eu 'punha' um post. E depois, a dinâmica do Instagram é a gente tem que ir por likes nos outros, que é para virem pôr likes em nós e não sei...andava assim naquelas coisas, e aquilo era uma coisa viciante. E durante dois meses fiz 80 publicações, portanto publiquei 80 imagens.

Débora: Bastante...

Pedro: Dessas 80 imagens, essa que tava lá do Violant, da árvore foi aquela que teve mais likes. Teve quase 800 likes. O que que acontece? Há cerca de 3 anos...2, 3 anos pintaram a parede. A parede é um edifício que foi comprado, um edifício depois ali naquela zona, já antigo...foi comprado, renovado e pintaram a parede. E até fizeram um jardimzinho à frente do...da parede, e 'puseram' lá um arranjo, assim em termos de arquitectura paisagística, pequenino...mas com um sombreiro, tá lá um sombreiro que é a árvore da cortiça. Portanto eles tiraram a árvore da parede e 'puseram' aquele sombreirozinho assim, pequenino, que vai durar muitos anos a dar frutos mas tá lá.

Débora: Mas foi com o intuito de representar a arte urbana que ali estava?

Pedro: Não sei, não sei...

Débora: Ah, ok...(risos)

Pedro: Só sei que depois estou lá a mostrar, portanto a obra do Obey e também a obra desse artista que etá a falhar o nome, e ainda tem lá também uma escola primária - também pintada com mural - anh...da Silvia...olha, está a me falhar os nomes...como já não faço tour já há dois ou três meses, estão a me falhar os nomes todos agora.

Débora: Pois é! Estamos parados no momento né?

Pedro: É, então são 3 obras grandes...porque está lá também os prédios, está lá também uma coisa dos prédios, lá em cima em um dos prédios...por cima da casa. E eu quando vou passar em frente à essa parede, digo assim: "A arte urbana é efémera, e vou vos mostrar aqui uma coisa" e conto essa história. Desenho gráfico [inaudível] parede, e agora já cá não tá. Já cá não tá, é uma parece branca. E já tive pessoas, maior parte delas ficam "oh, que pena!". Há pessoas que se revoltam, porque é perspectiva. Eu digo assim: "Olha, eu gostava muito da obra e ainda mais foi aquela que tinha mais likes no meu Instagram (risos), mas eu quando faço muitos tours, quando faço assim tipo 2, 3 tours na semana. Às vezes é essa a cadência semanal, depois o percurso acaba por ser quase sempre o mesmo, quando chega àquela parede acaba por ser até uma parede gratificante pra mim, porque posso digamos, respirar ali um pouco. Não é por não haver nada, que há muitas paredes vazias, mas dentro daquilo que foi pintado é uma parede que está uma tela branca, pronto. Tela branca também é bonita se quisermos, não é?

Débora: Uhum...

Pedro: Desde que seja uma tela, pronto. Se calhar é isso, representa uma tela branca, pronto. Depois é aquilo...não sinto pena, mas pronto. Portanto, ao início estava a perguntar das artes, dos murais serem efémeros...é assim, quer dizer, faz parte. Faz parte ser efémero, e depois há várias situações...nós por exemplo no tour de arte urbana começávamos em outro sítio, não era ali que nós começávamos. Não começávamos na Fontes Pereira de Melo, começávamos aonde é o Terminal dos Cruzeiros que havia lá uma obra do Vhils e do Pixel Pancho.

Débora: Sim.

Pedro: Era aonde começava. Depois ficamos sem ponto de partida. Hoje em dia podemos começar em qualquer lugar, por exemplo.

Débora: E pode ser alterado daqui a algum tempo também.

Pedro: Sim, sim...eu por exemplo faço parte dessa, também quando estou a contar: "Ah então esse edifício quando é que...? Foi pintado em 2010, em 2010"...ãh...e eu digo assim: "Pois o edifício foi vendido em 2017, em Dezembro de 2017". Foi vendido para uma cadeia de hotéis, ao que [inaudível] que é o Sana Hotel, essa cadeia de hotéis". E o que que acontece? É curioso porque, esse episódio de terem vendido o edifício, e o edifício ainda tá lá, é interessante. Porque tem a ver com aquilo que é a gentrificação. A gentrificação, pois há ali uma coisa de gentrificação no meio do que está a passar com o edifício, porque a cidade quis...mostrou interesse em saber se o novo projeto pro hotel que iria surgir ali iria manter a fachada. Não pelos murais, mas pelo desenho da fachada né? Do alçado..portanto...

Débora: Sim, desculpa...eu só perdi, porque acho que também deu uma falhada, esse do hotel...era em qual obra?

Pedro: Esse é da Fontes Pereira de Melo.

Débora: Ah, da Fontes, ok.

Pedro: Portanto aquele edifício foi vendido à Sana Hotel.

Débora: Hum...ok.

Pedro: Foi vendido a Sana Hotéis. E a cidade demonstrou interesse em perguntar à Sana Hotel se o novo projeto, iria manter a fachada...

Débora: ...se iria manter a fachada...

Pedro: não pelos murais, mas pelos desenhos do **WASABI**. Que é assim, clássico. Então, o que que acontece? O grupo disse: "não, você tem que perguntar ao arquitecto. Nós convidamos o Eduardo Sottomoro para ser o arquitecto, portanto o projeto é do Eduardo Sottomoro. Eduardo Sottomoro é um dos nossos arquitectos mais famosos, ele é o intermédio do Sousa Vieira, e o Eduardo Sottomoro ganharam PRISCA - esse é um prémio de arquitectura corresponde ao Nobel da arquitectura - não existe um Nobel da arquitectura, existe um prémio carreira que é atribuído já há 40 anos e 2 arquitectos portugueses já o receberam: o Eduardo Sottomoro é um deles. E eles foram perguntar ao Eduardo Sottomoro se ele tinha, o que ele ia fazer com o projeto, se ele ia manter a fachada. E ele respondeu: "Vocês não me deviam fazer essa pergunta, porque eu não estudei para ser decorador de interiores, eu estudei para ser arquitecto.". E isto tem a ver com, digamos, algo que se passa em todas as cidades do mundo, onde existem núcleos históricos, onde existem, digamos, já algumas...alguns conjuntos com tipologia muito definida. E depois, há sempre a tendência de se manter aquilo que é exterior e não se preocuparem com o interior. E essa discussão foi muito acesa quando eu tava a estudar, quando eu tava a estudar arquitectura, em 1980...havia já essa discussão porque estavam a ser adquiridos edifícios em Lisboa em que se destruíam por completo o interior: por exemplo o cinema Éden. Não sei se conheces o Éden, na Restauradores, tem lá um Nobel e não sei o quê, aquilo era um cine-teatro, muito fixe do Cassiano Branco - um arquitecto muito famoso, tanto português já do princípio do século XX - e fez-se ali uma intervenção em que se destruíam o interior e manteve-se a fachada. E tava a acontecer o mesmo com outros edifícios em Lisboa. Construía os edifícios vidrados, com 2,3 andares acima...mantinha-se a fachada, e o interior ninguém se preocupava como que era o interior. E os arquitectos nessa altura marcaram uma posição, disseram: "Não, é assim...se vocês acham que um edifício deve ser mantido, porque tem valor e deve pertencer ao património da cidade, então é a fachada e o interior, a arquitectura não é só a fachada. É o interior e a fachada, vocês têm que recuperar tudo. Se não querem fazer isso, deixem um espaço para que o arquitecto possa então desenvolver a sua actividade, porque é uma profissão antiga e isto é uma temática que sempre teve a ver com ele e sempre foi se resolver, não é? E depois, desta qualidade...é só isso...mais nada.

Débora: Uhum..

Pedro: E depois aqui a cidade, tem aqui algumas pontes que por forma a se poder desenvolver, porque senão ficamos com coisa...com cenários. Cenários ímpar. Isso é a opinião dos arquitectos, eu também partilho da mesma opinião. Nessa altura, quando estou a visitar portanto esse edifício da Fontes Pereira de Melo, vou abordar esa temática também, da gentrificação. É uma pista...

Débora: Também está ali aliado à toda movimentação.

Pedro: Exato. Portanto...e existe um artista até nesse edifício, que é o Blue - portanto aquele que tem uma cabeça grande pintada ao lado dos Gémeos. Pintaram os dois, portanto os Gémeos mais o Blue pintaram anh...uma imagem em conjunto, sendo que ela depois dobra, faz a esquina, mas é o mesmo...o mesmo...a mesma ilustração digamos assim, com os estios diferentes como é óbvio. E esse artista, o Blue, representa a mente da comunidade dos artistas urbanos por exemplo, alguém que lutou contra a gentrificação em Berlim. Houve lá um caso em Berlim, que 'puseram' a usar um muro, depois [inaudível]. Portanto essa parte da gentrificação é interessante, ou seja no tour não é só o visitar e o conhecer a cidade, e a arte urbana. É também aquilo que vai cozer as duas metamorfoses. Portanto aquilo que é metamorfose da obra, e do conjunto que surge e das entidades que fazem uma pergunta árdua. E a comunidade de artistas, depois tá sempre a ter algum evento que a muito custo conseguem entrar no grupo e lá se expressar, e há outros que desaparecem. Como também as entidades que promovem, como também a própria cidade.

Débora: Sim.

Pedro: Eu sou muito chato, eu falo muito (risos).

Débora: Não...mas é muito interessante! (risos) Eu acho que é muito válido, na verdade todas essas suas observações. Inclusive, até já entra numa outra questão que eu queria colocar: é justamente toda essa história que envolve, que o turismo traz para a arte urbana. Porque às vezes, tem muita gente que pensa a arte urbana como o desenho, né? Como o desenho gráfico que tá ali na parede, mas pode ser muito mais que isso e o turismo ajuda nesse sentido. Então eu até coloquei aqui, uma das...uma das questões era: qual é o maior objetivo, assim na sua opinião né, na execução de um roteiro turístico de arte urbana? É a preservação da memória do desenho, daquela imagem visual; é a divulgação do artista que fez aquela obra e de toda a sua história, e da história da arte urbana; ou é uma promoção da cidade de Lisboa, como mais um dos atrativos turísticos? Qual dessas três você acha que prevalece?

Pedro: Acho que é mais...é um, digamos é interessante porque é algo que muda. Essas coisas depois vão mudando, portanto nós no início temos uma fase em que estamos na aprendizagem; depois chegamos a um ponto de maturidade e já somos capazes de ter uma percepção daquilo que pode significar a longo termo desenvolver esse tipo de produto; e nesta fase em que nós estamos agora nós queremos de certa forma dar mais...anh...ênfase na obra, no artista, no que ela representa...e desta forma, digamos, desta forma...formar...eu ia dizer formatar, mas não é formatar...mas formar, educar de certa forma como as pessoas vêm nessa percentagem de 80,90% sem qualquer informação no tema, não é? Nós vamos educar para que essas pessoas possam constituir-se como turistas de arte urbana em outras...outras geografias, outras épocas. Tivemos pessoas que já regressaram passado 2, 3 anos e vão voltar a fazer desta vez para verem coisas novas. Portanto, no fundo é digamos, formar turistas não é? Formar turistas neste tema, de forma que possam desenvolver um gosto e perceber a dimensão do fenómeno, não é? A dimensão, digamos o que está aqui em jogo. No fundo é, vocês têm a possibilidade de juntar o útil ao agradável porque vão ver imagens, vão a um 'museu a céu aberto' - por isso que meti essa definição -, portanto vocês vão visitar museu a céu aberto e vão...anh...conhecer desta forma a cidade real. Não vão ficar com ideia de que aquela avenida, aquela praça e aquele 'sururu' à volta daquele CASTELO DO CIMENTO (?),

perdeste o nome, como é...que nos define como cidade. E as pessoas têm essa...nós facilmente somos ãnh...de hoje para amanhã, se for visitar uma cidade como turistas, né...em período de descanso, também entramos nessa onda de 'eu quero ver as coisas mais significativas' e acaba por fazer um retrato da cidade que não corresponde à realidade. Vou ver aquilo que ãnh...pronto, para o qual eu fui formatado não é? Há pessoas que conseguem digamos ter uma...uma disponibilidade para viajar grande. Eu penso que essas pessoas depois têm um outro tipo de gosto, portanto querem conhecer a cidade como ela é, não é? Mas não é fácil...a maior parte das pessoas, quer dizer se forem fazer umas férias de 2, 3 anos...de dois em dois, ou de três em três anos...por ventura vão sempre marcar nesses roteiros pré-estabelecidos. Portanto aqui é uma oportunidade de ver, de ir à um museu...também faz parte do nosso standard, ir à um museu de uma cidade. Mas neste caso é um museu que também tem esta...esta mais-valia: você vai vendo como que é a cidade do ponto de vista do utilizador, do cidadão, do habitante, que entra na cidade pra trabalhar, que vive, que não é...e vai ter que arranjar atalhos pra chegar aonde dá pra ver, sem muito trânsito. Nós vamos fazer a mesma coisa, e vocês vão ver então aqui zonas diferentes com digamos, da história da cidade. Posições diferentes, não é?

Débora: Uhum, com certeza. Você acha então, na sua opinião, que tem...que a arte urbana tem um potencial para virar mesmo um patrimonio cultural da cidade de Lisboa, assim como já é visto o fado, por exemplo, no mundo?

Pedro: Lisboa tem neste momento, digamos, o arranque tá...em termos de arranque, muito bem colocada não é? É...sendo a arte urbana efémera, ãnh...eu acho que Lisboa, nesta fase pode estar a marcar aquilo que é o ritmo do desenvolvimento dessa expressão nas cidades. Portanto é uma das referências de como desenvolver essa...esta, esta área em termos de cidade. Tornar-se um património acho que...não sei se...não sei se...nunca pensei sobre isso, mas o fado é algo que tem 200 anos estás a ver? E é algo que já está instituído, vamos lá, já teve altos e baixos, já foi rechaçado, já foi exorcizado (?), já voltou. A arte urbana, digamos está nessa fase, eu acho que a arte urbana está num ponto que tem...que apresenta [inaudível].

Débora: Apresenta o quê? Desculpa...

Pedro: Trabalho, trabalho. Apresenta o trabalho, é como se fosse algo que foi posto em movimento. Começou devagar e neste momento tem as condições reunidas para começar a produzir um efeito de escala. Por exemplo, a arte urbana...nós na Estrela D'Alva Tours quando fazemos essa momento é: "vamos diversificar o roteiro e vamos apresentar um roteiro de vários dias pelo país, dedicado à arte urbana não é?"

Débora: Ah, isso já é um projeto futuro da empresa de vocês, é isso?

Pedro: Exatamente. Portanto nós nesse momento já estamos com um tour de um dia em que vamos de Lisboa para a margem sul, vamos visitar outras localidades da margem sul a pretexto da arte urbana. Portanto, começamos em Lisboa e agora estamos já na cena de criar um roteiro que percorra o país. E digamos aqui o leque de possibilidades é muito interessante, é muito interessante. Porque a gente pode ter por exemplo, ãnh...parte digamos dos artistas, há artistas que já têm digamos uma obra feita muito diversa e podemos ir já com alguns anos, estar espalhada pelo mundo. Portanto, eu posso ter aqui, como já tive, pessoas em que dizem: "Não, eu quero só ver as obras do Bordallo...ou do Vhils. Nós não queremos estar a fazer mais nada a não ser ver as obras do Vhils. Ou do

Bordallo". Portanto, há esta possibilidade inclusivamente de fazer no país, roteiros dedicados à determinados artistas. Portanto o leque é muito interessante. Nós, neste momento, estamos numa fase em que....

Débora: ...bastante incerta né? (risos)

Pedro: Houve aqui uma quebra, portanto há aqui todo um conjunto...o turismo em Portugal teve aqui um acréscimo anual de quase 10% e isto depois representa que passados 5 anos quase que duplica o número de visitantes. O que acontece? Essas coisas têm que ser regulamentadas, as empresas tem que ter condições para depois acompanhar esse progresso. E uma das condições que é necessária é que haja, de facto, ãnh...uma regulamentação que seja respeitada. Se a empresa pode trabalhar nesta área, se não é, não pode. E nós tivemos aqui agora em 2019 uma situação em que houve bastante trabalho, houve na mesma um aumento, mas houve aqui um, digamos, um diversificar de atores que apareceram também a oferecer serviço sem que tivessem licença , veja lá...

Débora: Uhum.

Pedro: Desde o Uber, que faz a viagem de A a B e depois diz: "Olha, eu trouxe você do aeroporto para o hotel, mas também posso fazer amanhã um tour consigo para Sintra. Desligo o Uber e a gente faz um...". Portanto são pessoas que não têm, digamos autorização para estar a fazer isso. Ou taxistas, já havia esse problema com os taxistas. Nesta fase, há digamos uma comunidade, imagine 3 mil Uber's...motoristas do Uber em Lisboa, ãnh...basta haver aqui um conjunto de alguns que façam isso, já estão digamos a roubar um bocado aqui o que é o segmento lógico de uma empresa como a nossa. Chegou a **seis planos** e quis largar a estrutura da empresa e não, digamos, o volume de reservas suficiente para o fazer. Portanto há aqui todo um conjunto de situações que condicionam muito e como é obvio, agora essa parte da pandemia veio quase que colocarmo-nos na estaca zero de...e a gente vai ver agora aí como é que vai ser. O trajeto agora vai ser mais rápido, não vamos estar agora anos a trabalhar para chegar aonde chegamos como empresa, não é? É só uma questão das fronteiras abrirem e os voos reiniciarem. Até somos uma empresa, no nosso caso sem ser o tour de arte urbana que é partilhado, todos os outros nossos tours são privados; portanto a empresa em si investe nesta...neste...neste ambiente em que as pessoas receiam pela segurança e pela parte de higiene. Portanto ser privado é até mais apetecível do que estar a fazer coisas partilhadas, o tour da arte urbana nessa vida eu não sei como é que ele vai reiniciar. Se vai ser partilhado, porque se eu fosse depois transportar 4 pessoas, mais vale a pena fazer um tour privado, baixar um pouco o valor por pessoa e fazer um tour privado, não é? ãNh...portanto temos quer ver como que a gente vai reiniciar, mas de facto aqui há altos e baixos, portanto as coisas acabam por ...neste caso aqui, penso eu que, iria haver necessidade de fiscalizar e de regulamentar as coisas, que caso regulantes, de forma que as empresas que estão digamos na legalidade, pudessem desenvolver normalmente sua actividade e crescer. Isso não pode exterminar não é, tem que crescer. ãNh...isso depois não aconteceu porque o resto da parte da pandemia, parece que foi até digamos...pode ter sido no final de contas até algo que venha fazer esse serviço de uma forma...

Débora:... mais "controlada"?

Pedro: Pois, não há outra hipótese Débora, tu não tendo digamos....tido este vínculo legal em termos de actividade, agora também por exemplo não pode ter apoio para poderem

continuar a estar nessa área. Passado uns meses vão ter que se encontrar a fazer outras coisas, né? E talvez haja possibilidade das empresas que continuem e persistem, e insistem em continuar abertas para depois arrancarem e não ter, digamos, toda essa gente outra vez a fazer concorrência desleal. Porque assim, essas são...nós como empresa, imagina: duas carrinha. Há empresas que têm 20,30 carrinhas. O que que é essa gente a pagar as prestações das carrinhas, os seguros, a retomada de tour pára. Portanto, não vai ser fácil eu diria, mas pronto.

Débora: Ok...

Pedro: Débora, desviei-me do assunto outra vez.

Débora: Não, não...mas você sem saber, seguiu aqui o meu roteiro (risos). Sim, porque a minha próxima pergunta, para finalizar, seria exatamente isso: como é que vocês vêem a situação antes da pandemia, pós pandemia...se já tinham alguma perspectiva e algum plano futuro. Então você já me respondeu, sem eu nem ter te perguntado (risos), então foi perfeito. Eu só fiquei, para finalizar, eu fiquei interessada numa parte que você disse sobre a reação das pessoas quando você citava aquela pintura da árvore da Vida né, que tinha sido pintada e transformada numa tela em branco novamente. E você disse da reação das pessoas. A reação delas, pelo que eu entendi, você me corrija...a maioria delas era de uma certa revolta e uma certa resistência à essa efemeridade. Existem também os posicionamentos à favor e de conformidade com essa transição da arte?

Pedro: É porque assim...as pessoas, digamos 95% das pessoas ãnh...reagem de uma forma emotiva...emotiva, não choram como é óbvio mas ficam tristes. Depois, eu dou meu...dou me testemunho...eu digo assim: "Eu, sou uma pessoa que faço este tour todos os dias, tenho essa coisa de....", conto a minha história relativamente à parede e depois digo: "eu não me importo de ver a parede branca, para mim é como se fosse...mas eu sou uma pessoa que tenho esse contacto pá, estou cá quase diariamente, é algo que tem a ver com olhar sempre as mesmas coisas. Mas para mim...", depois vou falando porque uma tela branca, portanto consigo devolver essa tristeza em 50% a essas pessoas.

Débora: Ok.

Pedro: As outras 30 ficam na mesma assim, "ah, mas é parvo...", mas há tipo assim 5% que ficam revoltadas, não compreendem. Mesmo com as figas e reparos, a pessoa comprou o prédio e restaurou o prédio, e vai querer vender o prédio. Vai querer vender os andares, não é? E, depois tá em concorrência com outros. E se ela comprou, se ela vai ter que vender a alguém que tenha aquele mural, vai ter que contar com uma questão de gosto na venda. O comprador tem dinheiro e goste daquele mural, e ela talvez não esteja interessada em ...nisso. Esteja interessada...não é digamos, algo que apareça em termos de formulário e pesquisa, que é ter a procura de uma habitação: 3 quartos, 100m², perto de não sei o quê e que tenha um mural. Não existe isso, não é? Portanto é algo que não faz parte da pesquisa, e eles então tiraram. Pra mim, não tem problema. Mesmo sendo o post que mais votos teve, e também depende...é um artista que eu acho interessante, o artista que pintou. O Alexandre Violant é um artista que eu sei que, ãnh...pelo que dizem, que ele interage muito com as pessoas quando está a pintar. Portanto houve...li uma vez uma reportagem que ele tava a pintar um mural que ele fez perto do Intendente e que de início havia um velhote que do prédio mandava vir batatas, pois não queria-o a pintar. E no final ficaram amigos. E é uma pessoa que ouço muito relatos que ele quando está a

fazer a pintura dos murais, está a conviver com os locais, com as pessoas, com a juventude...com quem quer que seja. E a obra dele de facto é muito interessante, pronto. E era uma obra diferente. Mas não me entristece.

Débora: Não entristece, é...não é que eu achei bastante interessante a questão da reacção das pessoas né? Porque para quem não está nesse meio...é bastante interessante.

Pedro: Essa parte do, vamos lá, do...quando nós fazemos a visita, há determinadas obras que, vou atrás de informação. São poucas as obras que eu conheço o artista, mas [falha no áudio] depois vários propósitos e tals, portanto o que que eu faço? Vou, de facto, ver as obras que acho mais interessantes. Aquilo que é, digamos o princípio adulto que eu acho que deve ser seguido no nosso roteiro. Mas então, há obras que eu me aprofundei bastante, ou porque gosto muito do artista ou porque gosto da obra. E então muitas vezes, digamos há umas que são temáticas, muitas vezes não abordam problemas da sociedade, problemas locais, mas problemas que são universais não é? E depois têm um certo impacto, há de facto essa...naquele caso o impacto é pela ausência.

Débora: Pela memória afetiva talvez né? (risos) Isso pode influenciar, talvez?

Pedro: Débora, mais alguma questão?

Débora: Não, somente isso mesmo. Acho que só uma última, só por conta dessa nossa discussão da efemeridade: se você acha qual que é a melhor maneira então de preservar essas obras, já que elas podem desaparecer? É uma fotografia, é a memória mesmo...

Pedro: Por ventura será a fotografia, a edição de publicações, portanto haver aqui...digamos haver uma entidade ou um conjunto de entidades que possam qualificar a obra, saber tanto o valor que ela têm. Entender que seja obra-prima e que ser conservada, que seja conservada...não faz sentido estar a pintar como fizeram há pouco tempo nos Amoreiras, pintaram por cima dos murais do Obey, quer dizer...uma coisa assim...portanto há aqui a necessidade de haver de facto uma classificação das obras. Por ventura depois, ãnh...a criação de património. Património Cultural da cidade, depois isso possa no futuro constituir até algo que seja, tenha valor, tenha digamos uma dimensão que seja reconhecida a ponto de ser Património da Humanidade, não é? Mas pronto, há de ser um percurso que se pode percorrer, mas para já era isso. Portanto é haver obras que não podem ser destruídas. Nem que a Câmara depois [inaudível].

Débora: Ok, tá bem Pedro, é mais isso. Acho que foi de grande importância e relevância todas as observações e toda sua experiência compartilhada. Muito obrigada. Depois, se você também quiser, enfim...se tiver algum questionamento sobre o trabalho, ou quiser alguma informação pode me contactar, eu posso te facultar meu e-mail também para ficar talvez mais fácil. Se for possível, eu posso também te mandar um e-mail perguntando sobre números de 2018, 2019...assim, nada muito complicado, tá bem? Só número de tours realizados em 2018 e 2019...

Pedro: Pode, pode...

Débora: Pode, não há problema?

Pedro: Não, não há problema.

Débora: Ok, então depois eu envio esse e-mail. E por enquanto é isso. Depois quando o trabalho for enfim finalizado, defendido e publicado, eu também envio uma cópia se for do seu interesse, para que você tenha conhecimento.

Pedro: Sim, sim. Então Débora olha, muita sorte.

Débora: Obrigada!

Pedro: Bom trabalho e pronto, qualquer coisa também estou à sua disposição.

Débora: Ok, muito obrigada e prazer em conhecê-lo.

Pedro: Igualmente, uma boa tarde.

Débora: Até logo.