

[Versão em Português](#)

ARTICLE

Monographic Issue 3(06) – SAPERE AUDE - CONTEMPORARY SCIENTIFIC “COM-VERSATIONS”

URBAN ART AND DIGITAL TECHNOLOGIES FOR AUTOPOIESIS IN CITIZEN TOURISM

 [PICININI, Rudinei*](#),  [FONTANA, Sara](#),  [BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale](#)

University of Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul, Brazil.

*Corresponding author (rudinei rp@gmail.com)

PUBLISHED: 30/05/2023

ACCEPTED: 04/03/2022

SUBMITTED: 11/01/2022

COPYRIGHT NOTICE:

© 2023 by authors. Licensee ERUDITUS®. This article is an **open access** article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

CITE THIS PAPER:

Picinini, Rudinei; Fontana, Sara; Baptista, Maria L. C. (2023). “Urban Art and Digital Technologies for Autopoiesis in Citizen Tourism” *Journal of Social Sciences: Transformations & Transitions (JOSSTT)* 3(06):28. DOI: <https://doi.org/10.52459/josstt36280523>

ABSTRACT

This research proposes a “conversation” that connects urban art and digital technologies for autopoiesis of citizen tourism, through observations of artistic interventions that use the city as support and spread on cyberspace. In this study, we will develop a discussion from the gables’ graffiti of Elevado Presidente João Goulart in São Paulo, a place also known as “Minhocão”. The general objective of this study is to reflect on how the combination of urban art and digital technologies can contribute to an autopoietic reinvention of citizen tourism. In this way, the specific objectives are: a) discuss the autopoiesis concept in relation to citizen tourism; b) discuss the relationship between urban art and digital technologies for citizen tourism. The theoretical references concerning urban art are based on Pesavento (2007), Eckert and Rocha (2016), Harvey (2012), and Campos (2021). To approach digital technologies, the principal references are Lévy (2010), Kerckhove (1997, 2003), and Tauffer (2020). The autopoiesis concept had as a theoretical substrate the thought of Maturana and Varela (2003), Luhmann (1992, 2009), Guattari (1992), and Baptista (2015), while the tourism approach is established by Gastal (2006), Baptista (2020) and Moesch and Beni (2016). This study is guided by Cartography of Knowledge (Baptista, 2014), a strategic methodology that is divided into four trails, explored simultaneously by researchers: Personal Knowledge, Theoretical Knowledge, Production Plant, and Intuitive Research Dimension. In terms of preliminary results, it was perceived that the association between urban art and digital technologies shows new autopoietic constructions between the subject and the tourist citizen. The art interventions create agencies that shift the tourist citizen of their routine, thus they share their new perceptions of the city through digital technologies.

KEYWORDS

Urban Art; Digital Technologies; Autopoiesis; Citizen Tourism.

1. INTRODUCTION

This text has as its object of study urban art and digital technologies for the autopoietic reinvention of citizen tourism, with the development of reflections, from observations of the artistic interventions present in Via Elevado Presidente João Goulart, in the city of São Paulo, Brazil, the place also known as “Minhocão”. It is an elevated highway, 3.4 km long, well known in the city. The alternation between the chaotic traffic, during the mornings and afternoons from Monday to Friday, and the scenario of nights and weekends, when the place changes, being closed to vehicles and taken over by the city's population, for walks and bike rides, are the place's differential. At times, it has also stood out for becoming a stage for artistic manifestations.

This study is characterized by a broad, holistic approach, aligned with Schizoanalysis and other theoretical views of Contemporary Science guided by ecosystemic complexity. It is a product resulting from reflections and conversations between the authors, who observed how the narratives built from the urban environment in São Paulo are expanded in digital technologies. For this, we chose a fragment of these narratives on the social network Instagram, a site recognized for its visual appeal since its foundation, and which has more than 110 million users in Brazil, according to Volpato (2021) — a number that is equivalent to more than half of the Brazilian population. In this social network, we observe the comments of users of the site in a post about Minhocão, in the profile belonging to the newspaper O Estado de S. Paulo, also known as O Estadão, one of the most traditional press vehicles in São Paulo and in the country, which defines the elevated highway as an open-air art gallery.

This study has a direct connection with professional experiences and approaches already made by the researchers who developed it, as they have academic qualifications in Social Communication and studies or approaches to Tourism, as well as experiences and studies that use art as transversality for the discussion concepts and theoretical aspects. Among the art-related themes already explored by the researchers in this study, we can find discussions that relate to urban art, music, non-fungible tokens (NFTs), and contemporary digital art.

In this sense, the general objective of the investigation reported in this text is to reflect on how the combination of urban art and digital technologies can contribute to the autopoiesis of citizen tourism. Thus, the specific objectives are to discuss: a) the concept of autopoiesis concerning tourism; b) the relationship between urban art and digital technologies with tourism.

Thus, it is worth noting that, for the construction of the theoretical framework of this research, we used Pesavento (2007), Eckert and Rocha (2016), Harvey (2012), and Campos (2021), as a basis for the discussion on urban art. For the approach referring to digital technologies, the main references are the theories of Lévy (2010), Kerckhove (1997, 2003), and Taufer (2020). The concept of autopoiesis, on the other hand, takes into account the thoughts of Maturana and Varela (2003), Luhmann (1992, 2009), Guattari (1992), and Baptista (2015). Finally, the approach to tourism is guided by Baptista's concept of tourism-communicational-subjective ecosystems (2020), which is in line with the transdisciplinary and interdisciplinary vision of tourism by Moesch and Beni (2016) and with the concept of tourism citizen of Gastal (2006).

As a methodological strategy, this study is guided by the Cartography of Knowledge (Baptista, 2014, 2020). This methodological strategy has as its main characteristic being divided into four different investigative paths, which are explored simultaneously by the researcher throughout the course of the study, namely: Personal Knowledge, Theoretical Knowledge, Production Plant, and Intuitive Dimension of Research.

The approximations with the field of study took place in two moments during the trail of the Production Plant. At first, the investigators traveled to São Paulo to physically visit Minhocão and collect impressions of the space. In a second moment, the investigators observed comments on a post created by the newspaper O Estadão about Via Elevado Presidente João Goulart, on the Instagram social network, as a fragment of one of the narratives created about the space. In both moments, the theories that will be discussed in the next topics were used as a theoretical filter for the discussion.

2. TOURIST-COMMUNICATIONAL-SUBJECTIVE ECOSYSTEMIC VISION

First, it is important to emphasize that this research is aligned with concepts related to the holistic-complex view, according to contemporary assumptions of Science and Tourism. It is noteworthy, however, that this study does not seek to invalidate or deny the contributions made by schools with positivist, systemic, and Marxist alignments, with views of phenomenology, and hermeneutics, among others, already consolidated by several authors who discuss tourism. On the contrary, the idea of tourism developed in this article understands the relevance of other schools and considers a new vision of tourism based on them, without sticking to a positivist logic of overcoming concepts already discussed. Thus, the vision of tourism developed in this article is the tourist-

communicational-subjective ecosystemic vision ([Baptista, 2020](#)), which is mainly aligned with Communication and Schizoanalysis, in an essentially transdisciplinary view.

According to Baptista ([2020](#)), the tourist-communicational-subjective ecosystemic vision comprises Tourism from the process of deterritorialization of the subject, which, when moving, promotes the intertwining of different ecosystems, which trigger economic-political-social-cultural weaves and provision of services. The author also recognizes that there is subjectivity in this deterritorialization process, where there is also the involvement weaves of underlying energy flows, microparticles, and quantum triggering, which also reach affect levels ([Baptista, 2020](#)).

Here we stand out that the understanding that the transversal relationship and power agency between subjects is one of the marks of Schizoanalysis in this vision of tourism. According to Guattari (1996), subjectivity is what operates not only in memory or intelligence but also in sensitivity and affection. Thus, it is important to emphasize that the idea of affection signaled here is not linked to affection or tenderness. According to Rolnik (2018), the affection that Schizoanalysis talks about is not related to a psychological emotion, but to a “vital emotion”, which works at extra-cognitive levels, that can be interpreted as intuition, or as the author calls it “knowledge-of-the-body” or “knowledge-of-the-live”.

The idea of deterritorialization also marks the presence of Schizoanalysis in the tourist-communicational-subjective ecosystemic view. According to Baptista ([2015](#)), the existence of new affections is what causes deterritorializations, where the process in tourism of dislodging from its common territory is evident, through the desire to move towards the Other. Desire as something central and constituent of tourism:

An element that precedes and crosses the experience, desire can be, in metaphorical language, the driving force, that is, all displacement (including the emotional one) has its starting point in it, however, it is also a constitutive element of the experience. ([Taufers, 2020](#), p. 72)

Also, the Other here is everything that is “not-me”, the unknown, the destiny subject, or the various subjects that make up this destiny, since, when we talk about “subject”, the term can be used to talk about elements that go beyond the human.

It is clear that the subject in his deterritorialization process will not be permanently out of place, as the process of reterritorialization is inseparable from the deterritorialization process, according to

Haesbaert and Bruce (2002). In the process of reterritorialization, the subject begins to create new ways of survival, integrating with the existing possibilities in the destination. It is important to emphasize that deterritorialization does not depend on geographic displacements. Subjects experience different micro-processes of deterritorialization on a daily basis.

Furthermore, the connection with Communication is also a crucial basis for understanding this vision of Tourism. Baptista (2020) proposes to think about communication through the interaction between subjects, as the encounter of energies, which has the universe as a reference and so does the subjectivity of each one, what she calls ecosystemic universes. In this flow, the information between these subjects is involved in a complex web weave, which can be defined by visible, invisible, corporeal, incorporeal, significant, and a-significant elements. The author also points out that these elements may or may not be mediated by technological devices.

In this excerpt, Baptista (2020) deepens into the idea that permeates the term 'ecosystem', which is also an important part of understanding this theory:

The notion of ecosystem here is related to the vision of deep ecology. For Biology, the notion of the ecosystem includes both biotic (living: animals, plants, bacteria, among others) and abiotic (physical environment) factors that are dynamically interrelated. In this sense, it implies recognizing the set of mutual relationships between living beings and the environment, continuous dynamism, and the fact that the ecosystem is not determined by its size, but by its structure and patterns of organization. I would say, for its constituent "web-weave", instead of 'structure', its inflections, directions, and the multiple crossing and confluence points. (Baptista, 2020, p. 48).

In addition to the tourist-communicational-subjective ecosystemic vision, Baptista (2021) proposes to think the tourism in reverse. According to the author, the front of this reverse side is constantly present in the media, being driven by communicational devices, which we could call "tourism packaging" or facade. Such packaging can only exist if it is supported by what is inside out. Baptista (2021) makes an analogy with a sewing piece, where, in embroidery, the back is not shown, but it is an essential part for the front design to existing as it exists. Thus, if the reverse does not support itself, then the front image also suffers degradation. The resource used by the author is the metaphor, to understand that in the construction of concepts, there is also a weave, forged by interweavings, ties, knots, and seams.

The fact that we do not think about the inside out and this set of elements and subjects that are not visible, but are crucial for tourism to happen, leaves the entire ecosystem susceptible to degradation. Problems such as touristification, tourism phobia, the precariousness of work in the

sector, and the gentrification of urban and peripheral spaces, among others, can be pointed out as some of these symptoms of degradation. According to Baptista (2021), tourism that has no ecosystem responsibility and that does not see the importance of thinking the other way around is coined through a neoliberal logic, where market interests are placed in the foreground.

Thinking about tourism in a complex and subjective view is also aligned with Moesch and Beni (2016), authors who propose an interdisciplinary and transdisciplinary vision of tourism, going beyond capitalist labels. Furthermore, theorists recognize tourism as a social, cultural, communicational, and economic phenomenon, possessing a social and, therefore, also subjective practice (Moesch & Beni, 2016, p. 10).

As proposed by Baptista (2021), thinking about the opposite of tourism also directs us toward a subject that is not very evident in the tourist process, the citizen. Thus, we highlight the concept of citizen tourism, a central part of this study, which is discussed by Gastal (2006):

People, residents or users of cities, are not fixed but flow through these spaces. Putting citizens in motion – assuming their condition of flux – beyond their routine practices, at first, can transform them into tourist citizens, who will, with the displacement, own spaces and situations with greater competence. The city in its fixed areas is no longer unknown, even to its own residents, and becomes the familiar territory to which belonging and identification are built, as it starts to share its codes and, with them, situate its own subjectivity in the urban. (Gastal, 2006, p. 15).

In this sense, Gastal (2006) discusses what has been evidenced by several public managers over the years, who say that if the city is good for the citizen, it can, consequently, be good for the tourist. Thus, tourism can gain prominence in a vision of well-being and the exercise of citizenship, weaving new relationships between the citizen and the various urban spaces. It is on this path that we will continue our discussion on the next topic of this research.

3. AUTOPOIESIS IN CITIZEN TOURISM

Autopoiesis is a concept that was born in Biology, to explain the evolution of living beings through the idea of self-production, being coined through the studies of two Chilean theorists, Maturana and Varela (2003). In this article, we will use as one of the bases for understanding the idea of autopoiesis the book *De máquinas y seres vivos: autopoiesis, la organización de lo vivo*, which

had its first publication in the early 1970s. The version consulted here, however, is a 2003 edition, which has prefaces by each of the authors.

In one of the prefaces to the book *De máquinas y seres vivos: autopoiesis, la organización de lo vivo* (Maturana & Varela, 2003), Francisco Varela reports the difficulty of publishing this text, as the ideas faced resistance from Darwinist editors. After the text was accepted for publication by a publishing company, the theory began to be accepted and discussed in several universities and research centers.

Going beyond the authors' expectations, the concept of autopoiesis began to be used in studies of other fields of knowledge as well. Thus, Francisco Varela (Maturana & Varela, 2003) reports that the Human and Social Sciences interest in the topic was natural, in what the theorist believes to be metaphorical conceptions. During this passage, Francisco Varela makes clear his and Humberto Maturana's discontent with the use of the idea of autopoiesis made by the German sociologist Luhmann (1992, 2009), a fact that we will focus on later.

To explain the concept of autopoiesis, Maturana and Varela (2003) compare a cell unit to a machine, with the aim of presenting, in a didactic way, the functioning of an autopoietic unit. Thus, an autopoietic machine would be the one that continuously produces its own organization, through the production of its own components, a process that is only possible through disturbances from the environment, which cause structural couplings. The fact that this self-production of the autopoietic machine is stimulated by disturbances coming from the external environment does not mean that it is an open system. On the contrary, in the view of Maturana and Varela (2003), autopoietic machines are closed and homeostatic systems, that is, systems that remain balanced with the components they have, not importing any resources from the external environment.

A point that must be highlighted is that, when we talk about self-production, through the concept of autopoiesis, it means that the autopoietic machine can only produce something similar to itself, that is, that preserves its identity. A technical machine that originates something other than itself is called by Maturana and Varela (2003) as an allopoietic machine. The technical machines invented by man as means to create other things would have this name. Thus, the independence factor in the operation is also an important detail in this concept. According to the two theorists, an autopoietic machine retains its individuality and identity in operation, without depending on an

observer. An allopoietic machine, on the other hand, needs an observer to determine its inputs and outputs, as well as its operation.

It is noteworthy that the idea of coupling defended by the authors understands that this phenomenon is the definition of the result of the modifications that autopoietic machines undergo, without losing their own identity (Maturana & Varela, 2003). If there is a change in the identity of the autopoietic unit in the process, this phenomenon is not characterized as coupling.

As mentioned before, the concept of autopoiesis was not restricted to Biological Sciences and began to be discussed in Humanities and Social Sciences as well. It is from the expansion of the theory made by other authors that we began to bring the concept closer to our object of study. Luhmann (1992, 2009), a German sociologist, recognized for the Theory of Social Systems, used the concept as one of the bases of his theories as well. Luhmann (2009) believes that every social system is communicational and autopoietic. This is because Luhmann (1992) states that communication is the basis of every social system, as it would connect all elements in a system. Through this understanding, the sociologist defines the idea of closed communication systems, which represent the junction between information and context. In them, the communication process would take place in the distinction of the value of the information and the reasons why they were given in that context.

In addition, Luhmann also states that every communicational system is autopoietic, because only communication, from the components of that communicational system, could self-produce more communication, that is, it would always use the same components during the coupling process, preserving its identity. In the book *Introdução a teoria dos sistemas sociais* (Luhmann, 2009), the divergences with Humberto Maturana are also highlighted. There is a footnote in the book where he explains that the Chilean author disagrees that communication could become an autopoietic system, since, according to him, communication depends on the human to operate and exist, so it could not originate social autopoietic communicational systems.

Luhmann (2009), in this sense, uses Linguistics to point out the opposite:

Using a tradition of difference, such as Saussure's, in relation to language, it is not difficult to demonstrate that communication produces its own differences that, in order to be explained, do not need other scopes of reality such as the physical, the chemical, or the organic. (Luhmann, 2009, p. 123)

Although Maturana and Varela (2003) and Luhmann (1992, 2009) are important bases for our understanding of autopoiesis, both explore a systemic logic. As already highlighted in this research, this study seeks to have a broad, holistic, and complex approach to science, in line with Schizoanalysis. Thus, it is also important to understand Guattari's (1992) view on the concept of autopoiesis.

Guattari (1992) states that the organization of an autopoietic machine would not be linked to its materiality, proposing to think about the idea of autopoiesis in terms of evolutionary, collective entities that maintain heterogeneous relationships with the cosmos, without being limited to themselves. Through this understanding, technical machines would cease to be allopoietic and become autopoietic. To explain how this actually applies, the author invites us to think about autopoiesis from the angle of phylogenesis and ontogenesis.

To think about autopoiesis through the phylogenesis of technical machines, according to Guattari (1992), is to understand that autopoiesis happens through lines of virtuality, which are passed from one machine to another, from generation to generation, leaving the previous one obsolete. It is important to remember that, in a philosophical sense, according to Lévy (2010), the virtual is what exists as power and not as materiality. For example, a hammer that we are holding today would be connected to the first stone hammer developed by man, because, despite not being the same piece, autopoiesis happened through the evolution of the potential of this tool.

Regarding the ontogenetic view of autopoiesis and techniques, Guattari himself (1992) points out that the understanding is more complex. According to the theorist, the fabrication or operation of a machine never goes without flaws. Furthermore, wear, entropy, as well as its noise, and its way of operating, are elements that guarantee the heterogeneous nature of the technical machine. Such elements can be altered in search of standardization, but the machine does not completely lose its identity. Thus, a technical machine would also retain, even if in a few elements, its heterogeneity.

Thus, this research understands autopoiesis as a concept not limited to a systemic and material view, as pointed out by Guattari (1992). Furthermore, like Luhmann (1992, 2009), this study understands the importance of the central role of communication, not for the development of communicational autopoietic social systems, but for the triggering of desire that causes new couplings, according to Baptista (2015).

Baptista (2015), who thinks about autopoiesis through a complex ecosystemic view, also bringing the concept closer to tourism, understands that the subjects involved in the tourism ecosystem are autopoietic, as they live in constant couplings due to their deterritorialization process. This idea of autopoiesis is linked to the theory of tourist-communicational-subjective ecosystems (Baptista, 2020), discussed in the previous topic.

Furthermore, it is the alignment with communication that brings together the theories of Baptista (2015, 2020) and Gastal (2006) about citizen tourists. According to Gastal (2006), communication and semiotics can be a way to unravel the city, as long as meaning is constructed in the form of discourses, or, as we can call it, narratives, which can lead to new experiences in the city.

We could, then, assume that communication plays a central role in driving narratives that awake what Baptista (2015) calls the desire to be in the Other, after causing what we can consider disturbances or affections. This narrative can be seen as a way of decoding the city, causing new couplings, and making the subjects create new relationships with the city, as highlighted by Gastal (2006). By understanding interactions in this way, we could here consider that this is how the autopoiesis of citizen tourism happens.

4. URBAN ART AND DIGITAL TECHNOLOGIES FOR NEW 'CONVERSATIONS'

To talk about urban art, we first need to talk about cities and what constitutes them. The urban, with its buildings, streets, and people, is also composed of impalpable elements. According to historian Pesavento (2007), a city is also sensitive, “it is an object of the production of images and discourses that put themselves in the place of materiality and social and represent them” (Pesavento, 2007). Therefore, the senses, emotions, and all possible connections between people and space are like an amalgam that connects the urban to the sensitive field.

It is through this mental process of approach that space becomes a place, that is, a bearer of meaning and memory; that we started to consider a city as a metropolis, an urban reality that, since its inception, caused a revolution in life, time and space; that we created the categories of citizen and excluded to express the visible and perceptible differences in the urban context, creating new identities from the gesture, the look and the word that qualifies; that we speak of progress or delay, that we distinguish the old from the ancient; that we build the notion of heritage and establish preservation actions, or, in the name of the modern, that we redesign a city, destroying to renovate (Pesavento, 2007, p.15).

It is in this physical space, then, that urban art emerges. Sidings, pavements, gables, and walls become support for lines, words, and drawings. According to Eckert and Rocha (2016, p. 41), this practice is intended to “act on the soul of the inhabitants of large cities through their images and their visual languages, making their territories unique, differentiated.”

In Brazil, urban inscriptions arrived timidly in the late 1960s, linked to counterculture movements and protests against the military dictatorship. However, over the years, the practice became popular, and, in addition to taking the urban space informally, it also started to be used in urban planning projects. Other countries also use this feature. One of the examples is the community of Las Palmitas, in the Mexican city of Pachuca, which has received a revitalization with large colorful murals. The work was carried out by the art collective Germen Crew which is known for the positive changes in the rates of violence there.

Urban art, then, has become an important part of cities’ development. According to Campos (2021), there are many advantages that arise from encouraging the practice. From a macro point of view, the author points to urban regeneration, tourism incentive, cities’ branding, and democratization of art access. In the micro, however, he mentions the development of certain territories, and the promotion of neighborhood residents’ self-esteem, participation, and empowerment.

And it is in this context that we should talk about the right to the city, based on Harvey (2012). According to the author, this right goes far beyond access to urban resources. It is the individual's right to change by changing the city.

Furthermore, it is a common rather than an individual right, as this transformation inevitably depends on the exercise of collective power to shape the urbanization process. The freedom to build and rebuild the city and ourselves is, as I try to argue, one of the most precious and neglected human rights (Harvey, 2012, p. 74).

Urban art used as an urbanism project, then, must be seen as a change in the city and, moreover, as a change in subjectivities. The experience of being in the urban space takes on a new layer and it is in this context that we can associate the idea that the city is a palimpsest (Pesavento, 2004): layers that fade and overlap, and that, at the same time, contribute for the construction of the whole.

According to Eckert and Rocha (2016), letting oneself be affected by the street arts is to attribute new meanings to spaces that were previously indifferent. Thus, urban planning projects that

add a layer of sensitivity to the city end up awakening the affection of the citizen tourist ([Gastal, 2006](#)).

These affections make the citizen tourists not only move but also be inclined to share narratives about their experiences, bringing knowledge of these urban spaces to other subjects. Urban spaces that, despite being fixed, gain fluidity in digital technologies that give access to cyberspace, within what Lévy (2010) also calls a “network”. The network or cyberspace is the interplanetary information transmission medium, which embraces the technological infrastructure, the data stored in this space, and the presence, interference, and human interactions that occur on this site.

Kerckhove (2003) states that, through cyberspace, it was possible to create a connective mind, since the apparatus of digital technologies gives us the possibility to project our thoughts into a collective medium, even before making them tangible. Kerckhove (1997) calls this possibility psychotechnologies, which are defined by the potential of technologies to amplify the power of our minds.

In this context, Taufer ([2020](#)) considers that the advancement of digital technologies happens because human being is always looking for a new way of feeling/living certain situations. The author considers that when we think about tourism in the context of digital technologies, we must understand that the idea of displacement does not occur in an objective spatial reality, but also through other means. Thus, we can understand that the movement towards the desired destination today extends through the bits within the digital space, encouraging new flows.

Thus, when the narratives communicated by affected subjects, who visit urban spaces in cities, modified by urban art, enter cyberspace, they create new ‘conversations’, that is, what Baptista ([2021](#)) calls the act of practice together, discover the potential and the real value of the elements present in the ecosystem in which we are involved.

The narrative, by affecting other subjects in cyberspace, initiates a series of interactions that are only possible due to the presence of language, guided by what Maturana (1988) calls consensual behavioral coordination. In the digital context, in addition to words, resources such as emojis and other media formats support the language, enabling subjects to “go around” the same theme.

5. METHODOLOGICAL STRATEGY

This research uses the Cartography of Knowledge as a methodological strategy ([Baptista, 2014](#)). Baptista's proposition is inspired by Schizoanalysis, regarding the transposition of cartography to the construction of research strategies. In addition to the geographical and material environment, Baptista ([2014](#)) invites us, then, with Cartography of Knowledge, to have a holistic view of any object of study, in order to provoke us to trigger investigation trails, to follow the changes that also take place in the field of subjectivity and the complex plots of the investigated phenomena.

Despite having attributes that directly qualify it for the needs of qualitative research, Cartography of Knowledge can be combined with quantitative methods. The Cartography of Knowledge also does not exclude or replace established methodologies, on the contrary, it allows the researcher to combine different methodological devices and procedures so that the needs of the research object are best addressed.

Thus, it is noteworthy that the Cartography of Knowledge is a methodological strategy divided into four tracks, which are explored simultaneously by the cartographic researcher in the research process, namely: Personal Knowledge, Theoretical Knowledge, Production Plant, and Intuitive Dimension of Research.

The trail of Personal Knowledge is where the researcher seeks to understand how interest in the researched object is born. It is there that the researcher also gathers clues about what he already knows about the subject through his experiences. In this research, the Personal Knowledge trail is characterized by scientific and artistic approaches that already exist in the universe of communication, urban art, and tourism that the authors have, an issue addressed in the introductory stage of this research.

In the path of Theoretical Knowledge, the researcher conducts a bibliographical survey on the theories and subjects that make up the object of study, seeking in the production of other authors a basis to build his research. Thus, Pesavento ([2007](#)), Eckert and Rocha ([2016](#)), and Harvey ([2012](#)) were used as a basis for the discussion on urban art. To address digital technologies, the main references are the theories of Lévy (2010) and Kerckhove (1997, 2003). The concept of autopoiesis takes into account the thoughts of Maturana and Varela (2003), Luhmann (1992, 2009), Guattari (1992), and Baptista ([2015](#)). Finally, the approach to tourism is guided by the concepts of Baptista ([2020](#)), Moesch and Beni ([2016](#)), and Gastal ([2006](#)). Along this path, there is also discussion with

other researchers in meetings, seminars, and study groups to discuss topics related to the research. In this research, the discussions were held at Amorcomtur! Study Groups on Communication, Tourism, Love, and Autopoiesis, were crucial for the understanding of concepts such as autopoiesis, and deterritorialization, among others.

The Production Plant trail is characterized by the approaches made by the researcher to the field of study. These approximations can occur at different moments of the research, both for recognition and for data collection. In this research, researchers made approximations in two moments. The first was a trip to the city of São Paulo, in November of 2021, where they were able to get to know Minhocão on a weekend, which are the days when the place is closed to cars and open only to people and cyclists. On this occasion, investigators walked the entire length of the elevated highway and took photos of the buildings' gables. In a second moment, the approximation took place in online research, through social networks and Google, where mentions of the place were verified, as well as reports of the repercussion in press portals, for the content analysis.

The path of the Intuitive Dimension of Research is when the researcher begins to vibrate along with the studied object, creating new connections and tracing new paths based on the mentioned reference. In this research, this trail was important for delimiting the field, since on the trip to São Paulo, one of the largest urban art centers in the world, we still didn't have the field fully defined. After understanding the potential of Minhocão, other sources and discussions emerged about the place, giving substance to this research.

6. APPROXIMATIONS AND DISCUSSION

The approximations carried out on the Production Plant trail with the field of this study, in this case, Via Elevado João Goulart, also known as Minhocão, took place at two different times. At first, the researchers made a trip to the city of São Paulo, where they experienced, through a walk and photographic records, the environment provided by the interactions between subjects who exercised and subjects who enjoyed the landscape during the whole morning.

This visit took place on a Saturday morning, as Minhocão is completely closed to vehicles during the weekend, being entirely destined for cyclists and pedestrians traffic. In addition to the complete closure of the road, during the weekend, the city hall also provides security guards at some

points along with wooden benches, so that people can sit, read, access electronic devices, or just enjoy the murals that make up the road's path, as shown in Figure 1.

Figure 1: Mural “Pindorama” by artist Rimon Guimarães.



Source: Photo taken by Sara Fontana in Minhocão.

It can be seen here that there is a concern to ensure that the citizen tourist subject does not have a quick and fleeting experience. The available structure seeks to simulate something similar to what would be an experience found in a museum, where complex or abstract works need time for the assimilation of the subject who observes them. In this process, the subject is encouraged to a “conversation”, that is, as explained by Baptista (2021) and Maturana (1988), to 'go around' – the sense of talking, for Maturana, go around with - and to create new meanings, through the language established with the works exhibited there.

Another point that should be highlighted is that there is a clear difference between the experience on foot and by car, on this same road. Until 8 pm, on Mondays and Fridays, the traffic of vehicles is released on the lane. The investigators also had the opportunity to walk the Minhocão in a vehicle, a fact that stimulates curiosity about the place, but at the same time impoverishes the experience, as many details are lost along the way.

Thus, the public policy that establishes the closure of the place during the weekends and the minimum structure available for people to settle down safely and comfortably in the place is crucial for the flow of citizen tourists to create new narratives from the “conversions” with the location. Thus, it is understood that, in addition to encouraging people to move to places they do not know in their own city, as highlighted by Gastal (2006), to encourage citizen tourism, it is necessary to make people have different experiences in places where they pass daily.

In this process, we can see that there is an opportunity for several couplings. The experience of driving by and, even for a few seconds, seeing a mural that contrasts with the gray cityscape, stimulates a vision of the city as a support for urban artistic interventions. The stimulus given to occupying the place during the weekends, in order to make people see the elevated highway as a possibility for leisure or physical exercise, could also come to be considered an incentive to the desire to engage in the proposed experience, collaborating for the autopoiesis of citizen tourism to occur.

Furthermore, it is necessary to see that each work is a medium, which is connected to a message semiotically explained by its author. In Figure 1, shown above, we see in the work “Pindorama” an approach to environmental issues in Brazil, and the use of a paint that purifies the air, to reinforce the narrative of the artist Rimon Guimarães.

In Figure 2, we see the work “algo sobre nós” painted by artist Robinho Santana in collaboration with other artists, who seek to address the importance of knowledge, whether popular or formal, in the construction of a fair and diverse society. The image of the black woman stands out, a laundress, who, instead of carrying clothes in her basin, carries a pile of books. Another element that we can highlight is the background of the image, which contains typography that refers to a typographic identity very present in street interventions made in São Paulo, which are commonly marginalized, but gain another interpretation in this composition.

Figure 2: Mural “algo sobre nós” by artists Robinho Santana, tek, lambão, Poter, bani, zoto.



Source: Photo taken by Sara Fontana in Minhocão.

Both examples show that the works serve as a coupling for reflection on issues that may not literally be present in that space. The urban work shows that it can go beyond its emotional enchantment, caused by its large dimensions or the contrast of its colors. The urban work, in this case, also serves as a hyperlink that leads the subject to create relationships with his own repertoire.

Thus, with the apparatus of digital technologies, the experience of the citizen tourist subject can be enriched by researching the work on some artists' social network pages or with an analysis of press vehicles or people who created new points of view about it. The subject can also broaden his understanding of the work by sharing it with people close to him who have the same interest or with people with whom he or she will interact, on their pages on social networks on the Internet.

Here we connect with the second moment of our approximation, also carried out on the Production Plant trail. At this stage of the journey, what interested us was to know how narratives related to Minhocão expand through the informational rhizome supported and accessed by digital technologies. Looking at Alphabet's Google search engine, which holds more than 90% of searches made by users on the Internet, we see that interest in terms related to Minhocão had several peaks in the search over the last 12 months, a period equivalent to 5 of January 2021, to January 5, 2022.

In the graph in Figure 3, we see the scale of interest that evaluates search terms in the history of the Google search engine, the tool called Google Trends, shows, on a scale from 0 to 100, the interest in the terms “minhocao” and “Via Elevado Presidente João Goulart” in research carried out within the city of São Paulo.

Figure 3: Search chart of interest in terms linked to Minhocão on Google Trends.



Source: Chart generated with Google Trends.

When we type “minhocao” into Google in an anonymous search, questions such as “What are the opening hours of Minhocão?”, “What to do with Minhocão?”, “What time does the highway close during the week?”, “Where is Minhocão?” and “Where to park to go to Minhocao?”, appear as a suggestion of what people ask when looking for the term.

On the social network Instagram, a platform that was born in 2012 with the aim of being one of the main repositories of photos and visual narratives on the Internet, which has more than 110 million users in Brazil, we find thousands of photos related to the tag #minhocao and its derivations.

Through these tags, subjects share their interactions with the space and with the murals along the way.

To understand how the narratives coming from the ‘conversations’ related to Minhocão create couplings through digital technologies, we observe a post related to Minhocão, made by the newspaper O Estado de S. Paulo in November 2021. The newspaper, also known as O Estadão, is one of the largest multiplatform vehicles in Brazil. In the post, the newspaper, as shown in Figure 4, highlights that the elevated highway has become an open-air art gallery with 42 completed and ongoing works, also featuring the creators.

Figure 4: O Estadão highlights Minhocão as an open art gallery.



Source: Post on Instagram by the newspaper O Estadão about Minhocão.

In the more than 200 comments generated by readers and followers of the newspaper, we see mostly positive reactions in relation to the experience that the elevated highway proposes in its set of artistic inventions. In Figure 5, we can see a comment, made in the newspaper post, where a user says that the taste for observing the murals is something she recurrently shares with her grandfather, creating a new vision of the city of São Paulo.

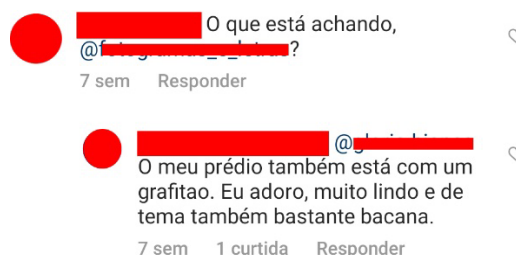
Figure 5: Comment on O Estadão post about Minhocão.



Source: Profile of the newspaper O Estadão on Instagram.

In a small conversation between the post comments, as shown in Figure 6, a user asks another user, who supposedly lives in one of the buildings where the artistic interventions were made, what is her opinion about the project. The user who has questioned, claims to see the initiative with good eyes, mainly because she identifies with the graffiti theme that is on the gable of her building.

Figure 6: Conversation between users on O Estadão post about Minhocão.



Source: Profile of the newspaper O Estadão on Instagram.

Finally, another small conversation between users that is interesting to highlight, if we look at Figure 7, is of a user calling two others to go to the elevated highway, considering this a tourist program. Giving a sample of the potential of communication to create new flows within cities, according to Gastal (2006), awakens the subjects' desire to be in the Other, according to Baptista (2015).

Figure 7: Conversation between users on O Estadão post about Minhocão.



Source: Profile of the newspaper O Estadão on Instagram.

7. FINAL CONSIDERATIONS

This research has as its object of study urban art and digital technologies for the autopoietic reinvention of tourism. In addition, its general objective was to reflect on how the combination of urban art and digital technologies can contribute to the reinvention of the autopoiesis of citizen tourism, awakening the desire to be in the Other. These narratives driven by communication help subjects decode the city and find new possibilities for coupling.

Thus, according to the specific objectives, this investigation discussed the concept of autopoiesis concerning tourism, where it was possible to assume, based on Baptista (2015) and Gastal (2006), that autopoiesis happens in tourism from driven narratives through communication, which creates disturbances and affections in the subjects, awakening the desire to be in the Other. These narratives driven by communication help subjects decode the city and find new possibilities for coupling.

This study also discussed the relationship between urban art and digital technologies with tourism, where it was possible to find factors that signal that urban art interventions help to create narratives that result in new insights into urban space. These ‘conversations’ also stimulate new engagements of the citizen tourist subject, taking him out of his usual routine.

Finally, it is important to emphasize that factors other than urban art can drive new narratives, which lead to the formation of new flows amidst urban centers. Even so, it is evident that in the short, medium, and long term, urban art, as shown in the example of Minhocão, as well as in other parts of São Paulo and Brazil, has had a significant capacity for rapture and enchantment, regarding the process of encouraging people to occupy urban spaces. At this moment, urban art can be a strong ally in the redefinition of these spaces, and it needs to be looked at closely since the promotion of local tourism has proved to be a door to the future of tourism after Covid-19.

FUNDING: The authors did not receive any external funding.

CONFLICT OF INTEREST: The authors declare no conflict of interest.

REFERENCES

- Baptista, M. L. C. (2014). Cartografia de saberes na pesquisa em Turismo: proposições metodológicas para uma Ciência em Mutação. *Rosa dos Ventos*, 6(3), 342-355. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473547041003>
- Baptista, M. L. C. (2015). Caosmose, desterritorialização e amorosidade na comunicação. *Questões Transversais*, 2(4), 98-115. <http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/9625>
- Baptista, M. L. C. (2020). “Amar la trama más que el desenlace!”: Reflexões sobre as proposições Trama Ecosistêmica da Ciência, Cartografia dos Saberes e Matrizes Rizomáticas, na pesquisa em Turismo. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 8, 41-64. DOI: <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2020v8n1ID18989>
- Baptista, M. L. C. (2021). O Averso do Turismo como proposição de Sinalizadores para o Futuro: Reflexões ecosistêmicas sobre entrelaçamentos e processualidades do avesso das desterritorializações turísticas em seus saberes e fazeres. *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 9(3), 258–271. DOI: <https://doi.org/10.26512/revistacenario.v9i3.34894>
- Campos, R. (2021). Poder local, arte urbana e festivalização da cultura. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, (125), 53-76. DOI: <https://doi.org/10.4000/rccs.12000>
- Gastal, S. (2006). [Turista cidadão: uma contribuição ao estudo da cidadania no Brasil](#). In *XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação–UnB–Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*.
- Guattari, F. (1992). *Caosmose*. Editora 34.
- Haesbaert, R., & Bruce, G. (2002). A desterritorialização na obra de Deleuze e Guattari. *GEOgraphia*, 4(7), 7-22. DOI: <https://doi.org/10.22409/GEOgraphia2002.v4i7.a13419>
- Harvey, D. (2012). O direito à cidade. *Lutas sociais*, (29), 73-89. DOI: <https://doi.org/10.23925/ls.v0i29.18497>
- Kerckhove, D. (1997). *A pele da cultura*. Relógio d'água.
- Kerckhove, D. (2003). A arquitetura da inteligência: interfaces do corpo, da mente e do mundo. In: D. Domingues (Ed.), *Arte e vida no século XXI-tecnologia, ciência e criatividade* (pp. 15-26). Editora UNESP.
- Lévy, P. (2010). *Cibercultura*. Editora 34.
- Luhmann, N. (1992). “What is communication?”. *Communication theory*, 2(3), 251-259.
- Luhmann, N. (2009). *Introdução a teoria dos sistemas sociais*. Editora Vozes.
- Maturana, H. (1988). Ontología del conversar. *Revista Terapia Psicológica*, (10), 1-14.

- Maturana, H., & Varela, F. (2003). *De máquinas y seres vivos: autopoiesis, la organización de lo vivo*. Editorial Universitaria. (Original work published 1973)
- Moesch, M., & Beni, M. C. (2016). Do discurso sobre a ciência do turismo para a ciência do turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (25), 9-30. DOI: <https://doi.org/10.34624/rtd.v0i25.10857>
- Pesavento, S. J. (2004). Com os olhos no passado: a cidade como palimpsesto. *Esboços: histórias em contextos globais*, 11(11), 25-30. Available at: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/esbocos/article/view/334>
- Pesavento, S. J. (2007). Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. *Revista Brasileira de História*, 27(53), 11-23. Available at: <https://www.redalyc.org/pdf/263/26305302.pdf>
- Rocha, A. L. C. y Eckert, C. (2016). Arte de rua, estética urbana: relato de uma experiência sensível em metrópole contemporânea. *Revista de Ciências Sociais*, 47(1), 25-48. <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/21198>
- Rolnik, S. (2018). *Esferas da insurreição: notas para uma vida não cafetinada*. N-1 edições.
- Tauber, L. (2020). Turismo, realidade virtual experiência turística: aproximações reflexivas. [Master's thesis, Universidade de Caxias do Sul]. Repositório Institucional. <https://repositorio.ucs.br/11338/6782>
- Volpato, B. (2021, Agu 24). Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2021, com insights e materiais gratuitos. RD Station. Available at: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>

About the Authors:

Picinini RUDINEI - Master student in Tourism and Hospitality (UCS/ Scholarship CAPES-PROSUC). MBA in Business Management (UCS). MBA in Big Data and Competitive Intelligence (Uniamérica). Bachelor in Social Communication – Advertising (UCS). Researcher of Amorcomtur! Group of Studies in Communication, Tourism, Lovingness and Autopoiesis (CNPq-UCS).

Sara FONTANA - Actress and bachelor in Journalism (UCS). Specialization student in Multiplatform Audiovisual Production (UniRitter).

Maria Luiza Cardinale BAPTISTA - Post-doctor in Society and Culture of the Amazon (PPGSCA-UFAM). PhD in Communication Sciences, by School of Communication and Arts of the University of São Paulo (ECA/USP). Professor and researcher of the Postgraduate Program in Tourism and Hospitality of UCS (BRAZIL). Editor of the Scientific Journal *Conexão – Comunicação e Cultura* (Communication and Culture Connection) Coordinator of Amorcomtur! Group of Studies and Production in Communication, Tourism, Lovingness and Autopoiesis (CNPq-UCS).

ARTIGO

Edição Monográfica 3(06) – SAPERE AUDE - 'COM-VERSAÇÕES' CIENTÍFICAS CONTEMPORÂNEAS



ARTE URBANA E TECNOLOGIAS DIGITAIS PARA AUTOPOIESE DO TURISMO CIDADÃO

 [PICININI, Rudinei*](#),  [FONTANA, Sara](#),  [BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale](#)

University of Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul, Brazil.

*Corresponding author (rudinei rp@gmail.com)

PUBLISHED: 30/05/2023

ACCEPTED: 04/03/2022

SUBMITTED: 11/01/2022

COPYRIGHT NOTICE:



© 2023 by authors. Licensee ERUDITUS®. This article is an **open access** article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

CITE THIS PAPER:

Picinini, Rudinei; Fontana, Sara; Baptista, Maria L. C. (2023). "Urban Art and Digital Technologies for Autopoiesis in Citizen Tourism" *Journal of Social Sciences: Transformations & Transitions (JOSSTT)* 3(06):28. DOI: <https://doi.org/10.52459/josstt36280523>

RESUMO

Esta pesquisa propõe uma 'com-versação' que conecta arte urbana e tecnologias digitais para a autopoiese do turismo cidadão, por meio de observações de intervenções artísticas que utilizam a cidade como suporte e se difundem no ciberespaço. Neste estudo, desenvolveremos uma discussão a partir dos grafites das empenas do Elevado Presidente João Goulart em São Paulo, local também conhecido como "Minhocão". O objetivo geral deste estudo é refletir sobre como a combinação de arte urbana e tecnologias digitais pode contribuir para uma reinvenção autopoietica do turismo cidadão. Dessa forma, os objetivos específicos são: a) discutir o conceito de autopoiese em relação ao turismo cidadão; e b) discutir a relação entre arte urbana e tecnologias digitais para o turismo cidadão. Os referenciais teóricos sobre arte urbana são baseados em Pesavento (2007), Eckert e Rocha (2016), Harvey (2012) e Campos (2021). Para abordar as tecnologias digitais, as principais referências são Lévy (2010), Kerckhove (1997, 2003) e Tauffer (2020). O conceito de autopoiese teve como substrato teórico o pensamento de Maturana e Varela (2003), Luhmann (1992, 2009), Guattari (1992) e Baptista (2015), enquanto a abordagem do turismo é estabelecida por Gastal (2006), Baptista (2020) e Moesch e Beni (2016). Este estudo é norteador pela Cartografia dos Saberes (Baptista, 2014), uma metodologia estratégica que se divide em quatro trilhas, exploradas simultaneamente pelos pesquisadores: Saberes Pessoais, Saberes Teóricos, Usina de Produção e Dimensão de Intuitiva da Pesquisa. Em termos de resultados preliminares, percebeu-se que a associação entre arte urbana e tecnologias digitais evidenciam novas construções autopoieticas entre o sujeito e o turismo cidadão. As intervenções artísticas criam agenciamentos que deslocam o cidadão turista de sua rotina, fazendo com que este sujeito compartilhe suas novas percepções da cidade por meio das tecnologias digitais.

PALAVRAS-CHAVES

Arte Urbana; Tecnologias Digitais; Autopoiese; Turismo Cidadão.

1. INTRODUÇÃO

Este texto tem como objeto de estudo arte urbana e tecnologias digitais para autopoiese do turismo cidadão, com o desenvolvimento de reflexões, a partir das observações feitas das intervenções artísticas presentes na Via Elevado Presidente João Goulart, na cidade de São Paulo, Brasil, lugar também conhecido como ‘Minhocão’. Trata-se de uma via elevada, com 3,4 quilômetros de extensão, bastante conhecida na cidade. A alternância entre o trânsito caótico, durante as manhãs e tardes de segunda a sexta-feira, e o cenário das noites e finais de semana, quando o local se transforma, sendo fechado para os veículos e tomado pela população da cidade, para caminhadas e passeios de bicicleta, são o diferencial do local. Em alguns momentos, tem também se destacado por se tornar palco de manifestações artísticas.

Este estudo é caracterizado por abordagem ampla, holística, alinhada à Esquizoanálise e outras visões teóricas da Ciência Contemporânea orientada pela complexidade ecossistêmica. Trata-se de produção decorrente de reflexões e conversações entre os autores, que observaram como as narrativas construídas a partir das intervenções dos espaços físicos em São Paulo se ampliam nas tecnologias digitais. Para isso, escolhemos um fragmento dessas narrativas na rede social Instagram, site reconhecido pelo apelo visual desde a sua fundação, e que conta com mais de 110 milhões de usuários só no Brasil, segundo Volpato (2021) — número que equivale a mais da metade da população brasileira. Nesta rede social, observamos os comentários de usuários do site em uma postagem sobre o Minhocão, no perfil pertencente ao jornal O Estado de S. Paulo, também conhecido como O Estadão, um dos veículos de imprensa mais tradicionais de São Paulo e do país, que define o elevado como uma galeria de arte a céu aberto.

Este estudo tem conexão direta com a formação profissional e as aproximações já feitas pelos pesquisadores que o desenvolveram, sendo que os mesmos possuem formações em Comunicação Social e formações ou aproximações com Turismo, além de vivências e pesquisas que utilizam a arte como transversalidade para a discussão de conceitos e aspectos teóricos. Entre os temas relacionados à arte já explorados pelos pesquisadores deste estudo, podemos encontrar discussões que se relacionam com arte urbana, música, non-fungible tokens (NFT’s) e arte digital contemporânea.

Nesse sentido, o objetivo geral da investigação relatada neste texto é refletir sobre como a combinação arte urbana e tecnologias digitais pode contribuir para a autopoiese do turismo cidadão. Assim, os objetivos específicos são: a) discutir o conceito de autopoiese em relação ao turismo; e b) discutir a relação entre arte urbana e tecnologias digitais com o turismo.

Dessa forma, vale salientar que, para a construção do referencial teórico desta pesquisa, utilizamos Pesavento (2007), Eckert e Rocha (2016), Harvey (2012) e Campos (2021), como base para a discussão sobre arte urbana. Para a abordagem referente a tecnologias digitais, as principais referências são as teorias de Lévy (2010), Kerckhove (1995, 2003) e Taufer (2020). Já o conceito de autopoiese leva em consideração o pensamento de Maturana e Varela (2003), Luhmann (1992, 2009), Guattari (1992) e Baptista (2015). Por fim, a abordagem do turismo orienta-se pelo conceito de ecossistemas turístico-comunicacionais-subjetivos de Baptista (2020), que está em sintonia com a visão transdisciplinar e interdisciplinar do turismo de Moesch e Beni (2016) e com o conceito de turismo cidadão de Gastal (2006).

Como estratégia metodológica, este estudo orienta-se pela Cartografia de Saberes (Baptista, 2014, 2020). Esta estratégia metodológica tem como principal característica ser dividida em quatro diferentes trilhas investigativas, que são exploradas simultaneamente pelo pesquisador ao longo do percurso do estudo, sendo elas: Saberes Pessoais, Saberes Teóricos, Usina de Produção e Dimensão Intuitiva da Pesquisa.

As aproximações com o campo de estudo se deram em dois momentos durante a trilha da Usina de Produção. Em um primeiro momento, os investigadores viajaram até São Paulo para visitar fisicamente o Minhocão e colher impressões do espaço. Em um segundo momento, os investigadores observaram comentários de uma postagem criada pelo jornal O Estadão sobre a Via Elevado Presidente João Goulart, na rede social Instagram, como fragmento de uma das narrativas criadas em relação ao espaço. Em ambos os momentos as teorias que serão discutidas nos próximos tópicos, foram utilizadas como filtro teórico para a discussão.

2. VISÃO ECOSSISTÊMICA TURÍSTICO-COMUNICACIONAL-SUBJETIVA

Primeiramente, é importante ressaltar que esta pesquisa está alinhada com conceitos relacionados à visão holística-complexa, conforme pressupostos contemporâneos da Ciência e do Turismo. Vale ressaltar, no entanto, que este estudo não busca invalidar ou negar as contribuições dadas por escolas com alinhamentos positivistas, sistematistas, marxistas, com visões da fenomenologia, hermenêutica, entre outras, já consolidadas por diversos autores que discutem o turismo. Pelo contrário, a ideia de turismo trabalhada neste artigo compreende a relevância das outras escolas e pensa a partir delas uma nova visão de turismo, sem se ater a uma lógica positivista de

superação de conceitos já discutidos. Dessa forma, a visão de turismo trabalhada neste artigo é a visão ecossistêmica turístico-comunicacional-subjetiva ([Baptista, 2020](#)), que é alinhada, principalmente, com a Comunicação e com a Esquizoanálise, numa visão essencialmente transdisciplinar.

Segundo [Baptista \(2020\)](#), a visão ecossistêmica turístico-comunicacional-subjetiva compreende o Turismo a partir do processo de desterritorialização do sujeito, que, ao mover-se, promove o entrelaçamento de diferentes ecossistemas, que acionam tramas econômico-político-sociais-culturais e de prestação de serviços. A autora também reconhece que há subjetividade nesse processo de desterritorialização, onde há o envolvimento também de tramas de subjacentes fluxos de energias, das micropartículas e de acionamento quântico, que atingem também os níveis de afetos ([Baptista, 2020](#)).

Ressalta-se aqui o entendimento de que a relação transversal e de agenciamento de potência entre os sujeitos é uma das marcas da Esquizoanálise nesta visão de turismo. Segundo Guattari (1996), a subjetividade é aquilo que opera não só na memória ou na inteligência, mas também na sensibilidade e nos afetos. Assim, é importante ressaltar que a ideia de afeto sinalizada aqui não está ligada à afeição e à ternura. De acordo com Rolnik (2018), o afeto do qual a Esquizoanálise fala não está relacionado a uma emoção psicológica, e sim, a uma “emoção vital”, que funciona em níveis extracognitivos, naquilo que pode ser interpretado como intuição, ou, como a autora denomina, o “saber-do-corpo” ou o “saber-do-vivo”.

A ideia de desterritorialização também marca a presença da Esquizoanálise na visão ecossistêmica turístico-comunicacional-subjetiva. A existência de novos afetos é o que provoca as desterritorializações, segundo [Baptista \(2015\)](#), onde é evidente o processo no turismo de desacomodar-se do seu território comum, através do desejo de ir em direção ao Outro. O desejo como algo central e constituinte do turismo:

Elemento que antecede e atravessa a experiência, o desejo pode ser, em linguagem metafórica, a mola propulsora, ou seja, todo o deslocamento (inclusive o emocional) tem nele o seu ponto de partida, porém, também é elemento constitutivo da experiência. ([Taufers, 2020](#), p. 72)

Para [Baptista \(2015\)](#), O Outro aqui é tudo que é “não-eu”, o desconhecido, o sujeito destino ou os diversos sujeitos que compõem este destino, já que, quando falamos em “sujeito”, o termo pode ser utilizado para falar de elementos que vão além do humano.

É claro que o sujeito em seu processo de desterritorialização não ficará desacomodado para sempre, pois indissociável do processo de desterritorialização é o processo de reterritorialização, conforme Haesbaert e Bruce (2002). No processo de reterritorialização, o sujeito começa a criar novos modos de sobrevivência, integrando-se às possibilidades existentes no destino. É importante ressaltar, que a desterritorialização não depende de deslocamentos geográficos. Os sujeitos vivem diariamente diversos micro processos de desterritorialização.

Além disso, a conexão com a Comunicação também é uma base crucial para o entendimento desta visão de Turismo. Baptista (2020) propõe pensarmos a comunicação através da interação entre sujeitos, como o encontro de energias, que dispõe do universo de referência e da subjetividade de cada um, aquilo que ela denomina como universos ecossistêmicos. Neste fluxo, as informações entre esses sujeitos se envolvem em uma teia-trama complexa, que pode ser definida por elementos visíveis, invisíveis, corporais, incorporais, significantes e a-significantes. A autora ainda aponta que estes elementos podem vir a ser ou não mediados por dispositivos tecnológicos.

Nesse trecho, Baptista (2020) se aprofunda na ideia de que permeia o termo ‘ecossistema’, também parte importante para o entendimento desta teoria:

A noção de ecossistema aqui está relacionada à visão da ecologia profunda. Para a Biologia, a noção de ecossistema inclui tanto fatores bióticos (vivos: animais, plantas, bactéria entre outros) quanto abióticos (ambiente físico) inter-relacionados dinamicamente. Nesse sentido, implica reconhecer o conjunto dos relacionamentos mútuos entre os seres vivos e o meio ambiente, contínuo dinamismo, o fato de que o ecossistema não é determinado por seu tamanho, mas por sua estrutura e seus padrões de organização. Eu diria, por sua “trama-teia” constituinte, no lugar de ‘estrutura’, suas inflexões, direcionamentos e os múltiplos pontos de passagem e de confluência. (Baptista, 2020, p. 48)

Além da visão ecossistêmica turístico-comunicacional-subjetiva, Baptista (2021) nos propõe pensar o avesso do turismo. Segundo a autora, a parte da frente desse avesso está constantemente presente na mídia, sendo impulsionada pelos dispositivos comunicacionais, o que poderíamos chamar de “embalagem do turismo” ou fachada. Essa embalagem só pode existir se for sustentada pelo que há no avesso. Baptista (2021) faz uma analogia com uma peça de costura, onde, em um bordado, o avesso não fica à mostra, mas é parte essencial para que o desenho da frente exista da maneira como existe. Assim, se o avesso não se sustenta, logo a imagem da frente também sofre degradações. O recurso utilizado pela autora é a metáfora, para compreender que também na construção dos conceitos existe uma trama, forjada por entrelaçamentos, amarrações, nós e costuras.

O fato de não pensarmos no avesso e nesse conjunto de elementos e sujeitos que não são visíveis, mas são cruciais para que o turismo aconteça, deixa todo o ecossistema suscetível à degradação. Problemas como a turistificação, turismofobia, precarização do trabalho no setor, a gentrificação dos espaços urbanos e periféricos, entre outros, podem ser apontados como alguns desses sintomas de degradação. Conforme Baptista (2021), o turismo que não tem responsabilidade ecossistêmica e que não vê a importância de pensar o avesso, é cunhado através de uma lógica neoliberal, onde os interesses do mercado são colocados em primeiro plano.

Pensar o turismo em uma visão complexa e subjetiva está também em sintonia com Moesch e Beni (2016), autores que propõem uma visão interdisciplinar e transdisciplinar do turismo, para além dos rótulos capitalistas. Além disso, os teóricos reconhecem o turismo como fenômeno social, cultural, comunicacional, econômico, possuidor de uma prática social e, por isso, também subjetivo (Moesch & Beni, 2016, p. 10). Conforme proposto por Baptista (2021), pensar no avesso do turismo, também nos direciona para um sujeito pouco evidenciado no processo turístico, o cidadão. Assim, destacamos o conceito de turismo cidadão, parte central deste estudo, que é discutido por Gastal (2006):

As pessoas, moradoras ou usuárias das cidades, não são fixos, mas fluxos a percorrer estes espaços. Colocar os moradores das cidades em movimento – assumindo sua condição de fluxos – para além de suas práticas rotineiras, num primeiro momento pode transformá-lo no cidadão turista, que irá, com o deslocamento, apropriar-se com maior competência dos espaços e situações. A cidade nos seus fixos, deixa de ser uma desconhecida, mesmo para seus próprios moradores, e torna-se o território familiar ao qual se constrói pertencimento e identificação, por passar a compartilhar seus códigos e, com eles, situar a própria subjetividade no urbano. (Gastal, 2006, p. 15)

Nesse sentido, Gastal (2006) discute o que tem sido evidenciado por vários gestores públicos ao longo dos anos, que dizem que, se a cidade é boa para o cidadão, ela poderá, conseqüentemente, ser boa para o turista. Assim, o turismo pode ganhar o protagonismo em uma visão de bem-estar e de exercício de cidadania, tecendo novas relações entre o cidadão e os diversos espaços urbanos. É nesse caminho que continuaremos a nossa discussão no próximo tópico desta pesquisa.

3. AUTOPOIESE NO TURISMO CIDADÃO

Autopoiese é um conceito que nasceu na Biologia, para explicar a evolução dos seres vivos por meio da ideia de autoprodução, sendo cunhado através dos estudos de dois teóricos chilenos,

Maturana e Varela (2003). Neste artigo, usaremos como uma das bases para o entendimento da ideia de autopoiese o livro “*De máquinas y seres vivos: autopoiesis, la organización de lo vivo*”, que teve sua primeira publicação no começo dos anos 1970. A versão consultada aqui, contudo, é uma edição de 2003, que conta com prefácios de cada um dos autores.

Em um dos prefácios do livro “*De máquinas y seres vivos: autopoiesis, la organización de lo vivo*” (Maturana & Varela, 2003), Francisco Varela relata a dificuldade de publicação deste texto, já que as ideias enfrentavam a resistência de editores *darwinistas*. Após a aceitação do texto para publicação em uma editora, a teoria começou a ser aceita e discutida em diversas universidades e centros de pesquisa.

Indo além das expectativas dos autores, o conceito de autopoiese começou a ser empregado também em estudos de outros campos do conhecimento. Assim, Francisco Varela (Maturana & Varela, 2003) relata que foi natural o interesse das Ciências Humanas e Sociais pelo tema, naquilo que o teórico acredita ser concepções metafóricas. Durante este trecho, Francisco Varela deixa claro o descontentamento dele e de Humberto Maturana com o uso da ideia de autopoiese feita pelo sociólogo alemão Luhmann (1992, 2009), fato que iremos nos ater mais adiante.

Para explicar o conceito de autopoiese, Maturana e Varela (2003) comparam uma unidade celular a uma máquina, com o objetivo de apresentar, de maneira didática, o funcionamento de uma unidade autopoietica. Assim, uma máquina autopoietica seria aquela que produz, de maneira contínua, a sua própria organização, por meio da produção de seus próprios componentes, processo que só é possível, através de perturbações oriundas do ambiente, que ocasionam acoplamentos estruturais. O fato de esta autoprodução da máquina autopoietica ser estimulada por perturbações que vêm do ambiente externo não significa que ela seja um sistema aberto. Pelo contrário, na visão de Maturana e Varela (2003), as máquinas autopoieticas são sistemas fechados e homeostáticos, ou seja, sistemas que se mantêm equilibrados com os componentes que tem, não importando nenhum recurso do ambiente externo.

Um ponto que deve ser ressaltado é que, quando falamos de autoprodução, através do conceito de autopoiese, significa que a máquina autopoietica só pode produzir algo semelhante a si mesmo, ou seja, que conserve a sua identidade. Uma máquina técnica que dá origem a outra coisa diferente dela mesma é denominada por Maturana e Varela (2003) como uma máquina alopoietica. As máquinas técnicas inventadas pelo homem como meio para criar outras coisas teriam esta denominação. Assim,

o fator independência na operação também é um detalhe importante neste conceito. Segundo os dois teóricos, uma máquina autopoietica conserva a sua individualidade e identidade na operação, sem depender de um observador. Já uma máquina alopoietica necessita de um observador para determinar seus inputs e outputs, assim como a sua operação.

Vale ressaltar que a ideia de acoplamento defendida pelos autores compreende que este fenômeno é a definição do resultado das modificações que as máquinas autopoieticas sofrem, sem perder a própria identidade (Maturana & Varela, 2003). Se há uma modificação da identidade da unidade autopoietica no processo, esse fenômeno não é caracterizado como acoplamento.

Como já dito anteriormente, o conceito de autopoiese não ficou restrito às Ciências Biológicas, e começou a ser discutido também nas Ciências Humanas e Sociais. É a partir da ampliação da teoria feita por outros autores, que começamos a aproximar o conceito do nosso objeto de estudo. Luhmann (1992, 2009) sociólogo alemão, reconhecido pela Teoria dos Sistemas Sociais, utilizou o conceito também como uma das bases das suas teorias. Luhmann (2009) acredita que todo sistema social é comunicacional e autopoietico. Isso porque Luhmann (1992) afirma que a comunicação é a base de todo sistema social, já que ela conectaria todos os elementos em um sistema. Através dessa compreensão, o sociólogo define assim a ideia de sistemas comunicacionais fechados, que representa a junção entre informação e contexto. Neles, o processo de comunicação se daria na distinção do valor das informações e nas razões pelas quais as mesmas foram preferidas naquele contexto.

Além disso, Luhmann também afirma que todo sistema comunicacional é autopoietico, pois só a comunicação, a partir dos componentes desse sistema comunicacional, poderia autoproduzir mais comunicação, ou seja, ela sempre iria usar os mesmos componentes durante o processo de acoplamento, conservando a sua identidade. No livro “Introdução à Teoria dos Sistemas” (Luhmann, 2009), as divergências com Humberto Maturana também são ressaltadas. Há uma nota de rodapé no livro onde explica que o autor chileno discorda que a comunicação poderia vir a ser um sistema autopoietico, já que, segundo ele, a comunicação depende do humano para operar e existir, logo ela não poderia dar origem a sistemas sociais comunicacionais autopoieticos.

Luhmann (2009), nesse sentido, ampara-se na Linguística para apontar o contrário:

Valendo-se de uma tradição da diferença, como a de Saussure, em relação à linguagem, não é difícil demonstrar que a comunicação produz as suas próprias diferenças que, para serem explicadas, não necessitam de outros âmbitos da realidade como o físico, o químico ou o orgânico. (Luhmann, 2009, p. 123)

Apesar de Maturana e Varela (2003) e Luhmann (1992, 2009) serem bases importantes para o nosso entendimento sobre autopoiese, ambos exploram uma lógica sistemista. Como já salientado, nesta pesquisa, este estudo busca ter uma abordagem ampla, holística e complexa da ciência, alinhado com a Esquizoanálise. Dessa forma, é importante entendermos também a visão de Guattari (1992) sobre o conceito de autopoiese.

Guattari (1992) afirma que a organização de uma máquina autopoietica não estaria ligada à sua materialidade, propondo pensarmos a ideia de autopoiese em função de entidades evolutivas, coletivas e que mantém relações de heterogeneidade com o cosmos, sem estarem limitadas a si mesmas. Através desse entendimento, as máquinas técnicas deixariam de ser alopoiéticas e se tornaram autopoieticas. Para explicar como isso de fato se aplica, o autor nos convida a pensarmos a autopoiese pelo ângulo da filogênese e da ontogênese.

Pensar a autopoiese através da filogênese das máquinas técnicas, segundo Guattari (1992), é entender que a autopoiese acontece através das linhas de virtualidade, que são passadas de uma máquina a outra, de geração em geração, deixando a anterior obsoleta. É importante lembrar que, no sentido filosófico, segundo Lévy (2010), o virtual é aquilo que existe como potência e não como materialidade. Por exemplo, um martelo que seguramos hoje, estaria ligado ao primeiro martelo de pedra desenvolvido pelo homem, pois, apesar de não ser a mesma peça, a autopoiese aconteceu através da evolução do potencial dessa ferramenta.

Em relação à visão ontogenética da autopoiese e das técnicas, o próprio Guattari (1992) aponta que o entendimento é mais complexo. De acordo com o teórico, a fabricação ou funcionamento de uma máquina nunca acontece sem falhas. Além disso, o desgaste, a entropia, assim como o seu ruído e o seu modo de operar, são elementos que garantem o carácter heterogêneo da máquina técnica. Tais elementos podem ser alterados em busca de uma padronização, mas a máquina não perde totalmente a sua identidade. Assim, uma máquina técnica também conservaria, mesmo que em poucos elementos, a sua heterogeneidade.

Dessa forma, esta pesquisa compreende a autopoiese como um conceito não limitado a uma visão sistêmica e material, como apontado por Guattari (1992). Além disso, assim como Luhmann (1992, 2009), este estudo entende a importância do papel central da comunicação, mas não para o desenvolvimento de sistemas sociais autopoieticos comunicacionais, mas sim para o acionamento do desejo que ocasiona novos acoplamentos, conforme Baptista (2015).

Baptista (2015), que pensa a autopoiese através de uma visão ecossistêmica complexa, aproximando o conceito também do turismo, entende que os sujeitos envolvidos no ecossistema turístico são autopoieticos, pois vivem constantes acoplamentos por conta do seu processo de desterritorialização. Essa ideia de autopoiese, está ligada à teoria de ecossistemas turístico-comunicacionais-subjetivos (Baptista, 2020), discutida no tópico anterior.

Além disso, é o alinhamento com a comunicação que aproxima as teorias de Baptista (2015, 2020) e de Gastal (2006), sobre o turista cidadão. Segundo Gastal (2006), a comunicação e a semiótica podem ser uma maneira de desvendar a cidade, desde que o sentido seja construído na forma de discursos, ou, como podemos chamar, de narrativas, que podem levar a novas vivências na cidade.

Poderíamos, então, pressupor que a comunicação tem um papel central no impulsionamento de narrativas que despertem o que Baptista (2015) chama de desejo de estar no Outro, após ocasionar aquilo que podemos considerar perturbações ou afetos. Essa narrativa pode ser encarada como uma forma de decodificar a cidade, ocasionando novos acoplamentos e fazendo com que os sujeitos criem novas relações com a cidade, como ressaltado por Gastal (2006). Ao compreendermos as interações desta forma, poderíamos aqui considerar que este é o modo como acontece a autopoiese do turismo cidadão.

4. ARTE URBANA E TECNOLOGIAS DIGITAIS PARA NOVAS ‘COM- VERSAÇÕES’

Para falarmos em arte urbana, primeiramente precisamos falar sobre as cidades e aquilo que as constitui. O urbano, com suas construções, ruas e pessoas, também é composto por elementos impalpáveis. Segundo a historiadora Pesavento (2007), uma cidade é também sensibilidade, “é objeto da produção de imagens e discursos que se colocam no lugar da materialidade e do social e os representam.” (Pesavento, 2007). Portanto, os sentidos, as emoções e todas as conexões possíveis entre pessoas e espaço são como uma amálgama que conecta o urbano ao campo sensível.

É por esse processo mental de abordagem que o espaço se transforma em lugar, ou seja, portador de um significado e de uma memória; que passamos a considerar uma cidade como metrópole, realidade urbana que, desde o seu surgimento, causou uma revolução na vida, no tempo e no espaço; que criamos as categorias de cidadão e de excluído para expressar as diferenças visíveis e perceptíveis no contexto urbano fazendo com que se

criem novas identidades a partir do gesto, do olhar e da palavra que qualifica; que falamos de progresso ou de atraso, que distinguimos o velho do antigo; que construímos a noção de patrimônio e instauramos ações de preservação, ou, em nome do moderno, que redesenhamos uma cidade, destruindo para renovar ([Pesavento, 2007](#), p.15).

É neste espaço físico, então, que surge a arte urbana. Tapumes, pavimento, empenas, muros e paredes viram suporte para traços, palavras e desenhos. Segundo Eckert e Rocha ([2016](#), p. 41), essa prática tem por propósito “atuar sobre a alma dos habitantes das grandes cidades através de suas imagens e suas linguagens visuais, tornando seus territórios únicos, diferenciados.”

No Brasil, as inscrições urbanas chegaram tímidas no final da década de 1960, ligadas aos movimentos de contracultura e como protestos à ditadura militar. Porém, com o passar dos anos, a prática se popularizou e, além de tomar o espaço urbano de maneira informal, também passou a ser utilizada em projetos de urbanismo. Outros países também utilizam esse recurso. Um dos exemplos é a comunidade de Las Palmitas, na cidade mexicana de Pachuca, que recebeu uma revitalização com grandes murais coloridos. O trabalho foi realizado pelo coletivo de arte Germen Crew e ficou conhecido pelas mudanças positivas nos índices de violência no local.

A arte urbana, então, tem se disseminado como parte importante do desenvolvimento das cidades. Segundo Campos ([2021](#)), são muitas as vantagens que surgem do incentivo à prática. Do ponto de vista macro, o autor aponta a regeneração urbana, o incentivo ao turismo, o branding das cidades e a democratização do acesso à arte. Já no micro, cita o desenvolvimento de certos territórios, a promoção da auto-estima dos residentes dos bairros, a participação e o empoderamento.

E é nesse contexto de participação e empoderamento que devemos falar sobre o direito à cidade, com base em Harvey ([2012](#)). Segundo o autor, esse direito vai muito além do acesso aos recursos urbanos. É o direito de mudança do indivíduo pela mudança da cidade.

Além disso, é um direito comum antes de individual já que esta transformação depende inevitavelmente do exercício de um poder coletivo de moldar o processo de urbanização. A liberdade de construir e reconstruir a cidade e a nós mesmos é, como procuro argumentar, um dos mais preciosos e negligenciados direitos humanos ([Harvey, 2012](#), p. 74).

A arte urbana utilizada como projeto de urbanismo, então, deve ser vista como uma mudança na cidade e, além disso, como uma mudança das subjetividades. A experiência de estar no espaço urbano ganha uma nova camada e é nesse contexto que podemos associar à ideia de que a cidade é um palimpsesto ([Pesavento, 2004](#)): camadas que se apagam e que se sobrepõem, e que, ao mesmo tempo, contribuem para a construção do todo.

Segundo Eckert e Rocha (2016), deixar-se afetar pelas artes de rua é atribuir novos sentidos aos espaços que antes eram indiferentes. Dessa forma, os projetos de urbanismo que adicionam uma camada de sensibilidade à cidade acabam por despertar afetos no turista cidadão (Gastal, 2006).

Esses afetos fazem com que o turista cidadão não só se movimente, mas esteja inclinado a compartilhar narrativas sobre as suas experiências, levando o conhecimento desses espaços urbanos a outros sujeitos. Espaços urbanos que, apesar de serem fixos, ganham fluidez nas tecnologias digitais que dão acesso ao ciberespaço, dentro daquilo que Lévy (2010) também denomina como ‘rede’. A rede ou ciberespaço é o meio de transmissão de informações interplanetário, que engloba a infraestrutura tecnológica, os dados armazenados neste espaço e a presença, interferências e interações humanas que ocorrem neste meio.

Kerckhove (2003) afirma que, através do ciberespaço, foi possível a criação de uma mente conectiva, já que o aparato das tecnologias digitais nos dão a possibilidade de projetarmos nossos pensamentos em um meio coletivo, antes mesmo de torná-los tangíveis. Kerckhove (1995) denomina essa possibilidade de psicotecnologias, que são definidas pelo potencial das tecnologias de amplificar o poder de nossas mentes.

Nesse contexto, Taufer (2020) considera que o avanço das tecnologias digitais acontece porque o ser humano está sempre buscando uma nova maneira de sentir/viver determinadas situações. A autora considera que, quando pensamos no turismo no contexto das tecnologias digitais, devemos entender que a ideia de deslocamento não ocorre em uma realidade espacial objetiva, mas também por outros meios. Assim, podemos entender que o movimento em direção ao destino desejado na atualidade se estende através dos bits dentro do espaço digital, encorajando novos fluxos.

Dessa forma, quando as narrativas comunicadas pelos sujeitos afetados, que visitam os espaços urbanos das cidades, modificados pela arte urbana, entram no ciberespaço, elas criam novas ‘conversações’, ou seja, aquilo Baptista (2021) chama de o ato de versar junto, descobrir o potencial e o real valor dos elementos presentes no ecossistema em que estamos envolvidos.

A narrativa, ao afetar os outros sujeitos do ciberespaço, dá início a uma série de interações que só são possíveis pela presença da linguagem, orientadas pelo que Maturana (1988) denomina coordenações comportamentais consensuais. No contexto digital, além de palavras, recursos como emojis e outros formatos de mídia, amparam a linguagem, possibilitando os sujeitos a darem “voltas” ao redor de um mesmo tema.

5. ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

Esta pesquisa usa como estratégia metodológica a Cartografia de Saberes (Baptista, 2014). A proposição de Baptista tem inspiração na Esquizoanálise, no que diz respeito à transposição da cartografia para a construção de estratégias de investigação. Para além do ambiente geográfico e material, Baptista (2014) nos convida, então, com a Cartografia de Saberes a ter uma visão holística sobre qualquer objeto de estudo, com o intuito de nos provocar para o acionamento de trilhas de investigação, para acompanharmos as mudanças que acontecem também no campo da subjetividade e nas tramas complexas dos fenômenos investigados.

Apesar de apresentar atributos que a qualifiquem diretamente para as necessidades de pesquisas qualitativas, a Cartografia de Saberes pode ser sim combinada com métodos quantitativos. A Cartografia de Saberes também não exclui ou substitui metodologias consagradas, pelo contrário, ela dá ao pesquisador a oportunidade de combinar diferentes dispositivos e procedimentos metodológicos para que as necessidades do objeto de pesquisa sejam contempladas da melhor forma.

Sendo assim, vale ressaltar que a Cartografia de Saberes é uma estratégia metodológica dividida em quatro trilhas, que são exploradas simultaneamente pelo pesquisador cartógrafo no processo de investigação, sendo elas: Saberes Pessoais, Saberes Teóricos, Usina de Produção e Dimensão Intuitiva da Pesquisa.

A trilha dos Saberes Pessoais é onde o pesquisador busca compreender como nasce o interesse pelo objeto pesquisado. É nela que o investigador também colhe pistas sobre o que já sabe sobre o assunto através das suas vivências. Nesta pesquisa, a trilha dos Saberes Pessoais se caracteriza pelas aproximações científicas e artísticas já existentes com o universo da comunicação, arte urbana e turismo que os autores têm, questão abordada na etapa introdutória desta pesquisa.

Na trilha dos Saberes Teóricos, o pesquisador realiza o levantamento bibliográfico sobre as teorias e assuntos que compõem o objeto de estudo, buscando na produção de outros autores embasamento para construir a sua pesquisa. Dessa forma, Pesavento (2007), Eckert e Rocha (2016) e Harvey (2012), foram utilizados como base para a discussão sobre arte urbana. Para abordar tecnologias digitais, as principais referências são as teorias de Lévy (2010) e Kerckhove (1995, 2003). O conceito de autopoiese leva em consideração o pensamento de Maturana e Varela (2003), Luhmann (1992, 2009), Guattari (1992) e Baptista (2015). Por fim, a abordagem sobre turismo orienta-se pelos conceitos de Baptista (2020), Moesch e Beni (2016) e Gastal (2006). Nessa trilha, há também a

discussão com outros pesquisadores em encontros, seminários e grupos de estudo para discutir tópicos relacionados à pesquisa. Nesta pesquisa, as discussões realizadas no Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese, foram cruciais para o entendimento de conceitos como autopoiese, desterritorialização, entre outros.

A trilha da Usina de Produção caracteriza-se pelas aproximações feitas pelo pesquisador com o campo de estudo. Essas aproximações podem se dar em diversos momentos da pesquisa, tanto para reconhecimento, como para coleta de dados. Nesta pesquisa, os investigadores fizeram aproximações em dois momentos. O primeiro, foi a partir de uma viagem a cidade de São Paulo, durante o mês de novembro de 2021, onde os pesquisadores puderam conhecer de perto o Minhocão em um final de semana, que são os dias em que o local é fechado para carros e aberto somente para pessoas e ciclistas. Nesta ocasião, os investigadores andaram por toda a extensão do elevador e registaram fotos das empenas dos prédios. Em um segundo momento, a aproximação se deu na pesquisa online, pelas redes sociais e pelo Google, onde foram verificadas menções ao local, assim como reportagens da repercussão em portais de imprensa, para a análise de conteúdo.

A trilha da Dimensão Intuitiva da Pesquisa caracteriza-se quando o investigador começa a vibrar junto com o objeto estudado, criando novas conexões e traçando novos caminhos a partir do referencial comentado. Nesta pesquisa, essa trilha foi importante para delimitação do campo, já que na viagem a São Paulo, um dos maiores centros de arte urbana do mundo, ainda não tínhamos o campo totalmente definido. Após o entendimento das potencialidades do Minhocão, outras fontes e discussões foram aparecendo sobre o lugar, dando corpo a esta pesquisa.

6. APROXIMAÇÕES E DISCUSSÕES

As aproximações realizadas na trilha da Usina de Produção com o campo deste estudo, sendo nesse caso, a Via Elevado João Goulart, também conhecido como Minhocão, se deram em dois momentos distintos. Em um primeiro momento, os investigadores fizeram uma viagem até a cidade de São Paulo, onde durante uma manhã inteira experienciaram, através de uma caminhada e de registros fotográficos, o ambiente propiciado pelas interações entre sujeitos que se exercitavam e os sujeitos que apreciavam a paisagem.

Esta visita se deu durante um sábado de manhã, já que o Minhocão fica totalmente fechado para veículos durante o final de semana, sendo totalmente destinado ao tráfego de ciclistas e

pedestres. Além do fechamento integral da via, durante o final de semana, a prefeitura também disponibiliza seguranças em alguns pontos junto com bancos de madeira, para que as pessoas possam sentar, ler, acessar dispositivos eletrônicos ou apenas apreciar os murais que compõem o trajeto da via, conforme figura 1:

Figura 1: Mural “Pindorama” feito pelo artista Rimon Guimarães.



Fonte: Foto tirada por Sara Fontana no Minhocão.

Percebe-se aqui que há a preocupação de fazer com que o sujeito turista cidadão não tenha uma experiência rápida e passageira. A estrutura disponibilizada busca simular algo parecido com o que seria uma experiência encontrada em um museu, onde obras complexas ou abstratas necessitam de tempo para a assimilação do sujeito que a observa. Nesse processo, o sujeito é estimulado a ‘conversar’, ou seja, como explicitado por Baptista (2021) e Maturana (1988), a ‘dar “voltas” – o sentido de conversar, para Maturana, dar voltas com - e a criar novos sentidos, através do linguajar que se estabelece com as obras ali expostas.

Outro ponto que se deve destacar é que há uma nítida diferença entre a experiência a pé e a de carro, nesta mesma via. Até às 20 horas, durante as segundas e sextas-feiras, o trânsito de veículos é liberado sobre a via. Os investigadores também tiveram a oportunidade de trilhar o Minhocão dentro de um veículo, fato que estimula a curiosidade sobre o local, mas ao mesmo tempo empobrece a experiência, pois muitos detalhes são perdidos no trajeto.

Dessa forma, a política pública que estabelece o fechamento do local durante os finais de semana e a mínima estrutura disponibilizada para que as pessoas se estabeleçam de forma segura e confortável no local, são cruciais para que os fluxos de turistas cidadãos criem novas narrativas a partir das ‘com-versações’ com o local. Assim entende-se que, além do estímulo de deslocar as pessoas para lugares que elas não conhecem da própria cidade, como ressaltado por Gastal (2006), para incentivar o turismo cidadão, é preciso fazer com que as pessoas tenham experiências diferentes nos lugares por onde passam cotidianamente.

Nesse processo, podemos perceber que há oportunidade de diversos acoplamentos. A experiência de passar de carro e, mesmo por poucos segundos, avistar um mural que contraste com a paisagem cinza da cidade, estimulando uma visão da cidade como suporte para intervenções artísticas urbanas. O estímulo dado à ocupação do lugar durante os finais de semana, a fim de fazer com que as pessoas vejam a via como uma possibilidade para o lazer ou para os exercícios físicos, também poderia vir a ser considerado como incentivo ao desejo de acoplar na experiência proposta, colaborando para que ocorra a autopoiese do turismo cidadão.

Além disso, é preciso enxergar que cada obra é um meio, que se conecta a uma mensagem explicitada semioticamente pelo seu autor. Na figura 1, apresentada anteriormente, vemos na obra “Pindorama” uma abordagem em relação às questões ambientais do Brasil, e a utilização de uma tinta que purifica o ar, para reforçar a narrativa do artista Rimon Guimarães.

Na figura 2, vemos a obra “algo sobre nós” pintada pelo artista Robinho Santana em colaboração com outros artistas, que busca abordar a importância do conhecimento, seja ele popular ou formal, na construção de uma sociedade justa e diversa. Destaca-se na imagem a figura da mulher negra, uma lavadeira, que, ao invés de carregar roupas em sua bacia, carrega uma pilha de livros. Outro elemento que podemos destacar, é o background da imagem, que contém uma tipografia que faz referência a uma identidade tipográfica muito presente nas pichações paulistanas, que comumente é marginalizada, mas que ganha outra interpretação nessa composição.

Figura 2: Mural “algo sobre nós” feito pelos artistas artists Robinho Santana, tek, lambão, Poter, bani, zoto.



Fonte: Foto tirada por Sara Fontana no Minhocão.

Ambos os exemplos mostram que as obras servem como acoplamento para reflexão de questões que podem não estar literalmente presentes naquele espaço. A obra urbana, mostra que pode ir além do seu encantamento emocional, provocado pelas suas grandes dimensões ou pelo contraste de suas cores. A obra urbana, nesse caso, serve também como um hiperlink que leva o sujeito a criar relações com o seu próprio repertório.

Assim, com o aparato das tecnologias digitais, a experiência do sujeito turista cidadão pode ser enriquecida em uma pesquisa sobre a obra em alguma página dos artistas ou com análise de veículos de imprensa ou pessoas que criaram novos pontos de vista sobre ela. O sujeito também pode ampliar o seu entendimento sobre a obra compartilhando com as pessoas próximas que têm o mesmo interesse ou com as pessoas com as quais venha interagir, em suas páginas em redes sociais na Internet.

Aqui nos conectamos com o segundo momento da nossa aproximação, também realizada na trilha da Usina de Produção. Neste estágio do percurso, o que nos interessava saber era como as narrativas relacionadas ao Minhocão se expandem através do rizoma informacional suportado e acessado pelas tecnologias digitais. Olhando para o buscador Google, da empresa Alphabet, que detém mais de 90% das buscas feitas por usuários na Internet, vemos que o interesse em termos relacionados ao Minhocão tiveram vários picos de busca, durante últimos 12 meses, período que equivale de 5 de janeiro de 2021, a 5 de janeiro de 2022.

No gráfico da figura 3, vemos a escala de interesse que avalia termos pesquisados no histórico do buscador Google, da ferramenta denominada Google Trends, mostra que em uma escala de 0 a 100, o interesse pelos termos “minhocao” e “Via Elevado Presidente João Goulart” em pesquisas realizadas dentro da cidade de São Paulo.

Figura 3: Gráfico de pesquisa de interesse em relação a termos ligados ao Minhocão no Google Trends.



Fonte: Gráfico gerado com o Google Trends.

Ao digitarmos “minhocao” no Google em uma busca anônima, perguntas como “Qual o horário de funcionamento do Minhocão?”, “O que fazer com o Minhocão?”, “Que horas fecha o elevado durante a semana?”, “Onde fica o Minhocão?” e “Onde estacionar para ir ao Minhocao?”, aparecem como sugestão do que as pessoas perguntam quando buscam o termo.

Na rede social Instagram, plataforma que nasceu em 2012 com o objetivo de ser um dos principais repositórios de fotos e narrativas visuais da Internet, que conta com mais de 110 milhões de usuários só no Brasil, encontramos milhares de fotos relacionadas à tag #minhocao e suas

derivações. Através dessas tags, os sujeitos compartilham suas interações com o espaço e com os murais presentes durante o trajeto da via.

Para entendermos como as narrativas oriundas das com-versações relacionadas ao Minhocão criam acoplamentos através das tecnologias digitais, observamos uma postagem relacionada ao Minhocão, feita pelo jornal O Estado de S. Paulo em novembro de 2021. O jornal, também conhecido como O Estadão, é um dos maiores veículos multiplataforma do Brasil. Na postagem, o jornal, conforme figura 4, destaca que a via se tornou uma galeria de arte a céu aberto com 42 obras finalizadas e em andamento, apresentando também os idealizadores.

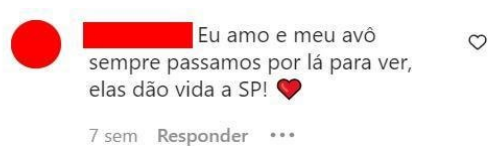
Figura 4: O Estadão destaca o Minhocão como uma galeria de arte a céu aberto.



Fonte: Postagem no Instagram pelo jornal O Estadão sobre Minhocão.

Nos mais de 200 comentários gerados por leitores e seguidores do jornal, vemos em sua maioria, reações positivas em relação à experiência que a via propõe em seu conjunto de invenções artísticas. Na figura 5, podemos ver um comentário, feito na postagem do jornal, onde um usuário conta que o gosto por observar os murais é algo que ela compartilha recorrentemente com o seu avô, criando uma nova visão sobre a cidade de São Paulo.

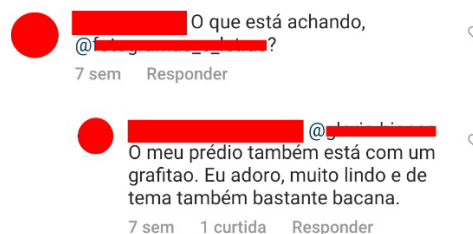
Figura 5: Comentário no post do O Estadão sobre o Minhocão.



Fonte: Perfil do jornal O Estadão no Instagram.

Em uma pequena conversa entre os comentários da postagem, conforme figura 6, uma usuária pergunta a outra, que supostamente mora em um dos prédios que as intervenções artísticas foram realizadas, qual a sua opinião sobre o projeto. A usuária questionada afirma ver a iniciativa com bons olhos, principalmente, porque se identifica com a temática do grafite que está na empena do seu prédio.

Figura 6: Conversa entre usuários na postagem do O Estadão sobre o Minhocão.



Fonte: Perfil do jornal O Estadão no Instagram.

Por último, outra pequena conversa entre usuárias que é interessante destacar, se visualizarmos a figura 7, é de uma usuária chamando outras duas para irem até o local, considerando este um programa turístico. Dando uma amostra do potencial da comunicação em criar novos fluxos dentro cidades, conforme Gastal (2006), despertando o desejo dos sujeitos em de estarem no Outro, de acordo com Baptista (2015).

Figura 7: Conversa entre usuários na postagem do O Estadão sobre o Minhocão.



Fonte: Perfil do jornal O Estadão no Instagram.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa, que tem como objeto de estudo arte urbana e tecnologias digitais para reinvenção autopoietica do turismo. Além disso, esse estudo teve como objetivo geral refletir como a combinação arte urbana e tecnologias digitais pode contribuir para a reinvenção da autopoiese do turismo cidadão.

Assim, de acordo com os objetivos específicos, essa investigação discutiu o conceito de autopoiese em relação ao turismo, onde foi possível pressupor, com base em Baptista (2015) e Gastal (2006), que a autopoiese acontece no turismo a partir das narrativas impulsionadas pela comunicação, que criam perturbações e afetos nos sujeitos, despertando o desejo de estar no Outro. Essas narrativas impulsionadas pela comunicação ajudam os sujeitos a decodificar a cidade e a encontrarem novas possibilidades de acoplamentos.

Este estudo também discutiu a relação entre arte urbana e as tecnologias digitais com o turismo, onde foi possível encontrar fatores que sinalizam que as intervenções de arte urbana ajudam a criar narrativas que resultam em novas com-versações sobre o espaço urbano. Essas com-versações estimulam também novos acoplamentos do sujeito turista cidadão, tirando-o da sua usual rotina.

Por fim, é importante ressaltar que outros fatores além da arte urbana podem impulsionar novas narrativas, que levem a formação de novos fluxos em meio aos fixos dos centros urbanos. Mesmo assim, fica evidente, que no curto, médio e longo prazo, a arte urbana como mostra no exemplo do Minhocão, assim como em outros pontos de São Paulo e no Brasil, tem tido uma capacidade de arrebatamento e encantamento significativa, no que tange o processo de estimular as pessoas a ocuparem os espaços urbanos. Neste momento, a arte urbana pode ser uma forte aliada na resignificação desses espaços, e precisa ser olhada com atenção, já que o fomento do turismo local tem se mostrado uma porta para o futuro do turismo pós Covid-19.

FUNDING: The authors did not receive any external funding.

CONFLICT OF INTEREST: The authors declare no conflict of interest.

REFERÊNCIAS

- Baptista, M. L. C. (2014). Cartografia de saberes na pesquisa em Turismo: proposições metodológicas para uma Ciência em Mutação. *Rosa dos Ventos*, 6(3), 342-355. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473547041003>
- Baptista, M. L. C. (2015). Caosmose, desterritorialização e amorosidade na comunicação. *Questões Transversais*, 2(4), 98-115. <http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/9625>
- Baptista, M. L. C. (2020). “Amar la trama más que el desenlace!”: Reflexões sobre as proposições Trama Ecosistêmica da Ciência, Cartografia dos Saberes e Matrizes Rizomáticas, na pesquisa em Turismo. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 8, 41-64. DOI: <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2020v8n1ID18989>
- Baptista, M. L. C. (2021). O Averso do Turismo como proposição de Sinalizadores para o Futuro: Reflexões ecosistêmicas sobre entrelaçamentos e processualidades do avesso das desterritorializações turísticas em seus saberes e fazeres. *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 9(3), 258–271. DOI: <https://doi.org/10.26512/revistacenario.v9i3.34894>
- Campos, R. (2021). Poder local, arte urbana e festivalização da cultura. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, (125), 53-76. DOI: <https://doi.org/10.4000/rccs.12000>
- Gastal, S. (2006). [Turista cidadão: uma contribuição ao estudo da cidadania no Brasil](#). In *XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação–UnB–Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*.
- Guattari, F. (1992). *Caosmose*. Editora 34.
- Haesbaert, R., & Bruce, G. (2002). A desterritorialização na obra de Deleuze e Guattari. *GEOgraphia*, 4(7), 7-22. DOI: <https://doi.org/10.22409/GEOgraphia2002.v4i7.a13419>
- Harvey, D. (2012). O direito à cidade. *Lutas sociais*, (29), 73-89. DOI: <https://doi.org/10.23925/ls.v0i29.18497>
- Kerckhove, D. (1997). *A pele da cultura*. Relógio d'água.
- Kerckhove, D. (2003). A arquitetura da inteligência: interfaces do corpo, da mente e do mundo. In: D. Domingues (Ed.), *Arte e vida no século XXI-tecnologia, ciência e criatividade* (pp. 15-26). Editora UNESP.
- Lévy, P. (2010). *Cibercultura*. Editora 34.
- Luhmann, N. (1992). “What is communication?”. *Communication theory*, 2(3), 251-259.
- Luhmann, N. (2009). *Introdução a teoria dos sistemas sociais*. Editora Vozes.
- Maturana, H. (1988). Ontología del conversar. *Revista Terapia Psicológica*, (10), 1-14.

- Maturana, H., & Varela, F. (2003). *De máquinas y seres vivos: autopoiesis, la organización de lo vivo*. Editorial Universitaria. (Original work published 1973)
- Moesch, M., & Beni, M. C. (2016). Do discurso sobre a ciência do turismo para a ciência do turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (25), 9-30. DOI: <https://doi.org/10.34624/rtd.v0i25.10857>
- Pesavento, S. J. (2004). Com os olhos no passado: a cidade como palimpsesto. *Esboços: histórias em contextos globais*, 11(11), 25-30. Available at: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/esbocos/article/view/334>
- Pesavento, S. J. (2007). Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. *Revista Brasileira de História*, 27(53), 11-23. Available at: <https://www.redalyc.org/pdf/263/26305302.pdf>
- Rocha, A. L. C. y Eckert, C. (2016). Arte de rua, estética urbana: relato de uma experiência sensível em metrópole contemporânea. *Revista de Ciências Sociais*, 47(1), 25-48. <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/21198>
- Rolnik, S. (2018). *Esferas da insurreição: notas para uma vida não cafetinada*. N-1 edições.
- Taufer, L. (2020). Turismo, realidade virtual experiência turística: aproximações reflexivas. [Master's thesis, Universidade de Caxias do Sul]. Repositório Institucional. <https://repositorio.ucs.br/11338/6782>
- Volpato, B. (2021, Agu 24). Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2021, com insights e materiais gratuitos. RD Station. Available at: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>

Sobre os Autores:

Picinini RUDINEI - Estudante de mestrado em Turismo e Hospitalidade (UCS / Bolsa CAPES-PROSUC). MBA em Gestão Empresarial (UCS). MBA em Big Data e Inteligência Competitiva (Uniamérica). Bacharel em Comunicação Social - Publicidade (UCS). Pesquisador do Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese Amorcomtur! (CNPq-UCS).

Sara FONTANA - Atriz e bacharel em Jornalismo (UCS). Estudante de especialização em Produção Audiovisual Multiplataforma (UniRitter).

Maria Luiza Cardinale Baptista - Pós-doutora em Sociedade e Cultura da Amazônia (PPGSCA-UFAM). Doutora em Ciências da Comunicação, pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Professora e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS (Brasil). Editora da Revista Conexão – Comunicação e Cultura.