

Mudanças na imagem da cidade como atrativo para as narrativas imagéticas dos espaços

Renata Svizzero Fakhoury⁽¹⁾ y Denis Porto Renó⁽²⁾

Resumo: Uma análise das narrativas imagéticas dos espaços da cidade permite entender como os meios de comunicação urbana e suas práticas incluem diferentes percepções e grupos a locais públicos antes em desuso. As práticas de comunicação urbana adquiriram feições próprias a São Paulo e, por isso, uma nova forma de circulação aparece marcada pelas mensagens e signos da cidade que conduzem novas experiências. Portanto, a mudança estética enfatiza a qualidade do lugar principalmente por meio de uma reapropriação do espaço urbano. Este artigo propõe, através de uma análise exploratória de imagens do Beco do Batman (Vila Madalena, São Paulo, Brasil), incorporando à pesquisa a observação participante dos componentes das análises visuais, contemplar como a estética dos locais pode modificar o modo ao qual os habitantes desta cidade olham e ocupam estes espaços. Associar o uso da imagem como linguagem básica comunicacional cotidiana contemporânea torna estes símbolos e ícones imagéticos em uma narrativa precedente de formas de comunicação. Deste modo, pode-se concluir que um novo tipo de atrativo é produzido nestes locais e que com ele novas vivências são geradas, incluindo novos modos de pensar a urbanização da cidade.

Palavras-chave: Narrativas imagéticas - Imagem - Espaços urbanos - Cidade

[Resúmenes en castellano y en inglés en las páginas 57-58]

⁽¹⁾ **Renata Svizzero Fakhoury** es estudiante de Doctorado en el Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” UNESP Campus Bauru: Línea de Investigación en Producción de Sentido en los Medios de Comunicación. Cuenta con financiamiento de la CAPES (Proceso N° 88887.673468/2022-00). Maestría en Medios y Tecnología de la Universidade Estadual de São Paulo “Júlio de Mesquita Filho” UNESP Bauru (2018): Línea de Investigación en Tecnologías de Medios. Graduada en Arquitectura y Urbanismo por la Universidade Paulista UNIP (2012). Profesora becada en el Departamento de Comunicación Social (DCSO) de la FAAC UNESP Bauru desde 2018. Mediadora Presencial en la Universidade Virtual do Estado de São Paulo UNIVESP (2020-2022). Coordinadora de Panel en el Congreso Internacional Media Ecology and Image Studies MEISTUDIES. Investigador vinculado al GENEM (Grupo de Estudios sobre a Nova Ecologia dos Meios) de la Facultad de Arquitectura, Artes y Comunicación (FAAC UNESP Bauru). Fue alumna del Curso de Extensión “Dimensión del Paisaje en el Proyecto de Ciudad Contemporánea: un camino de estudio en París, Roma y Venecia” con

un módulo teórico en la UNESP y un módulo práctico-teórico en las Universidades extranjeras Écoles Nationale Supérieure d'Architecture de Paris La Villette, IUAV di Venezia e Sapienza di Roma. Tiene experiencia en Arquitectura, Urbanismo y Comunicación, con énfasis en Imagen y Estética, trabajando principalmente en los siguientes temas: Representación Visual, Representaciones en el Proceso de Diseño, Comunicación en Arquitectura, Comunicación Urbana y Estética de los Espacios Urbanos.

⁽²⁾ **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 Universidad Estadual Paulista UNESP (Brasil) 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 del programa de pregrado en Periodismo y en el postgrado (maestría y doctorado) en Comunicación de la Universidad Estadual Paulista UNESP, donde también es jefe del Departamento de Comunicación Social. Además de profesor visitante en la Universidad Técnica Particular de Loja UTPL (Ecuador), Universidad de Vigo (España) y Universidad Nacional de Rosario (Argentina). 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, Italia, y Polonia, situaciones en las que ha presentado sobre comunicación, periodismo, estética visual y narrativas transmedia. denis.reno@unesp.br

Introdução

Marcado por um processo veloz, a urbanização no Brasil foi iniciada de forma violenta no século XX, na qual a arquitetura ganhou escalas jamais vistas e as mudanças por ela causadas acarretaram outras também relevantes na nova escala humana, na qual os cenários da cidade geraram os novos atores sociais e o usufruto de novos espaços. E é nesta mudança, até chegar ao século XXI que a arte sai do ambiente interno e ganha as ruas, tornando a própria cidade como suporte artístico. Este suporte sintetiza a vida dos seus habitantes, e torna visível principalmente suas perspectivas sobre as resistências e dificuldades atuais enfrentadas (Revista MóBILE, 2014a).

Relacionado ao papel social, a paisagem da cidade oferece materiais que ocasionam símbolos e lembranças, que se comunicam com seus usuários. Esta narrativa simbólica cria uma relação entre homem e ambiente, símbolos figurativos e outras qualidades, concretas ou abstratas, que têm como objetivo organizar as impressões da cidade e desempenhar suas atividades urbanas cotidianas (Lynch, 2006).

Considerada como um sistema de símbolos, ritos, crenças e modos de vida, a cultura urbana identifica um grupo ou comunidade social existente em espaços urbanos. Com um olhar heterogêneo, a expressão engloba também a comunicação urbana e suas iconografias, sua estética criada nos espaços e as dinâmicas que delas advém e se moldam conforme as mudanças da própria sociedade. Todos estes meios atuam como modos de comunicação, como mediadores de relações humanas, que clama ou protestam por humanização, por inclusão e inserções sociais, econômicas, de gênero, dentre outros.

As comunicações urbanas utilizadas para retratar os aspectos sociais e culturais da cidade são representados por elementos metafóricos e símbolos. Imerge-se assim no cotidiano da cidade expresso por imagens que constituem uma linguagem particular, devaneando e percebendo a cidade, constituindo uma linguagem a qual ficamos imersos (Wahba, 2019). A cidade é uma construção no espaço, uma estética temporal, com cenários esperando para serem vistos e vivenciados com relação a seu entorno (Lynch, 2006). Vivida com contradição, tensão e conflitos, as intervenções dos espaços transformam lugares então ressignificados, que atraem as pessoas a conviverem em uma sociedade mais humana e resiliente. Um espaço público atribuído de representatividade permite não só apresentar algo imageticamente instituído materialmente, mas impacta também sobre o comportamento e vivência do indivíduo em relação ao seu contexto e sua realidade, produzindo novas narrativas entre as identidades e o espaço.

Novas práticas de deslocamento são criadas quando diferentes produções ocorrem no espaço. As mudanças paradoxais ocasionadas no ambiente urbano recorrem às linguagens de direito e liberdade, revelando um prazer pela livre circulação e vivência pela cidade. A igualdade e a cidadania gerada por essas articulações são marcadas por modificações nas relações e nos espaços nos quais estas se manifestam e se reproduzem.

De acordo com Caldeira (2012, p. 387)

“[...] 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”.

A arte que começou como um meio de comunicação nas paredes das cavernas é hoje um dos vetores de modificação urbana das cidades com a comunicação urbana (Júnior, 2018). Deste modo e com o passar do tempo, a representação se tornou uma forma simbólica, que não apenas descreve, mas que condiciona a percepção humana. Desta forma, a tarefa da arte e da arquitetura passam a serem indispensáveis para a compreensão de uma reconstituição da experiência de um mundo do qual pertencemos também como expectadores (Pallasmaa, 2011).

A importância de se pensar em diferentes reflexões entre cultura e cidade, abordando os processos de comunicação e a expansão das sociedades, confere um novo movimento relacionado com as transformações contemporâneas. Os processos de comunicação mediados pela estética ocorrem a partir de uma ideia diferenciada de usos e apropriações sociais com novos modos de percepção e novas linguagens e sensibilidades. Capaz de ressignificarem as práticas cotidianas e as condições de vida das pessoas, as identidades podem

ser reconfiguradas idealizando transformações estruturais que tornarem-se produtoras de estilos e valores de espaços de pertencimento (Martín-Barbero, 2010).

As metáforas do *Media Ecology*

Antes de pensarmos em narrativas imagéticas e das imagens nas cidades, é fundamental recuperar os conceitos de Ecologia dos Meios, ou *Media Ecology* em seu batismo original. Alguns teóricos consideram McLuhan como o criador do termo. Mesmo na *Media Ecology Association*, grupo criado em 2000 a partir de uma proposta do próprio Postman, há teóricos que concedem a McLuhan a autoria (Gencarelli, 2000). Entretanto, o termo sem a teoria se transforma em palavras perdidas. Por isso, Neil Postman desenvolveu conceitos e ideias que sustentaram a Ecologia dos Meios durante décadas. Essas ideias proporcionam ainda mais importância na contemporaneidade.

Mas o caminho traçado e seguido pelo grupo criado por Postman em Nova Iorque, e que contou com a presença constante de McLuhan, surgiu antes mesmo do jogo de palavras. Ele já havia sido desenhado por outros teóricos. Como defende Scolari (2015, p.17), “o termo não nasceu por geração espontânea nem pela genial iluminação momentânea de McLuhan ou Postman”. Para Scolari, inclusive, o maior contribuinte para o surgimento dessa problemática (sem um problema não há pesquisa, ou algo a ser solucionado) foi o canadense Harold Innis. Como defende o autor,

“a importância do aporte de Innis à Ecologia dos Meios está fora de discussão: foi este canadense o primeiro a contar a história da humanidade colocando os processos de comunicação no centro de seu relato (Scolari, 2015, p. 21).

Ainda assim, é fundamental reconhecer o papel de Postman no processo. Nos primeiros anos de desenvolvimentos de pesquisa no Doutorado em Ecologia dos Meios, Neil Postman conformou uma visão ecológica, crítica e ética do sistema midiático norte-americano. Segundo Postman, a mudança tecnológica não é aditiva, fundamental, senão ecológica, natural. Sobre isso, explicava com o exemplo de uma gota de tinta vermelha que cai em um recipiente com água. Nele, o líquido se dissolve, colorindo cada molécula. Isso era o que Postman definia como mudança ecológica, e aplicava o conceito às tecnologias que surgem, e, misturando-se com os meios e a sociedade, criam uma nova sociedade midiaticizada.

Logo das primeiras pesquisas, surgiu uma metáfora ecológica aplicada aos meios, trazendo duas interpretações fundamentais: os meios como ambientes e os meios como espécies. Nessa diversidade de interpretações, Postman posicionou-se nos ambientes, enquanto McLuhan, influenciado pelas ideias de Innis, colocou-se no campo das espécies. Essas duas ideias –os meios como ambientes e os meios como espécies– funcionaram como linhas de investigação no doutorado em Ecologia dos Meios durante mais de uma década, direcionando os olhares e as preocupações de seus pesquisadores em busca da concepção da teoria em si.

A partir dos meios como ambientes, a ecologia dos meios sintetiza-se em uma ideia básica: as tecnologias –que comportam as tecnologias da comunicação, desde a escrita até os meios digitais– geram ambientes que afetam o cotidiano dos sujeitos que as utilizam. Podemos, na contemporaneidade, localizar os meios sociais e os espaços virtuais, inclusive os conceitos do não-lugar propostos por Marc Augé (2009), como ambientes ecológicos midiáticos. Para Postman, inclusive, a palavra “ecologia” implicava no estudo dos ambientes: sua estrutura, conteúdo e impacto sobre as pessoas.

Já nos meios como espécies encontramos outros olhares sobre a pesquisa no campo da ecologia dos meios. A eles, importavam mais as tecnologias. McLuhan e seus discípulos, influenciados por Harold Innis, desenvolveram um enfoque holístico que integrou a evolução dos processos de comunicação e os processos socioeconômicos, observando que os resultados surgiam a partir da tecnologia. Defendendo essa metáfora, McLuhan (1964, p. 78) declarou que “os meios interagiram entre si. A rádio mudou a forma das notícias tanto como alterou a imagem nos filmes sonoros. A televisão causou mudanças na programação da rádio, etc”.

Então, oito anos depois de criado o programa de doutorado em Ecologia dos Meios, Neil Postman publicou, pela primeira vez, uma definição consolidada e resultante de pesquisas sistematizadas sobre o tema. A ideia foi debatida e posteriormente considerada base de uma teoria: a teoria da Ecologia dos Meios. Segundo o autor:

A ecologia dos meios é o estudo dos ambientes humanos. Se preocupa por entender como as tecnologias e técnicas de comunicação controlam forma, quantidade, velocidade, distribuição e direção da informação: e como, por sua vez, essas configurações ou preferências de informação afetam as percepções, valores e atitudes das pessoas (Postman, 1979, p. 186).

Se atualizarmos essa proposta, perceberemos diversos pesquisadores contemporâneos que, ainda que não definidos, ou autodenominados ecologistas dos meios, mereceriam tal consideração. Estão no grupo Dan Gillmor (2005), com a ideia de que “nós somos os meios”; George Landow (2009), com a proposta de hipertexto e hipermídia como estruturas narrativas; George Siemens (2005), com o conceito de conectivismo; Henry Jenkins (2009; 2001), com a profusão da ideia de narrativa transmídia; e o catalão Manuel Castells (2013), com a construção de redes sociais em prol de um mundo mais esperançoso. Esses autores trazem em suas ideias vários dos conceitos propostos pelos pioneiros nos estudos da Ecologia dos Meios, ainda que não os reconheça com clareza. Os teóricos, assim como suas pesquisas, surgem em um momento em que a ecologia dos meios se transformou de sobremaneira, considerada pelos ecologistas midiáticos contemporâneos como a “nova ecologia dos meios”. Postman foi um dos responsáveis pela proposta de estudar a nova ecologia midiática, que surgia no final do século passado.

Porém, nos últimos anos, os investigadores envolvidos na ecologia dos meios demonstraram um particular interesse nas novas formas multiplataforma e interativas de comunicação. Em 1995, durante uma conferência, Neil Postman problematizou sobre a infociação sofrida pela sociedade naquele momento –os primeiros anos da internet comercial. Para o autor, as pessoas não sabiam o que fazer com tanta informação. Não havia um princípio

lógico de organização e seleção. De certa maneira, isso é vivido pela sociedade contemporânea até os dias de hoje, e com mais intensidade.

A partir das propostas de Postman, surgiu uma terceira metáfora: os meios depois do software. Essa preocupação, apresentada por Manovich (2005) na obra *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*, originalmente publicada pelo autor em 2001, em inglês, trazia como uma preocupação o estudo da cultura do software. Um estudo justificado pelo surgimento dos novos meios. Para Lev Manovich (2005, p. 95), os novos meios exigiam uma nova etapa no estudo sobre a teoria dos meios, cujas origens eram suportadas nas pesquisas de Innis, Postman e McLuhan, dos anos 1960.

Neste mesmo cenário, discípulos de Postman e McLuhan dedicaram seus estudos para compreender a sociedade e os meios. Paul Levinson (2012), propôs a existência não de novos meios, mas de “novos novos” meios, de tão novos e transformadores que são. Valerie Peterson (2012) observou a sociedade e os meios em um espaço comportamental. Para a autora, o mundo vive uma nova relação entre sexo e comunicação, transformando a essencial relação íntima humana em algo totalmente diferente do que foi vivido na história da humanidade, mesmo quando essa já era midiaticizada.

Também resultante dessa nova metáfora que envolve “ecologia” e “meios”, em 2013, Lev Manovich, que é matemático e artista digital, publicou um novo estudo, resultante de diversos trabalhos no campo da investigação aplicada em ecologia dos meios: *Software takes command*, livro que discute a importância do software na nova ecologia dos meios. Na obra, Manovich resgata a participação dos softwares nos processos midiáticos. Não mais os softwares de automação, mas aqueles direcionados ao cotidiano da sociedade contemporânea, que fazem parte da nossa rotina e, de certa maneira, provocam uma dependência digital.

Nessa nova ecologia dos meios, diversas empresas, como Google e Facebook, transformaram a relação entre a sociedade e os meios –a ecologia dos meios–, oferecendo aplicações aparentemente grátis e que nunca foram oficialmente concluídas. Somos, para Manovich (2013, p.4), cobaias de empresas de software que lançam seus produtos, oferecidos em versões Beta.

O olhar do autor em sua obra nos leva a observar uma dependência do software pela sociedade contemporânea, especialmente em situações de ecossistema midiático. Com a Internet das Coisas, essa dependência será ainda mais expressiva. Entretanto, autores engajados nos estudos sobre tecnologia, como Landow (2009) e Jenkins (2009), ou preocupados com a sociedade, como Manuel Castells (2013), nos trazem opiniões contrárias à proposta por Manovich, o que pode indicar a necessária criação de uma quarta metáfora: o cidadão criador. O próprio Manovich (2013, p. 4) aponta para isso na obra:

Dez anos depois, a maioria dos meios se transformou em novos meios. Os desenvolvimentos dos anos 90 se disseminaram a centenas de milhões de pessoas que estão escrevendo em blogs, publicando fotos e vídeos em sites sociais e usando de forma livre (ou quase) ferramentas de software de produção e de edição que há alguns anos custavam dezenas de milhares de dólares (Manovich, 2013, p. 4).

Obviamente, trata-se de uma criação compartilhada. Podemos definir esse cenário como um contrato, em que o cidadão define as suas necessidades e os meios contemporâneos, agora também produtores de software, as desenvolvem. A partir das versões beta, os cidadãos validam aqueles produtos, devolvidos à sociedade em versões mais sofisticadas, algumas com valores sendo cobrados. Entretanto, a remuneração a essas empresas não está na compra do software, senão na utilização dos mesmos e a produção de dados pelos usuários.

Para compreender essa lógica, pensemos na informática. Ela é quem pode nos apoiar na consolidação dessa nova metáfora através de algoritmos planejados para obter resultados na nova ecologia dos meios. Nos transferimos da teoria de meios para a teoria do software por trás dos meios. Para tanto, chegamos à interface e às bases de dados.

Nos encontramos, então, com uma quinta metáfora nessa ecologia dos meios: a ecologia dos meios aplicativos. Podemos elencar vários desses produtos oferecidos através de aplicativos desenvolvidos em formatos beta e disponibilizados à sociedade gratuitamente, como proposto por Manovich (2013). Porém, esses mesmos produtos são novamente oferecidos com incrementos tecnológicos a preços que podem acompanhar a cultura iTunes, com valores de até cinco dólares, ou com preços mais altos, ainda que acessíveis. Ressalta-se que esses meios aplicativos estão, em sua maioria, conectados *full time* com a internet, criando uma porta de observação do usuário pelo software.

E, para observar, nada melhor do que a imagem como objeto. Em sua recente obra, *Instagram and the contemporary image*, Lev Manovich (2017) apresenta o aplicativo como espaço de reorganização de uma sociedade que estabelece relações através de imagens. Cidadãos que resgatam a importância da imagem nos processos de construção de histórias pessoais. Para o autor, surgem perguntas sobre o aplicativo: “O que é o Instagram? Isso pode ser usado para investigações dos meios visuais contemporâneos ou somente uma simples plataforma? Que vantagens, se existe alguma, ele oferece para a pesquisa em cultura visual?” (Manovich, 2017, p. 11).

Essas indagações de Manovich ao apresentar o Instagram como espaço ecologicamente midiático nos fazem pensar em uma sexta metáfora: a da narrativa imagética. Obviamente, essa é uma metáfora que está surgindo, mas que compartilhamos, Manovich e nós, em nossas pesquisas. O autor está mais preocupado com o software por trás da relação social, enquanto nos preocupamos com a linguagem midiática construída a partir das imagens. Podemos pensar, então, que, se regressarmos quatro décadas no tempo, Lev Manovich seria discípulo de Marshall McLuhan, valorizando a tecnologia (neste caso, o software) como espécie, enquanto nós seguiríamos os passos de Neil Postman, mais preocupados com o ambiente e sua relação com a sociedade.

Com essa pequena recuperação histórica e cronológica, é possível compreender como chegamos à narrativa imagética, ou melhor, ao uso da imagem como linguagem básica no cotidiano comunicacional contemporâneo. Uma narrativa composta por ícones, símbolos e a imagem como forma estabelecida da comunicação.

A experiência estética da imagem da cidade

A experiência estética tem um papel ativo integrante com a dialética entre o autor, meio e receptor. O panorama geral, determinado por um efeito exercido sobre seu observador, articula um campo fundamental para a sua compreensão na qual pensamentos e vivências são acionados e uma interpretação pessoal é atribuída conforme o grau de autonomia e da visão de mundo consolidada do receptor. Pode-se dizer então que o mundo da arquitetura e seus componentes são transmissores de significados, ainda mais quando se trata 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. A arte urbana funciona então como um mecanismo de autorregulação para épocas e nações, dando-se ao indivíduo a função simbólica relacionando-a com a consciência, onde estes espaços de vivência coletiva se tornam o panorama do campo da experiência humana (Castello, 2007; Colonnese, Freitas, 2018; Wahba, 2019).

Veículo de informação, a estética e as diferentes representações de uma comunicação urbana, são veículos que possibilitam a experiência urbana e um entendimento narrativo dos espaços. Ressalta-se aqui que a percepção destas dinâmicas pode assumir-se como importante aspecto no entendimento dos diferentes tipos de convivência, segregações e sociabilidades da construção de uma lógica destes espaços, de suas apropriações e das experiências que podem gerar.

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 culturas, constituindo assim novas identidades culturais. Narradas socialmente, as diversidades podem assim expressar as múltiplas possibilidades das experiências, coexistindo entre códigos e percepções. A comunicação pode ser pensada 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).

Esses mundos, um material –cidade– e outro conceitual –realidade urbana–, são mediadores entre uma ordem próxima, definida pela microcomplexidade das relações particulares de cada região –delimitada como for conveniente–, e uma ordem distante, definida pelas forças que movem e orientam as determinantes produtivas e as reproduções. Na condição de mediadores, podem ser entendidos metaforicamente como uma linguagem, uma semiologia, que comunica uma ordem à outra. É na cidade e na realidade urbana que são sentidos e transitam os conteúdos subjetivos, ou as consequências humanas das transformações sociais (Wahba, 2019, p. 36).

A cidade de São Paulo é a maior metrópole da América Latina e, ao se caminhar por suas ruas, logo se percebe que seus espaços são palco de constantes disputas. Caótica e desigual, tem suas forças hegemônicas desenhadas por seus percursos, becos e vielas. E é neste ponto que o capital tenta atuar: perpetuando a opressão sobre seus habitantes (Revista Móbile, 2014b).

São Paulo é uma cidade moldada sobre diversas manifestações públicas e uma intensa produção visual na qual a própria cidade é local e tema de uma variedade de atividades que se apropriam dos espaços e o produzem de diversas maneiras. Esses meios de comunicação, e de visibilidade, vêm transformando e rearticulando as profundas desigualdades que têm marcado cada vez mais os espaços urbanos (Caldeira, 2012).

A expressão do grafite no espaço urbano tem crescido consideravelmente, já fazendo parte do imaginário coletivo. Muros silenciosos ganham voz e vivacidade e chamam a atenção para temas socioculturais e históricos que retratam vivências públicas e privadas. A essência humana universal e seus embates fundamentais se pronunciam e adquirem formas que o artista desperta com sua técnica, inspiração e habilidade. O grafite pode ser considerado, portanto, um emergente da situação subjetiva da cultura, mais especificamente, da cultura contemporânea urbana. Tal fato permite uma análise simbólica da problemática e dos anseios de uma época. Essa expansão do grafite sinaliza, então, a apropriação do espaço urbano e a vitalidade da ocupação da cidade, que transcende sua estrutura e planejamento. Releva, ainda, uma linguagem peculiar que, de certa forma, responde a nossas inquietações (Wahba, 2019, p. 15).

As múltiplas camadas de uso de um espaço urbano, codificações e segregações que afetam sua dinâmica, são ferramentas para a análise da vitalidade destes espaços. Intervenções estáticas, sejam elas fixas ou temporais, possibilitam uma forma de compreender os estratos e camadas dos diferentes e complexos organismos constituintes de uma cidade (Costa, 2018). Contextos urbanos específicos expressam aspectos particulares que muitas vezes são caracterizados por distinções e diferenciações que, se bem interpretadas, podem ser consideradas como potenciais metodologias, com abordagem participativa centrada na intervenção urbana como ferramenta para as dinâmicas, inclusive de revitalização, dos espaços e os usos de seus habitantes.

A fotografia como representação das narrativas imagéticas do Beco do Batman

Representadas por um processo visual, a cidade e suas formas trazem importantes perspectivas e contribuições para o espaço, seu uso, e inclusive seu entendimento. Esses espaços criam relações entre pontos específicos e estratégicos, que agregam vivências e ações culturais, sociais e econômicas. Deste modo, são criados espaços que fortalecem a memória da cidade, a imagem da sua cidade e de seus espaços, sejam eles urbanos, públicos ou privados, e acarretam a criação de novos e antigos espaços com significado. A cidade é uma mediação entre outras mediações. Ela é o local da sua própria reprodução, onde esta mesma reprodução também se cumpre com as relações sociais, tornando as funções urbanas produtoras de modificações e movimentos que se reestruturam e se reconstróem como elementos observáveis da significação urbana (Lefebvre, 2015).

As questões mobilizadoras trazem um maior entendimento sobre as camadas de uso, as codificações de segregação que afetam os espaços, as articulações dos mecanismos resultantes da dinâmica urbana e novas questões estabelecem novos diálogos com aspectos culturais e sociais (*Ver Figura 1*). Lynch (2006) destaca que características, sejam elas concretas ou abstratas, podem referir-se a lugares ou relações de características, servindo como elementos urbanos de orientação de extrema visibilidade, como elementos espaciais.

A cidade tem uma capacidade que faz dela significativa “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).

Na cidade de São Paulo, o Beco do Batman fica localizado no bairro da Vila Madalena e atrai anualmente milhares de pessoas devido às suas vielas iconográficas e com pinturas que retratam e expressam diferentes mensagens. No local é possível encontrar um retrato fiel da cidade, sociedade e do que é por si o país Brasil, em críticas que acabam por atingir todas as esferas, a partir principalmente da expressão do sentimento de um povo através dos olhares dos artistas ali presentes (Júnior, 2018).

Considerado um bairro boêmio e nobre da cidade, a Vila Madalena fica localizada no distrito de Pinheiros, na região Oeste de São Paulo. Tem como constituinte de seu espaço um grande número de galerias, centros de exposições artísticas e estúdios de arte misturados ecleticamente com bares e restaurantes, tornando-o um dos pontos turísticos mais visitados quando comparado a outros locais da cidade.

O Beco do Batman, conhecido por suas diversas manifestações artísticas e por atrair turistas para, não só por suas vielas, é conhecido também por todo o círculo cultural e artístico que acaba se formando por ali (*Ver Figura 2*). As fachadas das residências que o circunda acabaram sendo estetizadas juntamente com os muros do entorno, o que automaticamente inclui o local como pensado não apenas pelo tipo de construção, mas sim, por sua apresentação visual. Vale ressaltar que até um tempo atrás era possível acessar o Beco de carro, mas para que o local se tornasse uma junção de arte com outros atrativos culturais, a prefeitura decidiu interromper a circulação de automóveis pelo local, o que permitiu à área pública apenas o trânsito de pessoas.

De acordo com Wahba (2019, p. 56) “os grafiteiros não só foram os primeiros grupos de artistas a conceber um uso amplo da cidade como mídia como também desenvolveram um olhar particularmente apurado para o aproveitamento desse espaço”. Portanto, essa comunicação urbana seria a arte que dá visibilidade e que obtém exposição e impacto às circulações de uso (*Ver Figura 2*).

A expansão do consumo também marca esses locais, sustentando ainda mais a segregação e a desigualdade de locais marcados por condições de abandono. Foi a partir de 1990 que as novas práticas urbanas começaram a ocupar e a reconfigurar de um novo modo esses espaços públicos antes sem uso. As práticas de comunicação urbana adquiriram feições próprias à São Paulo (Caldeira, 2012).



1



2

Figura 1. Beco do Batman 1 (Fonte: Produzida pelos autores, 2021). **Figura 2.** Beco do Batman 2 (Fonte: Produzida pelos autores, 2021).

Estar em um espaço modificado por uma comunicação urbana é ter um encontro direto com uma obra de arte, feita e encontrada em um local urbano específico, que faz parte do contexto da mensagem que quer passar. Isto expande drasticamente o público e o intercâmbio da arte com a cidade. Uma das artes mais corriqueiras nas cidades brasileiras, o grafite, tem cada vez mais circulação e adoção de novos gêneros para propor novas formas de mídia. Deste modo, a rua e os espaços urbanos estão cada vez mais marcados e conectados a novos usos do cenário urbano, o que traz consigo maior visibilidade (Macdowall; Souza, 2018).

Não só os muros, mas as paredes, as calçadas, postes, lixeira, degraus e escadas passam a serem painéis com uma intervenção na cidade, na qual o “Beco do Batman é uma mídia constante e facultativa” (Júnior, 2018, n. p.). Ainda de acordo com o autor (2018, n. p.):

Em três décadas, o Beco do Batman [...] passou a ser cenário de filmes, novelas, fotografias, editoriais de moda e publicidade. É o *set* perfeito para o audiovisual. Esse processo começa uma década após o surgimento do grafite. Entre crises econômicas e mercados de arte mais restritivos, há uma migração para as ruas.

E com o sucesso desses novos artistas visuais, vem uma transição do grafiteiro para muralista. Artes plásticas se tornam artes visuais. O Beco vira galeria e a galeria vai atrás do Beco. Este, por sua vez, ganha status de ponto turístico.

Os desenhos do Beco são renovados constantemente e sua comunidade ajuda a conservar todos os seus componentes. Em 2020 o local virou palco de uma manifestação onde todas as suas antigas paredes com arte foram pintadas de preto com frases de protesto contra a morte de um artista local. Porém, no início do ano de 2021, o local voltou a ser palco para as manifestações e diversos artistas estão se reencontrando para recriarem o local, com novas mensagens e novas artes que demonstrem problemáticas e temáticas ainda mais atuais (*Ver Figura 3 e 4*).

Por narrativas imagéticas entende-se como uma linguagem midiática construída a partir das imagens, e pelo uso de fotografias aqui adotado como exemplificação, a realidade imagética se torna necessária (Renó, 2020). Por meio das lentes é possível ver as frenéticas cidades e o caos instalados a seus habitantes. As imagens da cidade, desse ponto de vista, são imediatas e mostram muitas vezes pontos não percebidos a todos, sendo ela a própria arte, que convive simbioticamente com a arquitetura e com o urbano a ponto de não nos deixar distinguir qual deles é o suporte: a arquitetura, o urbanismo ou a arte (Revista *MóBILE*, 2014b).

As produções obtidas das narrativas enxergadas na cidade mostram uma experiência paulistana, que muitas vezes pode ser identificada como um processo de evolução social e progresso do país, do ponto de vista da modernização e da maior voz de seus habitantes. É nesta materialidade da experiência urbana social de São Paulo que as comunicações urbanas e suas iconografias promovem uma análise crítica da sociedade e de suas funcionalidades (ou da falta delas).

As diferentes formas de comunicação urbana estão ligadas a formas de viagens de turismo onde os usuários se movem pela cidade e pelo entorno buscando diferentes modos de arte que estetizam e compõem a cidade (*Ver Figura 5*). Cria-se assim uma forma de capital social e um novo papel proeminente nas formas de sociabilização (Macdowall; Souza, 2018). As novas visibilidades que este tipo de arte traz amplia cada vez mais o conceito de contemplação da cidade e de seus pontos, sejam eles turísticos ou não. Este apelo que a comunicação urbana tem aparece de um modo óbvio por um estímulo dos elementos e abordagens que cada especificidade tem em si. É como se a cidade se tornasse uma galeria a céu aberto e cada vista marca uma e se conecta com outras experiências associadas, criando conexões e explicações pessoais, saltando ainda mais em meio a paisagem urbana (Gupta, 2015). Esses fenômenos visíveis apontam para diferentes percepções e criações de imagens de uma mesma cultura, porém autêntica a cada compreensão.

Uma das problemáticas necessárias de se abordar aqui é que todas essas narrativas, estas imagens urbanas, têm um tempo de vida útil muitas vezes pequeno. Devido a sua enfermidade ou localização, muitos deles logo desaparecem por outros que se sobressaem ou por ações políticas como a Lei Cidade Limpa de 2006 onde o prefeito da cidade cobriu todos os tipos de “intrusos visuais” localizados em espaços públicos com tinta cinza (Gupta, 2015; Macdowall; Souza, 2018).