



3



5



4

Figura 3. Beco do Batman 3 (Fonte: Produzida pelos autores, 2021). **Figura 4.** Beco do Batman 4 (Fonte: Produzida pelos autores, 2021). **Figura 5.** Beco do Batman 5 (Fonte: Produzida pelos autores, 2021).

Considerações Finais

Experienciar a cidade vai não apenas de suas características urbanas, mas também da importância iconográfica de sua imagem. Ao incorporar o cidadão às intervenções, pode-se trazer outro caráter principalmente às obras que marcam a opinião destes e associá-las as imagens que estes têm da cidade. É possível perceber que a arte e a comunicação urbana vêm tendo cada vez mais um papel cívico, inclusive no âmbito participativo, que vai além das referências visuais, desprendendo-se das relações apenas espaciais ou urbanas e imbricando em uma função cada vez mais comunicativa.

Visando isto, é possível dizer que o espaço público pode ser o melhor lugar para cumprir a função social desenvolvida por estas intervenções comunicacionais urbanas, prin-

principalmente se analisado em comparação com os espaços privados. E o Beco do Batman é um dos mais fidedignos exemplos brasileiros disto. A maior atratividade do local atua ao mesmo tempo em que a consciência crítica das sociedades tem se inserido nas mudanças estéticas dos espaços.

As intervenções comunicacionais ali encontradas exercem um papel preponderante em uma construção ideológica deste espaço, o que o torna reconhecido não só pela sua localização no espaço cidade, mas por sua ocupação e promoção do espaço que se torna como espaço de reflexão, novos usos e vivências. Propiciado por uma das atrações mais coloridas e artísticas da cidade de São Paulo, diversos outros pontos turísticos e atrações culturais foram conciliados no Beco, o que resulta na composição de uma região plural que abriga feiras e galerias de arte, música, dança, lojas, bares e restaurantes.

Pode-se concluir, inclusive, que estas modificações do espaço, tanto as estéticas quanto qualquer outra por elas causadas, se tornaram uma condição, um novo modo de urbanização da cidade e utilização dos seus espaços, que promovem um novo tipo de expansão com as condições estéticas que valorizaram o local e todas as vivências dali herdadas posteriormente.

Portanto, a mudança estética ressalta a qualidade do lugar principalmente através de uma reapropriação do espaço urbano. Espaços que abrangem o tecido urbano, sejam eles muros, empenas ou pedaços da arquitetura da cidade, melhoram a imagem atual da cidade e dotam estas de um valor não só artístico, mas cultural e original. As comunicações urbanas aqui descritas servem inclusive como um localizador de espaços e tornam diferentes pontos, antes não usufruídos, atraentes para visitação e turismo. Além disto, soma-se uma conscientiza o sobre os espaços públicos que ressaltam a identidade dos seus habitantes e de suas vivências, permitindo também uma visão sobre os contextos urbanos.

Referências

- Aug , M. (2009). *Por una antropología de la movilidad*. Barcelona: Gedisa.
- Bonin, J. A. (2019). Inter-Rela es Entre Culturas, Tecnicidade E Cidadania Na Obra De Jesús Martín-Barbero. *Matrizes*, 13 (2), pp. 27-44.
- Caldeira, T. P. R. (2012). Imprinting And Moving Around: New Visibilities And Configurations Of Public Space In São Paulo. *Public Culture*, 24 (2), pp. 385-419.
- Castello, L. (2007). *A percep o de lugar: repensando o conceito de lugar em arquitetura-urbanismo*. Porto Alegre: PROPAN-UFRGS.
- Castells, M. (2013). *Redes de indignaci n y esperanza. Los movimientos sociales en la era digital*. Madri: Alianza Editorial.
- Colonnese, L. R. & De Freitas, L. V. (2018). Psicologia Analítica E Est tica Da Recep o. *Psicologia Usp*, 29 (3), pp. 354-362.
- Costa, P. (2018). Práticas artísticas e espaço urbano: renovando compromissos com a observa o etnográfica. *Etnográfica*, 22 (2), pp. 389-394
- Gencarelli, T. (2000). The intellectual roots of media ecology in the work and thought of Neil Postman. *The New Jersey Journal of Communication*, 8 (1), pp 91-103.

- Gillmor, D. (2005). *Nós, os media*. Lisboa: Presença.
- Gupta, S. (2015). Pixação And Tourist Appraisal. *Wasafiri*, 30 (2), pp. 40-46.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergencia*. São Paulo: Aleph.
- Jenkins, H. (2001). *Convergente? I Diverge*. In *Technology Review*.
- Júnior, F. J. (2018). *Beco do Batman*. Curitiba: Kotter Editorial.
- Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0*. Madri: Paidós.
- Lefebvre, H. (2015). *O direito à cidade*. São Paulo: Centauro.
- Levinson, P. (2012). *New new media*. Nova Iorque: Pinguim.
- Lynch, K. (2006). *A Imagem Da Cidade*. São Paulo: Martins Fontes.
- Macdonald, L. J. & Souza, P. De. (2018). 'I'd Double Tap That!': Street Art, Graffiti, And Instagram Research. *Media, Culture & Society*, 40 (1), pp. 3-22.
- Manovich, L. (2017). *Instagram and the contemporary image*. Nova Iorque: CUNY.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Nova Iorque/Londres: Bloomsbury.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.
- Martín-Barbero, J. (2010). Comunicación, Espacio Público Y Ciudadanía. *Revista Folios*, 23b, pp. 37-51.
- Mcluhan, M. (1964). *Understanding media: the extension of man*. Nova Iorque: McGraw- Hill
- Pallasmaa, J. (2011). *Os olhos da pele: a arquitetura e os sentidos*. Porto Alegre: Bookman.
- Postman, N. (1979). *Teaching as a conserving activity*. Nova Iorque: Delta.
- Renó, D. P. (2020). A Pós-Fotorreportagem E Os Paradigmas Estéticos Do Ecosistema Midiático Contemporâneo. En Barros, L. M., Marques, J. C. & Médola, A. S. *Produção De Sentido Na Cultura Midiatizada*. Belo Horizonte: Ppgcom - Ufmg, Fafich, (pp. 243-260). 2020.
- Revista Móvil. (2014a). A lente e o olhar. En *Arquitetura Pública*. São Paulo: CAU, 2, pp. 6.
- Revista Móvil. (2014b). METRÓPOLES: O que nos une? En *Cidades*. São Paulo: CAU, 1, pp. 6.
- Scolari, C. (2015). Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (y más allá). In: Scolari, C. *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa, pp.15-44.
- Siemens, G. (2006). *Knowing Knowledge*, Raleigh: Lulu Press.
- Wahba, L. L. (2019). *O grafite e a psique de São Paulo: metáforas da cidade*. São Paulo: Blucher.

Resumen: Un análisis de las narrativas imagéticas de los espacios de la ciudad permite comprender cómo los medios de comunicación urbanos y sus prácticas incluyen diferentes percepciones y agrupamientos a lugares públicos anteriormente en desuso. Las prácticas de comunicación urbana han adquirido rasgos específicos de São Paulo y, por tanto, aparece una nueva forma de circulación marcada por los mensajes y signos de la ciudad que conducen a nuevas experiencias. Por tanto, el cambio estético enfatiza la calidad del lugar principalmente a través de una reapropiación del espacio urbano. Este artículo propone, a través de un análisis exploratorio de imágenes del Beco do Batman (Vila

Madalena, São Paulo, Brasil), incorporando a la investigación la observación participante de los componentes del análisis visual, contemplar cómo la estética de los lugares puede modificar la forma en que los habitantes de esta ciudad miran y ocupan estos espacios. Asociar el uso de la imagen como lenguaje comunicativo básico cotidiano contemporáneo convierte a estos símbolos e iconos de la imagen en una narrativa precedente de las formas de comunicación. De esta forma, se puede concluir que en estos lugares se produce un nuevo tipo de atracción y que con ello se generan nuevas experiencias, incluyendo nuevas formas de pensar la urbanización de la ciudad.

Palabras clave: Narrativas imaginarias - Imagen - Espacios urbanos - Ciudad

Abstract: An analysis of the imagetic narratives of the city spaces allows understanding how the urban media and its practices include different perceptions and groupings of previously disused public places. The practices of urban communication have acquired features specific to São Paulo and, therefore, a new form of circulation appears marked by the messages and signs of the city that lead to new experiences. Therefore, the aesthetic change emphasizes the quality of the place mainly through a re-appropriation of the urban space. This article proposes, through an exploratory analysis of images of Beco do Batman (Vila Madalena, São Paulo, Brazil), incorporating to the research the participant observation of the components of visual analysis, to contemplate how the aesthetics of places can modify the way the inhabitants of this city look at and occupy these spaces. Associating the use of the image as a basic everyday contemporary communicational language turns these imagetic symbols and icons into a preceding narrative of communication forms. In this way, it can be concluded that a new type of attraction is produced in these places and that with it new experiences are generated, including new ways of thinking the urbanization of the city.

Keywords: Imagetic Narratives - Image - Urban Spaces - City
