Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Interações sociais midiatizadas a partir de uso de cartaz[1]

Mediatized social interactions from poster use

Manoella Maria Pinto Moreira das Neves

Palavras-chaves: Cartaz; Interações; Midiatização.

O objeto cartaz é originalmente comunicacional e naturalmente transversal, uma vez que ele possibilita miradas de perspectivas variadas – sua utilização na publicidade, questões relacionadas ao design das artes nele impressas, sua presença em momentos históricos, para citar algumas.

Moles (2004) é um autor que aponta para uma concepção técnica sobre o cartaz, seu uso e função. O autor escreveu sobre este suporte a partir de uma perspectiva publicitária, econômica e psicológica apontando para sua presença marcante no espaço urbano. Expondo um conteúdo funcional e estético, estudado por diferentes áreas, com aspirações diferentes, o autor pontua sobre a perspectiva comunicacional e faz uma análise de convergência desta diversificação do olhar sobre o cartaz.

Na abordagem de Moles (2004), o cartaz é um meio que contrasta com o cinzento e descorado das paisagens urbanas com locais de fixação disponíveis ou não (podendo haver sobreposição), e faz solicitações a partir da constituição de um mosaico desordenado, apelativo e colorido. E neste aparente caos, o cartaz parece encobrir, além das paredes, as regras que obedecem e que são interessantes de serem observadas,

[1] Trabalho apresentado ao IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

descobertas. Este autor (idem, ibdem) escreve sobre o cartaz no meio urbano, na perspectiva da psicologia quanto aos efeitos das suas utilizações e das suas várias funções na cidade - que são as que seguem.

- **Informação** – o ponto de partida de um cartaz. Informar, divulgar uma ideia.
- **Propaganda e Publicidade** – como instrumento para convencer e para seduzir, e, de acordo com aquele autor, o cartaz é alheio a seus fins, com diferentes abordagens, podendo ser produzido pelo mesmo cartazista.
- **Função educadora** – o cartaz é, na sociedade urbana, junto aos muros povoados de imagens, às vitrines das lojas e ao jornal, elemento de autoformação do indivíduo pela contemplação – chamada de autodidaxia.
- **Função de ambiência** – o cartaz se liga ao processo de realização, não obedecendo a um plano preestabelecido e não possuindo um estilo adaptado a sua colocação.
- **Função estética** – nesta função o cartaz evoca imagens memorizadas e nesta evocação atrai uma série de sentidos que lhe constituem um campo estético superposto ao campo semântico. Enfeiando ou enfeitando a cidade, um cartaz pode, pela beleza/ou feiura, desempenhar, em relação à massa social, outro papel, além daquilo que ele tem a dizer.
- **Função criadora** – o cartaz, como um mecanismo publicitário e de propaganda, cria desejos, transformando-os em necessidades ajudam a movimentar o mecanismo de consumo.

Embora a natureza (publicitária) do cartaz em Moles (2004) seja diferente da natureza dos cartazes presentes neste texto, é possível identificar, em certa medida, as mesmas funções apontadas pelo autor. No cartaz confeccionado manualmente para uma manifestação pessoal e performática há uma ideia a ser difundida (função de informação), alguns, com frases imperativas, buscam convencer, chamar (função de

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

propaganda). Com estes conteúdos o cartaz ensina, uma vez que nele há a formação de uma ideia (função educadora), formata a ambiência da rua, sendo uma marca (função de ambiência) que enfeita (função estética). Ao adornar, o cartaz não somente sinaliza, mas ganha vida na interação entre os usuários das redes, 'desfila' nas avenidas e nas *timelines,* criando o desejo (função criadora) de participar ou de contemplar o seu enredo.

O cartaz também é um suporte de agitação política, propaganda e mais tarde, de memória. Ao agitar em manifestações de ruas, permite circular causas, resistências, combates apresentando-se como ideia gráfica e elemento de comunicação. Alguns cartazes políticos datados formam narrativas visuais de momentos históricos. Deste modo, acrescenta-se, às funções do cartaz apresentadas por Moles (2004), a função de registro e memória.

Função de registro e memória - ao ornar, com sua função estética, o cartaz se apresenta como memento gráfico de um tempo histórico, de um momento vivido ou sabido. Supõe-se que ao utilizar um cartaz de agitação política como objeto de decoração compreende-se minimamente seu significado histórico.

Quando as manifestações de rua param, são nas redes sociais digitais onde se encontram cartazes circulando, podendo ser acessados em sites de busca ou em perfis no Instagram, por exemplo. Nesta rede, atualmente, os cartazes aparecem de forma simbólica. Há perfis cujo cartaz compõe a identidade - um deles é o @ocaradocartaz. Nele, os cartazes são escritos à mão em um pedaço de papelão, segurado por um homem – o mesmo em todas as postagens – em locais públicos.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Figura 2. Print de postagem



Fonte: Instagram @orapazdocartaz.

A primeira postagem deste perfil está datada de 02 de janeiro de 2020. No cartaz acima, a mensagem diz: "não use drogas, use desodorante". Na legenda da postagem está: "Participe dessa campanha" acompanhada das hashtags #carnaval2020 #diganãoacatinga. Um outro perfil com características próximas é o do @orapazdocartaz. Sua primeira postagem é o dia 20 de fevereiro de 2020.

Figura 1. Print de postagem



Fonte: Instagram @orapazdocartaz.

Anais de Resumos Expandidos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

Estes perfis seguem o modo de perfil @dudewithsign, criado por Seth (nome indicado no perfil) que anda com cartazes pela rua com suas frases de "protesto", com quase 7,5 mil seguidores (em 17 de junho de 2020) que comentam e compartilham suas postagens do Instagram. A tradução do nome do perfil fica próximo aos que postam em português, 'o cara da placa'. A performance segue a mesma lógica entre os três perfis.

Observa-se que nas redes sociais, os cartazes têm se apresentado com conteúdo cada vez mais originais e criativos, colocam em circulação opiniões individuais, com identificação do conteúdo pelos cidadãos. Neste contexto, os cartazes caracterizam-se como um dispositivo de circulação interacional dentro de outro, a rede social onde está inserido. A interação é motivada pelo uso do cartaz na postagem que sugere/propõe um intercâmbio com os seguidores, sendo possível apontar quanto aos sentidos circulantes, compreender a relação entre o usuário, o perfil e a circulação dos conteúdos impulsionados na interação.

Tais cartazes colocados em circulação nas redes sociais e os discursos expostos neles, participam dos novos modos de interação, pautados pelas rotinas sociais e lógicas midiáticas, para além do campo específico da mídia tradicional. A dinâmica de veiculação dos cartazes nas redes, assume novas estratégias de interação com os públicos. O cartaz 'fala', o 'cara do cartaz' é quem o sustenta e faz performance dizendo o que deseja pelo conteúdo no papelão. A performance é completada na foto posada segurando o cartaz, geralmente, em espaço público e postada em rede social com legenda que reforça ou completa o raciocínio que traz o conteúdo.

A propagação do cartaz quando registrado e postado em uma rede social digital é potencializada. A leitura sobre esta dinâmica do cartaz na rede parte da observação de estratégias interacionais. Um elemento físico se torna um dispositivo para entrada e permanência em rede social para dizer não somente com palavras, mas com

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

performance. Não dizendo apenas o que está no cartaz, mas ao postar o autor acrescenta uma legenda que ajuda a dá o tom da sua verve expressiva na apropriação do cartaz.

Deste modo, acrescenta-se mais uma função ao cartaz, a **função performática,** o cartaz como elemento constitutivo da representação, interpretação se quem dele faz uso, o sustenta. No caso em observação, sua utilização na atuação da foto posada e postada acompanhada de legenda e *hashtag*.

Em uma sociedade em midiatização, o cartaz potencializa suas funções ao liberta-se do espaço restrito da cartolina e interpela os indivíduos na rua e nas redes digitais, participando da constituição de discursos individuais e coletivos. O cartaz midiatizado é signo, se manifesta explicitamente e, de certo modo, à revelia de quem o porta. Exprime-se por meio linguístico e extralinguístico, pelo uso que dele fazem os produtores, os receptores e os distribuidores de suas mensagens. Como produto social de sentido, o signo cartaz é apropriado, ocupa espaços apresentando uma ideia resumo e geralmente mnemônica de um desejo, de uma promessa ou de um vivido participando da construção da sociabilidade contemporânea. Via cartaz pode ser criada uma relação de diálogo ou evidenciar a falta dele e a (im)possibilidade de constituição de um espaço de interação.

Os cartazes são ‘marcadores’ de circulação. Enquanto mensagem, indicam que foi dito algo e que pode ser (re)dito/reeditado, respondido. Enquanto objeto, pode ser (re)utilizado de outro modo. Observa-se este movimento na replicação de perfis com cartaz com mesma proposta, sendo o que muda e caracteriza o perfil, as temáticas que trazem. Nelas, as interações dadas a partir das postagens criam uma dinâmica de completude e ou reforço da ideia contida no cartaz papelão.

Na sociedade em vias de midiatização, evidencia-se novo cenário sócio-técnico-discursivo, novas formas de organização da circulação de mensagens e cuja questão dos efeitos de sentido ganham dinâmicas criativas midiatizadas. A postagem com cartazes,

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 4 (2020)

com humor e criatividade, é constituída na interação e a mensagem original vai recebendo mais significações em um trabalho de linguagem e técnica com operações de dispositivos que geram pistas para procedimentos analíticos que possibilitam a inteligibilidade do funcionamento de tais dispositivos. E a geração e funcionamento de dispositivos revelam o modo pelo qual a sociedade segue na tentativa comunicante.

Referências

BRAGA, J. L. O que a comunicação transforma? In: BRAGA, J. L.; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G. (Orgs.). **10 perguntas para a produção do conhecimento em comunicação**. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2013. p. 156-171.

_____. Comunicação é aquilo que transforma linguagens. **Revista Alceu**, v. 10, n. 20, p. 41-54, jan./jun. 2010. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2010a. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Braga.pdf>. Acesso em fevereiro de 2020.

JUDENSNAIDER, E.; LIMA, L.; POMAR, M.; ORTELLADO, P. **Vinte centavos:** a luta contra o aumento. São Paulo: Veneta, 2013.

MOLES, A. **O cartaz.** 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

ROIO, J. L. D.; CARVALHO, R. (Autores); SACCHETTA, V. (Orgs.). **Os cartazes desta história**. São Paulo: Escrituras, 2012.