

## A cidade como interface: um espaço de interação para as mulheres

Renata Svizzero Fakhoury<sup>(1)</sup> y  
Denis Porto Renó<sup>(2)</sup>

---

**Resumo:** Para entender as consequências concernentes dos usos das cidades e do seu planejamento urbano é necessária uma leitura social e cultural, na qual o espaço público se apresenta como linguagem e meio de comunicação midiática perante as ações ocorridas na sociedade, tornando-se porta-voz da expressão de seus indivíduos. Através de uma pesquisa de caráter exploratório, objetiva-se por meio de análises entre o contexto dos espaços da cidade e sua ocupação, entender como suas narrativas imagéticas permitem que os meios de comunicação urbana e suas práticas, incluam diferentes percepções e grupos a locais públicos, direcionando o estudo a partir de pontos fundamentais com os resultados apresentados. Conclui-se que a cidade como interface, pode resultar em uma evolução derivada de transformações nos valores que fundamentam o estilo de vida e as expressões da civilização urbana frente à igualdade genuína, principalmente visando a equidade de gênero.

**Palavras-chave:** Imagem visual - Narrativas imagéticas - Espaços urbanos – Mulheres

[Resúmenes en castellano y en inglés en la página 35]

---

<sup>(1)</sup> **Renata Svizzero Fakhoury** es Graduada en Arquitectura y Urbanismo por la Universidade Paulista (UNIP) y Magíster en Medios y Tecnología por la Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Actualmente es estudiante de doctorado en el Programa de Posgrado en Comunicación de la misma institución, por la línea de investigación en Producción de Sentido en los Medios de Comunicación. Cuenta con financiamiento de la CAPES (proceso N°88887.673468/2022-00). Actúa como profesora becada en el Departamento de Comunicación Social (DCSO) de la FAAC-UNESP Bauru desde 2018 y en el Departamento de Ciencias Humanas (DCHU) de la FAAC-UNESP Bauru desde 2024. Investigadora vinculada al Chrome Photo/GENEM (Grupo de Estudos sobre a Nova Ecologia dos Meios) Universidade Estadual Paulista (UNESP). Coordinadora de Panel en el Congreso Internacional Media Ecology and Image Studies–MEISTUDIES. Parcerista para la Revista Eco-Pós, una publicación de PPGCOM/UFRJ, desde 2023. Tiene experiencia en el área de Arquitectura, Urbanismo y Comunicación, con énfasis en Imagen Visual y Comunicación Urbana. r.fakhoury@unesp.br

<sup>(2)</sup> **Denis Porto Renó** es Periodista y fotógrafo luso-brasileño, Investigador Productividad CNPq, nivel 2, es libre-docente en Ecología de los Medios y Periodismo Imagético por

la Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru, y Doctor en Comunicación Social por la Universidad Metodista de São Paulo (Brasil). Ha desarrollado postdoctorado sobre Periodismo Transmedia en la Universidad Complutense de Madrid (España), postdoctorado sobre Interfaces interactivas para el periodismo transmedia en dispositivos móviles en la Universidad de Aveiro (Portugal) y postdoctorado sobre Territorios, Redes de Innovación y comunicación en la misma universidad. Actúa como profesor asociado del programa de pregrado en Periodismo y en el postgrado (maestría y doctorado) en Comunicación de la Universidade Estadual Paulista (UNESP). Es director académico de la Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia. Ha publicado más de 130 artículos en revistas indexadas y 150 libros y/o capítulos de libros en portugués, español, inglés y polaco. Ha sido conferencista en Brasil, Argentina, Chile, Perú, Ecuador, Colombia, México, Estados Unidos, Canadá, Portugal, España, Países Bajos, Italia, y Polonia, a través de conferencias sobre fotografía, comunicación, periodismo, cine documental, estética visual y narrativas transmedia. [denis.reno@unesp.br](mailto:denis.reno@unesp.br)

## Introdução

A cidade se coloca como protagonista nas experiências sensíveis nos espaços urbanos, e são suas relações afetivas com as pessoas, as reações que estes ambientes provocam em cada uma dessas vidas, que fazem com que as linguagens da arte e da comunicação urbana proporcionem um novo valor ao seu uso. Importantes no contexto das cidades, a diversidade e o modo como os indivíduos respondem às resistências urbanas são, portanto, necessários para compreender de que formas as dinâmicas da cidade e seus espaços podem ser transformados por sua imagem visual.

Apesar dos avanços sociais e da, não tão crescente, aceitação da mulher nos últimos anos, para a maioria ainda é difícil encontrar uma narrativa que não seja machista e que não resulte em desacordo, exclusão social e violência na cidade. No entanto, e mais do que nunca, hoje a necessidade das mulheres é de que hajam locais em que estas possam reivindicar e existir sem medo, especialmente em espaços públicos (LabCidade, 2019; Fakhoury, 2020; Rolnik, 2023).

No tocante à delimitação dos temas abordados, é indispensável esclarecer que aqui se abrange como foco as mulheres, considerando as identidades de gênero cisgênero e transgênero, independentemente da sua orientação sexual. Portanto, consideramos como mulheres aquelas que têm em sua identidade o reconhecimento de si como mulheres.

De acordo com um estudo que aborda as perspectivas de desenvolvimento humano baseado nas necessidades de transformações para a desigualdade de gênero, o PNUD [Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento] afirma que cerca de 90% da população mundial têm algum tipo de preconceito contra mulheres. Ressalta-se aqui que esta análise foi feita tanto com homens quanto com mulheres e em 75 países que correspondem a 81% da população mundial (UNDP, 2020).

Locais que não necessitam se identificar como seguros para os indivíduos tornam-se interfaces que através de componentes gráficos e visuais, possibilitam uma nova forma de comunicação e interação com seus usuários (Scolari, 2018). Assim, a cidade baseada nas representações visuais transmite informações para as mulheres, que não precisam de instruções, mas facilmente interpretam intrinsecamente o tipo das novas perspectivas ali encontradas.

As mudanças constantes no urbano produzem uma imagem, uma comunicação urbana, que passa a ter a própria cidade como suporte, sintetizado pela produção arquitetônica que se torna diferentemente visível e vivida pela estética artística que a compõe. Em um espaço no qual a mulher é invisibilizada, não “vivendo a mesma cidade”, a arte urbana se torna capaz de construir inclusão e cidadania, criando encontros e descrevendo a cidade e seus usos (LabCidade, 2019).

Transformar um preconceito profundamente enraizado pode ser possível com a utilização da cidade como local de indagações. As imagens que conectam a cidade com as mulheres se afirmam além da interpretação binária, pluralizando o meio ao modificar o modo como ele é interpretado. Assim, a observação é modificada pela presença, que se expande pelos espaços da cidade e, portanto, a cidade como uma interface pode resultar em uma evolução advinda de transformações de valores que fundamentam o estilo de vida e nas expressões da civilização urbana contra a igualdade genuína (Canevacci, 2018; Castells, 2020).

Não são apenas os muros da cidade que servem como telas para captar a atenção e revelarem mensagens culturais e sociais. São diversos os suportes que permitem à cidade a visibilidade necessária para alterar a forma como seus espaços são utilizados. Mas, ainda que a cidade seja formada por diversas partes que a compõem, seus espaços públicos são pertencentes ao coletivo? Esta é uma questão de resistência e uso que caminha junto com a ressignificação desses locais e de suas ruas por intermédio da comunicação urbana e da relação com o outro.

## **Comunicação Urbana: identidades e diálogos na cidade**

Sendo a cidade, talvez, o produto cultural mais complexo, é impossível pensar de forma contemporânea em qualquer abordagem que não envolva um conjunto de saberes para explicar o que ocorre com o espaço urbano. Desta forma, as cidades são lugares propícios para o estudo de certas práticas culturais, a construção e validação de tendências teóricas e opções metodológicas de investigação de diversas disciplinas. No viés da comunicação, que aborda processos de produção, circulação, percepção e o uso de significados, o ambiente urbano privilegia estas questões pela forma como expressam essas significações em seu contexto, permeando diferentes processos (Pereira, 1995; Nava, *et al.*, 2020).

De acordo com Augé (2012), é sempre da vida social que se trata quando mudam os modos de agrupamento, quando existem novos objetos, pois toda representação do indivíduo é, necessariamente, uma representação do vínculo social que lhe é consubstancial. É necessário que reaprendamos a pensar no espaço, nas novas transformações do mundo contemporâneo, nos novos princípios de identidade das pessoas e de identidade do lugar.

Assim, o olhar deve se voltar em atenção às mudanças que afetaram as grandes categorias por meio das quais os seres humanos pensam sua identidade e suas relações recíprocas. Um dos campos de estudo que tem fomentado as perspectivas da comunicação para o desenvolvimento, é aquele que busca compreender os fenômenos que ocorrem na relação entre a comunicação, a cultura e a cidade, tendo como objeto de campo uma reflexão que prioriza a compreensão das dinâmicas comunicacionais e culturais típicas do ambiente urbano. Buscam-se pistas para entender a realidade, visando principalmente os significados presentes nas ações e interações humanas (Martino, 2018; Montoya-Gallego, 2018). O estudo da cidade a partir do campo da comunicação não é uma área de investigação nova, mas sim recente, remontando ao início dos anos noventa. Até então, a comunicação centrava-se na investigação sobre os meios de comunicação e os impactos ideológicos da informação e, graças à expansão do seu campo de estudo, a cidade como espaço de comunicação surge como objeto. Começou-se a entender que o urbano influenciava os grupos humanos de muitas maneiras, sendo este o espaço ideal para compreender os modos de simbolização, as formas sociais de produção e o uso de significados coletivos (Montoya-Gallego, 2018). Neste sentido, a partir de uma nova abordagem, a cidade passou a ser estudada por outras perspectivas, tornando-se, conforme cita Pereira (1995), lugar inigualável para compreender as dinâmicas da cultura, os seus vários modos de expressão, produção e usos sociais e visuais da comunicação, reconhecendo os espaços e suas características mediante sua comunicação urbana, por sua narrativa, e não por onde ele se localiza geograficamente apenas.

Lugar de exibição e de visibilidades, a cidade é responsável pela circulação, produção e consumo de imagens, oferecendo condições que favorecem a criação de uma cultura marcada pelas propriedades de um suporte visual, alimentado e constituído a partir dos estilos de vida urbano e das outras diversidades que se expressam na superfície da cidade. Esta cultura visual urbana é construída por um cenário repleto de informações, na qual a cidade é um discurso (Campos, 2011).

Tendo a referência de identidade de um espaço como elemento fundamental na compreensão da imagem do ambiente, estes suportes comunicativos devem demonstrar outras existências, onde os indivíduos serão canais empregues na própria construção do espaço urbano. Desta forma, organizada como cenário, esta imagem tem sua funcionalidade clara quando se propõe em informar e diferenciar com clareza seus locais a partir desta identificação, exprimindo os próprios conteúdos conflituais e a quebra de uma padronização. A diversidade sociocultural dos modos de ser e agir às demandas de uma cidade, fortalece as iniciativas nas resoluções de problemas coletivos manifestados pelo espaço público. Considerada como um discurso, a comunicação urbana atua como intermediadora entre o cidadão e o espaço, tornando-se responsável pelo desejo do querer permanecer e estar naquele local. Isso traz legibilidade não só à imagem do lugar, mas do outro, que passa a ter uma nova relação com o espaço e com sua própria identidade do ser público.

Considerada como suporte, a imagem urbana se utiliza dos aparatos da cidade para se comunicar com um grupo mais amplo de pessoas que, ao transformar o caminho do cidadão, se coloca em campo como realidade que modifica o próprio andar do pedestre. Desta forma, a diversidade das identidades e das expressões de gênero produzem socialização, além de novos meios expressivos.

Andar a cidade significa lidar com o enfrentamento de mundos contraditórios e antagônicos, cravados em uma só realidade, que despertam sensações e percepções múltiplas. Conforme Zuanon, *et al.* (2020), as diversas modalidades de comunicação urbana se justapõem à visualidade das fachadas arquitetônicas, impactando o sentido de localização no espaço urbano, considerando-o como um sentido de referência, prática que estabelece os lugares e representa os espaços, afetando simbolicamente a compreensão e o uso destes como favoráveis ou não.

A cidade constitui, principalmente para as mulheres, em particular, um espaço de oportunidades para o desenvolvimento de sua cidadania e de sua autonomia (Organización de las Naciones Unidas [ONU] Mujeres, 2020). O espaço público e a rua, se tornam locais de resistência e têm em si a arte urbana como construtora e reconstrutora da paisagem e do uso desses locais (*Ver Figura 1*). É a partir da transmissão de valores sociais e culturais que a imagem urbana se torna instrumento para o desenvolvimento do processo de inclusão e construção ideológica dos espaços da cidade (Goes, 2021).



**Figura 1.** Muro em intervenção na cidade de Montevideo, Uruguay (Fonte: [ONU] Mujeres, 2020, p. 9).

Segundo Torres (2019), a presença das mulheres nos ambientes da cidade supõe a existência de outras formas de vivências, responsável por configurar diferentes protocolos de leitura nas cidades, como a legibilidade da paisagem urbana e seus meios de expressão. Essa presença nos espaços estabelece uma possibilidade de ruptura com a invisibilidade gerida por essas práticas visuais, questionando o modo com as mulheres nunca puderam se apropriar do espaço público.

Para que seja possível compreender como alterar a vivência das mulheres na cidade é necessário a busca de dados interseccionais não mais explicados exclusivamente a partir da chave da classe social e econômica (LabCidade, 2019). De acordo com a [ONU] Mujeres (2020) as mulheres temem ser objeto de distintas formas de violência nos espaços públicos. Desta forma, as violações do seu direito que ocorrem nas ruas, calçadas, nos parques, espaços e em suas intermediações, impedem o exercício do direito de liberdade das mulheres a uma mobilidade autônoma, assim como limitam a sua participação na sociedade e em sua vida pública. Esses obstáculos interveem no acesso a serviços essenciais e na possibilidade de desfrute desses espaços, repercutindo negativamente no seu bem-estar.

Para Rolnik (2023), as

“mulheres de todo o mundo hoje lutam [...] por um urbanismo feminino e feminista, capaz de refazer este modelo excludente de cidade – que impõe o medo como experiência –, rumo à cidade do cuidado e do acolhimento e da liberdade dos corpos em movimento”.

Isto porque, um espaço público atribuído de representatividade permite não só apresentar algo de forma imagética instituído materialmente, mas impacta também sobre o comportamento e vivência do indivíduo em relação ao seu contexto e realidade, produzindo novas narrativas entre as identidades e o espaço, bem como novas práticas de deslocamento. Portanto, mudanças paradoxais ocasionadas no ambiente urbano recorrem às linguagens de direito e liberdade, revelando um prazer pela livre circulação e vivência pela cidade, sendo a igualdade e a cidadania, geradas por essas articulações, marcadas por modificações nas relações e nos espaços nos quais estas se manifestam e se reproduzem.

Martín-Barbero (2010) reforça que essas identidades podem ser reconfiguradas idealizando transformações estruturais que se tornam produtoras de estilos e valores de espaços de pertencimento, capazes de ressignificar as práticas cotidianas e as condições de vida das pessoas. A arte de rua está particularmente relacionada com a realidade através dos espaços inesperados em que se realiza e se reconhece, na qual o próprio espaço (conquistado ou não), torna-se parte da obra urbana, inventando assim novos modos de sentir o espaço ao socializar e aproximar as pessoas, que se tornam de vez, parte da cidade.

Reconhecer a imagem urbana como uma forma de apropriação do espaço público traz potência à visibilidade das mulheres na cidade, sendo para Torres (2019) uma estratégia de reconquista da cidade e de sua paisagem, além de um reposicionamento sobre o imaginário urbano. Portanto, o espaço que a imagem urbana representa na rua, seja por meio da arte ou outro veículo de comunicação urbana, atribui novas determinações à noção de valorização do espaço urbano. A ocupação pela imagem torna possível então, a relação com quem está na rua, com os cidadãos, habitantes e transeuntes da cidade, que passam a se apropriar de suas paisagens.

Sistema de informação e suporte de mediação, a imagem visual e as diferentes representações de uma comunicação urbana, são meios que possibilitam a experiência urbana e um entendimento narrativo dos espaços. De acordo com Martín-Barbero (2010), a comunicação como dimensão construtiva da cultura só se materializa quando é capaz de intercambiar e interagir com outras identidades culturais. A cidade tem uma capacidade

que faz dela significante “sob a forma de significações, na forma da simultaneidade e dos encontros, na forma enfim de uma linguagem e uma escrita urbana, são ordens aquilo que a cidade transmite” (Lefebvre, 2019, p. 68).

## A cidade como discurso e a cidade como interface

O urbano se realiza e se exprime definido por cidadãos para quem a cidade e sua própria vida cotidiana ali tornam-se obra, apropriação e valor de uso. Conforme afirmam Lefebvre (2015) e Castells (2020), a compreensão da realidade e suas transformações definem a urbanização como um processo, e não o contrário. Sendo assim, não podemos dizer que é apenas o espaço em si que produz a sociabilidade, mas principalmente a sua dialética, através de suas relações sociais, interação e comunicação.

Nos comunicamos “através de instrumentos e canais plurais” (Eckert, 2019, p. 9), que repercutem coletivamente, materializam e partilham pensamentos e imagens. Estabelecem-se significados que passam por tipos e meios de linguagens distintos. São condições de produção na paisagem urbana que, a partir da análise do discurso produzido e sua relação com a cena urbana, contribuem para a compreensão das condições existentes no contexto real das cidades contemporâneas (Mendonça, 2020). Desta forma, essas referências tornam a paisagem urbana, ao mesmo tempo, meio e mensagem (*Ver Figura 2*).

De tal modo, “[...] as práticas urbanas inovadoras que hoje estampam suas marcas na cidade refletem com precisão em que medida a democratização possibilitou uma mudança abrangente em aspectos implícitos da configuração anterior de desigualdade” (Caldeira, 2012, p. 387). A arte que começou como um meio de comunicação nas paredes das cavernas, hoje tem outra repercussão coletiva ao atingir um grupo mais vasto por intermédio de muros e empenas, sendo um dos vetores de modificação urbana das cidades com a comunicação urbana (Júnior, 2018; Eckert, 2019).



**Figura 2.**  
Placa de sinalização  
com intervenção  
para mostrar a  
segregação de gênero  
nas iconografias da  
cidade (Fonte: Col-  
lectiu Punto 6, 2016,  
p. 51).

As diversas formas de comunicação e arte urbana sobre a cidade buscam tornar visíveis a vida na cidade. A ideia não é só intervir no urbano, mas sim, construir uma cidade com uma organização de imagens ou uma imagem maior que se situe entre a realidade deste espaço, a experiência deles e a ideia que os habitantes têm. Apropriando-se do espaço, Sarlo (2014) e Wahba (2019) apontam que as linguagens trazem vitalidade e transcendem a estrutura da cidade, revelando um novo planejamento e um novo uso. O trabalho significativo do suporte do material é, portanto, o uso do espaço enquanto meio de relações, em seus diversos níveis de produção e interpretação, evidenciando a diversidade da linguagem urbana na transmissão de sentido do espaço público por meio de diversas formas de imagens visuais e comunicacionais urbanas.

Sobrepondo-se na cena urbana, essas produções ocupam o espaço público por excelência, “marcam presença nas ruas, pelas cores, imagens e palavras, que são grafitadas nos muros, na arquitetura, na cena urbana, e que revelam a elas próprias no transitar pelo espaço público, afirmando uma existência vivida, material-discursivamente experienciada” (Mendonça, 2020, p. 13).

Forma-se, assim, um novo panorama da cidade como campo de experiência, que tem no espaço humano a síntese, sempre provisória e sempre renovada, das contradições e da dialética social. As ações comunicacionais são, então, processos de interação que criam sociabilidade entre os indivíduos que compartilham o mesmo espaço e suas experiências, enriquecendo o cotidiano dos usuários de novas dimensões e contextos urbanos.

Essas imagens, provenientes da comunicação urbana, ocupam não apenas um lugar no espaço, mas também são lugares em si, pois abrem ao seu redor e a partir de si mesmas uma região de encontro. Do que fala então a imagem na palavra espaço? Produtora do sentimento de pertencimento e geradora de um contato afetivo profundo, a cidade representa o seu coletivo, o qual exige intervenção e recuperação dos espaços que são propícios ao encontro, configurados por manifestações comunicacionais e imagéticas, visuais e midiáticas, que em suas diversas formas e práticas inovadoras, produzem estímulos afetivos com o urbano e o vínculo entre pessoas e territórios.

É retirando as divisas dos territórios que se reconstroem as identidades. Organizar o espaço se constitui em lugar de sentido para aqueles que o habitam e de compreensão para quem observa e transita. São assim, lugares cuja análise se cabe em sua intenção, pois, foram investidos de sentido, se pretendendo como identitários e relacionais, a depender de sua necessidade social e espacial (Augé, 2012).

Quais são as interações da imagem urbana com o mundo contemporâneo e midiático? A partir da comunicação visual, linguagem tão ampla em práticas diversas, a cidade é, ao mesmo tempo, suporte, imersão, espaço e experiência, tanto para as identidades quanto para a autoimagem. Pelo intermédio das linguagens urbanas, é possível traduzir ou expandir os sentidos da cidade e as diversas formas de ocupação dos espaços no cotidiano. Assim como nos lembra Diógenes (2015), quanto mais se tenta estabelecer fronteiras, divisas e binarismos, mais a comunicação urbana e a visualidade da cidade como uma interface, como um suporte, constitui-se de propriedade para operar sentido a uma confluência aparentemente contraditória da convivência vantajosa entre duplos.

Narradas socialmente, as diversidades podem assim, expressar as múltiplas possibilidades das experiências, coexistindo entre códigos e percepções. A comunicação pode ser pensa-

da então como uma dimensão constitutiva do espaço público, articulando interesses em comum e promovendo uma interação comunicativa e heterogênea, com discursos plurais, gerando sentimento de pertença aos seus membros (Bonin, 2019).

Segundo Lefebvre (2015, p. 55) “a cidade é uma mediação entre as mediações”, é o local da sua própria mediação. Desta forma, a cidade se transforma em vários suportes, onde cada um dos seus espaços conta como um cenário. Ela é, de acordo com o autor, escrita e prescrita ao significado para estipular e ordenar o uso, a fruição e a beleza dos locais de encontro. No decorrer da sua construção, a cidade pode ser então, interpretada e reescrita, simultaneamente, durante as relações dos cidadãos com seus espaços.

### **Mediação: entre fluxos, circulação e uso**

De acordo com Caldeira (2012), a cidade só existe para quem por ela pode se movimentar. A ideia é que os fluxos aconteçam não somente nas ruas da cidade, mas em todos os seus outros espaços, o que Castells (2020) denomina de “novas modalidades de circulação”. Quando a cidade adquire as condições de mediadora dos fluxos de troca com seus espaços, há uma exposição e um impacto na circulação dos usos. A imagem urbana concebe assim, um uso amplo da cidade como mídia, desenvolvendo também um olhar apurado para o aproveitamento destes espaços e de seus entornos (Wahba, 2019). Este tipo de manifesto urbano afirma o desejo de percorrer a cidade por todas as suas direções e de usar todos os seus espaços em uma nova dinâmica da vida social e espacial (Caldeira, 2012).

São esses fluxos, são as trocas, que irão romper a ineleabilidade do urbano. Apenas considerar o fluxo como um ato de passagem, de percurso, torna o uso dos espaços habitual, ocasionando ineleável o espaço urbano, inibindo sua leitura. Portanto, a comunicação urbana é mais que um modo de interação e expressão, constituindo-se em uma maneira de produzir a cidade. E não se trata dos seus diversos tipos de participação na visualidade da cidade, pois a isso pouco importa, valorando um processo – em sua maioria - não institucional de produção urbana, que em inscrições demonstra a ocupações da cidade, pondo em questão seus usos (Ferrara, 1993; Diógenes, 2015).

A cidade narrada é local e tema de intensa produção que se apropria do espaço urbano. São intervenções que transformam e rearticulam as desigualdades que sempre marcaram estes espaços. Essas expressões urbanas conferem a diversas camadas a integração e a atuação em distintas esferas (Caldeira, 2012). Cenário onde a maioria das interações sociais acontecem, a cidade é uma complexa rede de relações e trocas, na qual se enquadra o conceito de segurança entendido como uma percepção diretamente relacionado ao processo de construção coletiva do espaço público.

Paisagem midiática que se contrapõe aos modelos normativos de ser na cidade, as imagens como suporte gráfico se multiplicam entre visualidades que se dispõem nos contextos, produzindo variações nas linguagens do urbano e sobre o urbano (Diógenes; Campos; Eckert, 2016). São necessárias então variações da sua própria visualidade para uma reinvenção do urbano. Referimo-nos a esta comunicação como uma expressão que engloba diversos tipos de iconografias, intervenções e linguagens, tendo o urbano como cenário e

suporte. Isto é importante de se dizer, pois como ressalta Diógenes (2015), as experiências de intervenções urbanas são diversas e ambíguas, impeditivo de qualquer esforço generalizante de conceptualização.

A cidade como espaço de interação será, então, como uma metáfora, que é também interface. Capaz de conectar sempre duas ou mais coisas, sejam lugares ou pessoas (ou ambos), a cidade como metáfora passa a ser um poderoso instrumento para compreensão de novos processos. Quando abordada como interface, a própria cidade transmite informação ao usuário sobre como usá-la, por meio de seus componentes gráficos que possibilitam uma (nova) forma de comunicação entre o espaço e o cidadão usuário, baseada em suas representações visuais (Scolari, 2018).

Estampando o espaço urbano, a comunicação urbana e suas iconografias não apenas afirmam sua presença na cidade, mas passam a dominar uma produção própria de significados. Suas linguagens se cristalizam em novas articulações onde as inscrições urbanas, e suas complexidades, coexistem com várias outras maneiras de produzir a cidade (Caldeira, 2012).

Sendo assim, a cidade nos ajuda a enriquecer nosso próprio discurso, pois ela serve como um discurso em si. Um instrumento de compreensão para processos e pensamentos que, traduzidos em componentes gráficos, possibilitam uma nova forma de comunicação entre o usuário e pontos específicos desse espaço urbano que, enquanto interface, transmite informações ao cidadão de como usar essa cidade.

Pluralizar o meio através das imagens conectivas que se afirmam, vai além da dialética das dinâmicas de classe, da lógica binária. Expressas em manifestações que exibem liberdade, a comunicação visual urbana não é mais objeto passivo, mas sim, sujeito responsável por modificar o observador que a interpreta. Essa observação é modificada pela presença, expandindo-se na cidade (Canevacci, 2018). Portanto, as diversas representações e referências imagéticas têm papel determinante na socialização, diretamente relacionada ao compartilhamento e ao uso dos espaços, promovendo o encontro e propiciando que mulheres atraíam outras mulheres ao uso dos espaços.

Assim como nos explica Scolari (2018), a melhor interface é aquela que não necessita de instruções, podendo ser facilmente interpretada pelo usuário. E é partir destas percepções, que se entende quais espaços são acessíveis, justos, equitativos, diversos e inclusivos, por exemplo. Suas características, suas comunicações urbanas, sua paisagem visual refletida nesta interface, narram ao usuário todas as suas práticas e interações. Esse diálogo, se traduz então entre um guia para as ações, movimentos e trajetos do usuário pela cidade e uso dos espaços.

## Conclusões

Atrair pessoas é propiciar o contato nas ruas e, somar a diversidade de pessoas às paisagens na mesma cidade, é permitir que se criem vínculos. É dar aos seus usuários o direito à diversidade e à liberdade de ocupação dos espaços. São as imagens presentes nos novos

usos dos espaços geradores de experiências positivas que irão substituir as barreiras erguidas pelos problemas urbanos e sensações de abandono e exclusão anteriores.

As novas visibilidades que este tipo de comunicação urbana traz, ampliam cada vez mais o conceito de contemplação da cidade e de seus espaços, pois a mudança visual ressalta a qualidade do lugar principalmente através de uma reapropriação dos espaços da cidade. Locais esses que abrangem o tecido urbano, sejam eles muros, empenas ou pedaços da arquitetura da cidade, melhoram sua imagem atual e dotam a estas de um valor não só artístico, mas cultural e original.

Pode-se dizer então, que a comunicação urbana e seus componentes visuais são transmissores de significados, ainda mais quando se trata da arte e da arquitetura urbana, onde toda uma simbologia social é expressa a partir de formas urbanas representadas por uma iconografia percebida que traduz significados coletivos da sociedade que a origina, fazendo-se indispensáveis na compreensão de um mundo do qual pertencemos também como expectadores.

Muito mais do que um direito à ocupação do espaço urbano, vivenciar os espaços públicos para as mulheres é ter na cidade o direito de estar em lugares de reprodução de igualdade, diferente das injustiças ainda vigentes em nossa sociedade. Neste contexto, as cidades são espaços de compreensão das dinâmicas da cultura, de novos modos de socialização e interação humana, movimentos sociais e identidades coletivas, produzidas através de inscrições visuais e da ocupação dos seus habitantes na paisagem urbana. Portanto, as identidades pessoais e coletivas vão se formando, tornando-se referências imagéticas, representações, e assim, a cidade se torna interface, o local onde tudo isso acontece.

## Referências bibliográficas

- Augé, M. (2012). Não lugares: *Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Papirus.
- Bonin, J. (2019). Inter-Relações Entre Culturas, Tecnicidade E Cidadania Na Obra De Jesús Martín-Barbero. *Matrizes*, 13(2), 27-44.
- Caldeira, T. (2012). Imprinting and Moving Around: New Visibilities and Configurations of Public Space in São Paulo. *Public Culture*, 24(2), 385-419.
- Campos, R. (2011). Identidade, imagem e representação na metrópole. In Campos, R., Brighenti, A. M., Spinelli, L. (Org.), *Uma cidade de Imagens: Produções e Consumos Visuais em Meio Urbano* (15-30). Editora Mundos Sociais.
- Canevacci, M. (2018). *Antropologia da comunicação visual: explorações etnográficas por meio do fetichismo metodológico*. Perspectiva.
- Castells, M. (2020). *A questão urbana*. Paz e Terra.
- Col-Lectiu Punt 6. (2016). *Entornos Habitables: Auditoría de seguridad urbana con perspectiva de género en la vivienda y el entorno*. Col-Lectiu Punt 6.
- Diógenes, G. (2015). Artes e intervenções urbanas entre esferas materiais e digitais: tensões legal-ilegal. *Análise Social*, 217(4), 682-707.
- Diógenes, G., Campos, R., & Eckert, C. (2016). As cidades e as artes de rua: olhares, linhas, texturas, cores e formas (apresentação). *Revista de Ciências Sociais: RCS*, 47(1), 11-24.

- Eckert, C., Diógenes, G., Dabul, L., & Campos, R. (2019). Arte e cidade: policromia e polifonia das intervenções urbanas. *Horizontes antropológicos*, 25, 7-18.
- Fakhoury, R. (2020). Comunicação Urbana e a Inclusão de Gênero: o Uso dos Espaços Públicos nos Movimentos Sociais pelo Direito das Mulheres à Cidade. In Luvizotto, C., & Cunha, I. (Org.), *Comunicação, Cidadania e Movimentos Sociais: Vivências* (220-237). Ria Editorial.
- Ferrara, L. (1993). *Olhar Periférico*. FAPESP.
- Goes, D. (2021). A Arte urbana e o Turismo: uma proposta contradiscursiva sobre as práticas artísticas no espaço público urbano e os impactos do turismo. *Herança - Revista de História, Patrimônio e Cultura*, 4 (1), 33-48.
- Júnior, J. (2018). *Beco do Batman*. Kotter Editorial.
- LabCidade. (2019). *Por uma agenda de pesquisa sobre a cidade, as mulheres e as interseccionalidades*. <http://www.labcidade.fau.usp.br/por-uma-agenda-de-pesquisa-sobre-a-cidade-as-mulheres-e-as-interseccionalidades/>
- Lefebvre, H. (2015). *O direito à cidade*. Centauro.
- Martín-Barbero, J. (2010). Comunicación, Espacio Público Y Ciudadanía. *Revista Folios*, 23b, 37-51.
- Martino, L. (2018). *Métodos de Pesquisa em Comunicação: projetos, ideias, práticas*. Vozes.
- Mendonça, V. (2020). Grafites que (contra)dizem: gêneros e sexualidades na polifonia da cena urbana. *Psicologia & Sociedade*, 32, 1-18.
- Montoya-Gallego, E. (2018). La calle como escenario de comunicación y como microterritorio urbano: descripción a partir de cinco calles de rionegro. In Lopera, A., Andrés, C. (Comp.). *Desarrollo y territorio: Comunidad, familia y educación* (163-186). Fondo Editorial Universidad Católica de Oriente.
- Nava, E., Reyes, F., & Capitanachi, D. (2020). Historia transdisciplinar conectada. Desde las neurociencias hasta los indicadores urbanos. *Revista RUA*, 12 (23).
- Organización de las Naciones Unidas [ONU] Mujeres. (2020). *Programa ciudades y espacios públicos seguros para mujeres y niñas em América Latina: informe de resultados*. Entidad de Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres.
- Pereira, J. (1995). Comunicación, cultura y ciudad: Campo de reflexión, propuestas de investigación. *Signo e Pensamiento*, 27, 11-20.
- Rolnik, R. (2023). *Há o que comemorar na relação das mulheres com a cidade e o urbanismo?*. <https://www.labcidade.fau.usp.br/ha-que-o-comemorar-na-relacao-das-mulheres-com-a-cidade-e-o-urbanismo/>
- Sarlo, B. (2014). *A cidade vista: Mercadorias e cultura urbana*. WMF Martins Fontes.
- Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología*. Gedisa.
- Torres, N. (2019). Nem anônimas nem invisíveis: cidade e mulheres escritoras de graffiti. *Horizontes Antropológicos*, 25(55), 243-262.
- United Nations Development Programme [UNDP]. (2020). *Almost 90% of men/women globally are biased against women*. <https://www.undp.org/arab-states/press-releases/almost-90-men/women-globally-are-biased-against-women>.
- Wahba, L. (2019). *O grafite e a psique de São Paulo: metáforas da cidade*. Blucher.

Zuanon, R., Oliveira, M., Ferreira, C., & Moneiro, E. (2020). Memória, emoções e sentimentos: impactos na percepção espacial e afetiva da área urbana central de Campinas. *DAT Journal*, 5(1), 4-21.

---

**Resumen:** Para comprender las consecuencias sobre los usos de las ciudades y su planificación urbana, es necesaria una lectura social y cultural, donde el espacio público se presente como un lenguaje y medio de comunicación mediática frente a las acciones que se desarrollan en la sociedad, convirtiéndose en un portavoz de la expresión de sus individuos. A través de una investigación exploratoria, el objetivo es analizar el contexto de los espacios de la ciudad y su ocupación, comprendiendo cómo sus narrativas imaginarias permiten que los medios urbanos y sus prácticas incluyan diferentes percepciones y grupos en los lugares públicos, orientando el estudio desde puntos fundamentales con los resultados presentados. Se concluye que la ciudad como interfaz, puede resultar en una evolución derivada de transformaciones en los valores que subyacen en el estilo de vida y las expresiones de la civilización urbana de cara a una igualdad genuina, apuntando principalmente a la equidad de género.

**Palabras clave:** Imagen visual - Narrativas imagéticas - Espacios urbanos - Mujeres

**Abstract:** To understand the consequences concerning the uses of cities and their urban planning, a social and cultural reading is necessary, in which public space presents itself as a language, as a means of media communication in the face of actions taking place in society, becoming a spokesperson of the expression of their individuals. Through exploratory research, the objective is to analyze the context of the city's spaces and their occupation, understanding how their imagery narratives allow the urban media and their practices to include different perceptions and groups in public places, directing the study from fundamental points with the results presented. It is concluded that the city as an interface can result in an evolution derived from transformations in the values that underlie the lifestyle and expressions of urban civilization in the face of genuine equality, mainly aiming at gender equity.

**Keywords:** Visual image - Imagetic narratives - Urban spaces - Women

---