

---

## Tentativas Interacionais em Manifestações a partir de junho de 2013 no Brasil<sup>1</sup>

Tháisa Corrêa Simão DANTAS<sup>2</sup>  
Manoella Maria Pinto Moreira das NEVES<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

### RESUMO

Esta pesquisa partiu de episódios comunicacionais singulares e de dispositivo interacional, a saber os observáveis cartazes utilizados nas manifestações de junho de 2013 no Brasil. O estudo parte da tese proposta por Braga (2012) que apresenta os fenômenos comunicacionais como ‘tentativos’. O artigo registra parte da reflexão desenvolvida em projeto de Iniciação Científica no período de 2018 a 2020, quanto ao fenômeno comunicacional nas manifestações citadas. Para tanto, buscou-se um breve histórico das manifestações, examinando-se as especificidades dos processos interacionais com diferentes matrizes que as constituem, registrando-se modos de pesquisar midiaticização de processos sociais e de estudar a área da comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** fenômenos comunicacionais; cartaz; dispositivos interacionais; matrizes interacionais; circuitos.

### INTRODUÇÃO

A proposta da pesquisa aqui exposta é parte de um projeto de Iniciação Científica e apresenta como objetivo geral estudar fenômenos comunicacionais como fenômenos tentativos. A pesquisa foi desenvolvida nos Ciclos 2018-2019 e 2019-2020 do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), realizando um exercício de observação e aplicação da teoria de Braga (2012) aproximada aos usos e apropriações de cartazes a partir das manifestações de junho de 2013 no Brasil. Para este estudo, utilizou-se os registros da tese da orientadora do projeto, intitulada “Cartazes circulantes: atores, instituições e ambientes de manifestações midiaticizadas” (2017).

No texto a seguir estão expostas as discussões e resultados de uma pesquisa de Iniciação Científica que é parte do projeto intitulado: “fenômenos comunicacionais tentativos”. No caso desenvolvido aqui tratar-se-á dos dispositivos interacionais

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado na IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup>Graduanda do Curso de Relações Públicas - ICHCA-Ufal, e-mail: [thaisaa.correea@gmail.com](mailto:thaisaa.correea@gmail.com)

<sup>3</sup>Orientadora do trabalho. Professora doutora do Curso de Relações Públicas ICHCA/Ufal, e-mail: [manoella.neves@ichca.ufal.br](mailto:manoella.neves@ichca.ufal.br).

---

cartazes, que compõem o objeto da pesquisa. O objeto cartaz tem o poder de reunir pessoas em torno dele e sinalizar espaços da rua e da rede, tornando-os marcas de uma sociedade midiaticizada.

A partir deste enquadramento buscou-se o desenvolvimento dos conceitos em estudo, discutindo-os, tencionando-os e observando seus limites e novas aplicabilidades. Além de abordar e aprofundar a visão teórica, a pesquisa apresentou um aporte exploratório observando os usos e apropriações dos cartazes em manifestações recentes no Brasil – a partir das de junho de 2013 -, de modo a procurar, além do rigor dos conceitos, as potencialidades de gerar outras questões, ampliando percepções (numa perspectiva de inferências abduativas) e não somente fornecendo explicações. A investigação partiu de episódios comunicacionais singulares, sendo tratadas diferentes manifestações e formas práticas de interações ocorridas a partir do ambiente da rede social digital – entre elas o cartaz nas manifestações de 2013 no Brasil.

Braga (2012) apresenta uma tese sobre os fenômenos comunicacionais como “tentativos”. O autor propõe que o caráter tentativo de tais fenômenos se manifesta na probabilidade variável de atingir os objetivos comunicacionais, em graus de imprecisão próprios ao processo relacionados tanto aos participantes quanto aos dispositivos interacionais acionáveis. Pela concepção de Braga propõe-se um trabalho praxiológico no campo da comunicação a partir de processos sociais em sociedades midiaticizadas.

Do caminho previsto e seguido para a execução da pesquisa, foi proposta uma fase exploratória de constituição do caso de observação do fenômeno comunicacional e, para uma segunda fase, a determinação dos ângulos de observação que foram escolhidos para proceder a uma análise dos fenômenos comunicacionais a partir dos episódios em estudo.

Para a construção do caso, então, buscou-se um breve histórico das manifestações, examinando-se as especificidades dos processos interacionais que envolvem cada uma, observando-se o fenômeno comunicacional próprio dos episódios em questão. Com isso, é possível constatar as formas como os dispositivos interacionais se organizaram, registrando-se circuitos de comunicação e modos de estudar a área da comunicação.

Feitos estes registros, a pesquisa apontou de modo mais sistemático os conceitos aplicados. São eles: episódios comunicacionais, dispositivos interacionais, comunicação tentativa, códigos e inferências, midiaticização e cartazes.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **Episódios comunicacionais**

Um dos principais conceitos estudados na construção do trabalho em questão é o dos episódios comunicacionais, que podem ser considerados como o lugar onde as regras interacionais são testadas e modificadas (BRAGA, 2012), graças às suas características probabilísticas e aproximativas que indicam que algo pode acontecer, inclusive nada do planejado para a interação específica. Isso implica dizer que a cada episódio é estabelecida uma nova tentativa comunicacional, que ditará o sucesso do processo em questão a partir de suas características exclusivas. E assim, as regras vão sendo modificadas, adaptadas e aperfeiçoadas, o que poderá ser avaliado na pesquisa a partir da análise da utilização dos cartazes no episódio das Manifestações de Junho de 2013.

### **Comunicação Tentativa**

A partir disso, buscou-se analisar o caráter dos processos comunicacionais, utilizando-se da compreensão de Comunicação Tentativa, também de Braga (2012) que apresenta que apesar das possíveis complicações existentes numa relação de interação, a comunicação, segundo o autor, não é rara nem ausente e sim tentativa. De forma que pode ser entendida como probabilística ou aproximativa.

Em seu caráter probabilístico há diferentes graus de possibilidade de resultados; enquanto em seu lado aproximativo, diferentes graus de precisão. E para caracterizar e definir o nível de sucesso comunicacional da experiência em questão, diferentes critérios são utilizados já que, ainda segundo o próprio autor, os mesmos variam de acordo com as intenções do participante e a clareza dos enunciados, por exemplo.

### **Códigos e inferências**

Entre as partes importantes para essa avaliação de sucesso destacam-se códigos e inferências, também apresentados por Braga (2017), que vão auxiliar não só na codificação e decodificação da linguagem, como também na apresentação de sentidos e significados, nesse caso nos cartazes que foram utilizados e tiveram suas ideias também apropriadas por/ em outras mídias sociais. Assim, para o entendimento completo da linguagem é preciso um conhecimento do discurso anterior ao qual está relacionado, sendo esta sua inferência.

---

## **Midiatização e os cartazes**

Registrou-se ainda o processo de midiatização que se caracteriza a partir da modificação do próprio campo midiático e seus componentes como os meios de comunicação social tradicionais (SGORLA, 2009), onde os modelos mais antigos, que se constituem de uma transmissão unidirecional, ganham novas adaptações. Nelas, o emissor pode atuar como receptor (recebendo o *feedback* dos usuários) e o receptor como emissor (produzindo o feedback e sua própria mensagem).

Essas mudanças podem ser observadas nos cartazes da manifestação enquanto suportes para os episódios comunicacionais, já que após absorver a ideia circulante nas mídias sociais a mesma foi adaptada de modo a corresponder às necessidades do movimento nas ruas. Após isso, esses cartazes podem deixar um novo rastro, sofrendo uma nova modificação e gerando um novo processo comunicacional, revelando-se ainda em pixel ou *hashtags* (NEVES, 2018).

Além disso, os cartazes utilizados nos protestos atuais têm um caráter midiatizado, quando são registrados nas ruas e postados em uma rede social em tentativas comunicacionais e apresentando-se como dispositivos interacionais em circulação. No que diz respeito aos dispositivos interacionais, Braga (2011) explica que se apresentam como um “lugar de observação”, a matriz específica em que cada episódio comunicacional recorre para alavancar a interação. Enquanto para Deleuze (1990), os dispositivos são como um emaranhado de linhas não lineares, que ao mesmo tempo em que se aproximam também se afastam.

## **SOBRE O MÉTODO E O OBSERVÁVEL**

Na primeira etapa do percurso da pesquisa foram observadas questões internas das múltiplas e remissivas interações entre dispositivos midiáticos (no caso mais específico, o cartaz – e suas configurações em *posts* e *cards*), instituições, meios e atores sociais; sendo possível estudar os fenômenos comunicacionais e as tentativas interacionais em processos sociais midiatizados.

Daí chega-se aos observáveis e seus contextos comunicacionais acionados para a pesquisa, a saber, os usos e apropriações de cartazes utilizados para manifestações, partindo de junho de 2013 no Brasil. Mais que um suporte de cartolina com um conjunto de dizeres, o cartaz nas manifestações - produzido por atores individuais e apropriado por estes e por instituições midiáticas - modifica-se e é modificado pelos

ambientes por onde passa. O cartaz que estava nas ruas transita por redes sociais digitais. Nelas, o cartaz também se move nas *timelines* das redes digitais através de matérias produzidas por meios tradicionais massivos<sup>4</sup>. O cartaz parece ser utilizado como ‘voz’ de quem o porta. Confeccionado unicamente para aquele evento, o cartaz se multiplica quando registrado e postado em uma rede social digital, apresentando-se como um dispositivo de circulação interacional, e o utilizado nas manifestações contemporâneas é de natureza midiaticizada.

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. A *hashtag* é outra configuração do conteúdo do cartaz – e que também marca a circulação – neste caso, nas redes, tematizando sobre o que está circulando. Na sociedade em vias de midiaticização, evidencia-se novo cenário sócio-técnico-discursivo. Novas formas de organização da circulação dos discursos e cuja problemática dos efeitos de sentido ganham nova complexidade. Produtores tornam-se receptores e estes se configuram também em produtores de conteúdo frente a um complexo 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 faz a organização de tentativa.

No período de junho de 2013 houve mobilizações em vários estados do Brasil, que levaram milhares de pessoas às ruas, tornando essas as maiores manifestações de rua já realizadas no país. O processo começou a partir da insatisfação diante do aumento da passagem dos transportes públicos que, em média, subiu de R\$3,00 para R\$3,20. As primeiras reportagens sobre essas manifestações são do dia 03 na cidade do Rio de Janeiro, mas trazem apenas pequenas marchas. É a partir do dia 06 que as mobilizações começam a ganhar força nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, antes de se espalharem de vez pelo país.

Já durante a manifestação realizada no dia 13 do mesmo mês, mais de 30 pessoas foram presas por porte de vinagre (Imagem 1), o que também gerou revolta por parte da população, uma vez que o vinagre é usado para amenizar os efeitos tanto do gás lacrimogêneo quanto do spray de pimenta, e é permitida a sua utilização no Brasil.

---

<sup>4</sup> Os termos ‘meios tradicionais’ e ‘mídia tradicional’ referem-se às instituições midiáticas e aos ofícios clássicos de mídia, tais como o jornalismo e a publicidade.

Quanto a este episódio, no dia 14 começaram as manifestações online, mais especificamente na página Eu me chamo Antônio, tanto no Instagram quanto no Facebook. Na postagem em questão, via-se um escrito com a seguinte frase: Eu acredito em vinagres, ao lado de duas moedas de 10 centavos, representando o valor do aumento da tarifa dos ônibus (Imagem 2). A mesma chegou a 1150 likes no Instagram e 6,6 mil no Facebook, além de 2,2 mil compartilhamentos, logo se espalhando pela internet e chegando às ruas durante as manifestações do dia 20 de junho.

Imagem 1: 13 de junho de 2013: Polícia Militar reprime manifestações com bombas e balas de borracha



Foto: Reprodução Juliane Souza/G1

Imagem 2 - Print da fanpage de Eu me chamo Antônio



Fonte: Eu me chamo Antonio (Facebook) (2013).

O Cartaz da imagem 3, logo abaixo, está no G1 numa seção que traz como título ‘cartazes das manifestações’ e no site jornalístico a imagem obteve 5 comentários, dentre este está o comentário da garota da foto identificada como Inaê Lima que diz: ‘Sou eu a garota da foto. Bom eu tirei essa frase de uma página de poesias. Como poesia cada um interpreta de um jeito, minha interpretação foi: Eu acredito em todos os manifestantes, ou seja, eu acredito no povo.’ Em um post seguinte ela repete: ‘A garota da foto sou eu. Eu tirei essa frase de uma página de poesias do Facebook, E como poesia cada qual tem sua interpretação, a minha interpretação foi: Eu acredito em cada um dos manifestantes, ou seja, EU ACREDITO NO POVO’.

Como tema do vinagre, o cartaz torna-se símbolo de uma luta e de resistência e faz remeter a outros meios que também circularam com esta simbologia, tais como as camisas e charges. Outros cartazes com o tema do vinagre circularam nas redes digitais,



uns marcando a presença do *Anonymous* nas Manifestações de Junho no Brasil (Imagem 4).

Imagem 3: Cartaz ‘Eu acredito em vinagres’

Imagem 4 Cartaz V de Vinagre



Fonte: Caio Kenji/G1 (2013).



Fonte: politicavoz/umbl (2013)

A imagem 4 é uma foto posada, postada no blogging Tumblr. O manifestante que segura o cartaz não aparece. No cartaz o V é representado do mesmo modo que na série ‘V de Vingança’. O cartaz traz ainda o desenho do personagem principal da série, Guy Fawkes, e por trás uma garrafa de vinagre. O cartaz está originalmente no Tumblr, uma plataforma blogging que permite aos usuários publicarem: textos, imagens, áudios... Comumente, no Tumblr há um predomínio de imagem sobre os textos. Junto à postagem da imagem deste cartaz há outros, além de vídeo da manifestação. O cartaz aparece no perfil do ‘Política Voz’ e a postagem obteve 15 *reblogs*.

O V de Vinagre remete ao V de Vingança da história em quadrinhos que se tornou série de televisão e o desenho de uma garrafa de vinagre ao lado da imagem do rosto do personagem principal, Guy Fawkes. O cartaz faz referência subliminar à série, adaptando ao contexto da luta de manifestantes com a polícia, que prendeu alguns por porte de vinagre.

O primeiro cartaz, do G1, remete a outras formas de expressão quanto à questão da presença do vinagre nas manifestações, ratificando a concepção de que vários são os sentidos que o cartaz faz gerar, sendo ele um signo vivo que, ao mesmo tempo, reflete e refrata um determinado contexto – sempre responsivo gerador de outros sentidos em um fluxo adiante – como ensina Braga (2012). Isso apresenta o caráter de

rastro do cartaz, uma vez que ao ser observado vai sendo adaptado conforme as técnicas, regras e intenções de cada ambiente e autor (NEVES, 2018).

Ao todo foram mais de 1,25 milhão de pessoas nas ruas espalhadas em mais de 100 cidades do país, durante as manifestações do dia 20 de junho<sup>5</sup>. Nesse momento, as manifestações já tinham ganhado outras reivindicações como saúde, educação, além das questões políticas, como é possível ver no quadro abaixo que mostra a diferença dos motivos e dos cartazes utilizados nas manifestações tanto do dia 13 quanto do dia 20 (Quadro 1).

Quadro 1: manifestação x cartazes

**JUNHO/2013**

<b>DIA</b>	<b>ONDE</b>	<b>MOTIVO</b>	<b>CARTAZES</b>
13	São Paulo	Aumento da tarifa dos transportes públicos	“não aguentamos mais sermos explorados”
20	+ 100 cidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tarifa dos transportes públicos;</li> <li>✓ saúde;</li> <li>✓ educação;</li> <li>✓ segurança;</li> <li>✓ combate à corrupção</li> <li>✓ um sistema político mais acessível à sociedade.</li> </ul>	“eu acredito em vinagres”
			“queremos cura para fome”
			“Dilma chama a educação de Neymar e investe nela”
			“Mais felicidade, menos Feliciano”

Fonte: a autora

Nesta pesquisa, interessou o que estava sendo transformado, ressignificado no processo comunicacional e buscou, no episódio das Manifestações, as regras’ (regularidades e as lógicas do processo) que ajudaram a definir as comunicações em que a sociedade se engaja em eventos específicos. Em um episódio comunicacional têm-se muitos códigos, uma pluralidade de elementos compartilhados. Na propagação e dispersão dos modos de dizer na sociedade em midiaticização, os dispositivos midiáticos

<sup>5</sup> Referência: Protestos pelo país têm 1,25 milhão de pessoas, um morto e confrontos.  
<<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/06/protestos-pelo-pais-tem-125-milhao-de-pessoas-um-morto-e-confrontos.html>>



apresentam-se como um lugar de inscrição (FERREIRA, 2013). Para Braga (2011) os dispositivos se apresentam como um “lugar de observação”, a matriz específica em que cada episódio comunicacional recorre para alavancar a interação. Deleuze (1990) afirma que os dispositivos são como um emaranhado de linhas não lineares, que ao mesmo tempo em que se aproximam também se afastam. A partir da inscrição nos dispositivos, entende-se então que a circulação é acionada.

## **SOBRE O CASO ESTUDADO**

Para a constituição do caso de observação do fenômeno comunicacional nas manifestações no Brasil, em junho de 2013, foram escolhidos cartazes que circularam nas ruas e nas redes sociais a partir de momentos marcantes no conjunto das manifestações durante o mês de junho daquele ano. Em um 1º momento – o início das manifestações contra o aumento das passagens dos transportes públicos em várias cidades do Brasil. Em um 2º momento – a dispersão das causas das manifestações.

Com esta angulação foi feito o aprofundamento e registro do estudo sobre os campos temáticos inter-relacionados na pesquisa: midiaticização, circulação e processos interacionais tentativos. Entre o aporte conceitual e o exploratório, tem se considerado discontinuidades e relações de fluxos nas tentativas do processo interacional através do uso e apropriação dos cartazes. Ou seja, no conteúdo que traz e na ocasião de utilização do cartaz foi possível registrar que na tentativa de comunicação há um ressignificar e um passar adiante interacional, evidenciando uma lógica vigente – nem sempre eficaz ou sensata.

A partir dos desdobramentos dos eventos em análise no primeiro ciclo, percebeu-se a necessidade de aprofundar os estudos, uma vez que seus elementos apontam para certas matrizes interacionais. Deste modo, a pesquisa continuou embasando-se na concepção de Braga (2012) de comunicação tentativa, bastante explorada no primeiro ciclo, mas buscando também novas angulações sobre matrizes, dispositivos e circuitos. Esses eventos comprovam a força da comunicação e seu aspecto tentativo.

O caráter tentativo de tais fenômenos se manifesta na probabilidade variável de atingir os objetivos comunicacionais, em graus de imprecisão próprios aos processos relacionados tanto aos participantes quanto aos dispositivos interacionais acionáveis, no caso deste estudo, os cartazes. Em seu lado probabilístico há diferentes graus de

possibilidade de resultados; enquanto em seu lado aproximativo, diferentes graus de precisão. E para caracterizar e definir o nível de sucesso comunicacional da experiência em questão, diferentes critérios são utilizados já que, ainda segundo o mesmo autor, os mesmos variam de acordo com as intenções do participante e clareza dos enunciados, por exemplo.

Parte importante da história de diferentes sociedades, as manifestações populares são episódios comunicacionais que ocorrem a partir da insatisfação da população em âmbitos distintos, como crises econômicas e mudanças sociais, por exemplo. Nelas os indivíduos protestam, de forma geral, carregando cartazes que servem como sua “voz” trazendo pedidos. E esses episódios comunicacionais podem ser considerados como o lugar onde as regras interacionais são testadas e modificadas (BRAGA, 2012), graças às suas características probabilísticas e aproximativas que indicam que algo pode acontecer, inclusive nada do planejado para a interação específica.

No Brasil uma das manifestações mais emblemáticas ocorreu entre 1983 e 1984, sendo ela a chamada Diretas Já! com o Presidente da República sendo escolhido de forma indireta desde 1964, a população começou a ir às ruas pedir o direito de escolha e de voto. Em janeiro de 1984 cerca de 300 mil pessoas apareceram na Praça da Sé (SP) carregando cartazes e faixas com o dizer “Eu quero votar para presidente” (Imagem 5), além de entoarem “um, dois, três, quatro, cinco, mil, queremos eleger o presidente do Brasil”.

Imagem 5 - *Rough* do cartaz da campanha publicitária em apoio à redemocratização



Fonte: G1

Mesmo o presidente posterior sendo escolhido ainda pelo Colégio Eleitoral, as Diretas Já! abriram as portas para um novo cenário político no país, mostrando o caráter

de ação da comunicação no qual os processos interacionais produzidos pela sociedade, em suas tentativas comunicacionais, vão viabilizando os ambientes de articulação, onde os atores sociais vão exercendo suas estratégias.

Já no ano de 1992, novas manifestações populares ocorreram no país para exigir o impeachment do então presidente, Fernando Collor. Após seu irmão entregar denúncias de corrupção a insatisfação popular, que já vinha presente na população, aumentou. Com isso, em setembro do mesmo ano, cerca de 750 mil pessoas se reuniram nas ruas protestando e carregando cartazes pedindo a saída de Collor, além de muitos estudantes surgirem com o rosto pintado nas cores da bandeira, como forma de protestar.

Mesmo tendo como base as Diretas Já! (Imagem 6), o movimento dos Caras Pintadas (Imagem 7) possui sua singularidade comunicacional, já que os dispositivos interacionais vão sendo modificados pelos contextos e processos institucionais do episódio específico, sendo gerados, mantidos ou transformados. A comunicação desses cartazes se efetiva com o sentido que é transmitido pelo conteúdo presente nesses suportes, (NEVES, 2018), tendo assim uma grande atividade das inferências que vão contribuir para a construção de novos códigos.

Imagem 6: Comício Diretas Já



Fonte: RápidoNoAr (2017)

Imagem 7: Manifestação Caras Pintadas



Fonte: IstoÉ (2016)

No que diz respeito aos movimentos ocorridos já no século XXI, é possível perceber uma nova característica que diz respeito à midiatização. E isso graças à internet, que facilita a disseminação das manifestações, tornando-as mais encadeadas.

Um exemplo disso é a onda de movimentos no oriente médio, chamada Primavera Árabe. Tendo início na Tunísia, a partir da insatisfação da população com a

ditadura então vigente, os protestos rapidamente se espalharam pelos demais países da região. Líbia, Argélia, Egito e Síria são exemplos de países em que a população, a partir do iniciado pela Tunísia, foi às ruas protestar por conta das crises econômicas e a falta de democracia.

Baseando-se nos fenômenos interacionais em questão, percebe-se que as tentativas e resultados obtidos em um episódio comunicacional oferecem uma ressignificação para outras interações. Deste modo, o episódio interacional não termina de fato, pois a partir dele outro inicia, apresentando assim outra visão das matrizes interacionais, sendo ela a dos circuitos de comunicação, passando o fluxo da comunicação adiante.

Por fim, outra manifestação característica da sociedade midiaticizada foi a do Ele Não, movimento histórico de mulheres contra a eleição de Jair Bolsonaro. Apresentando uma nova forma de organização de circulação essa manifestação teve início nas redes sociais, mais especificamente em um grupo do Facebook. A partir disso a *hashtag*, que é uma versão diferente do dispositivo cartaz, espalhou-se e acabou chegando à própria forma de cartaz nas ruas.

Mesmo não sendo o primeiro movimento iniciado nas redes sociais, o Ele Não ganhou destaque porque chegou às ruas, e não só no Brasil. As manifestações contra Bolsonaro tomaram as ruas e ganharam o apoio internacional e de famosas, como Madonna, que publicou uma foto com o #EleNão e sua boca lacrada com o dizer “liberdade” em inglês (Imagem 8). Isso confirma, mais uma vez, a formação de circuitos a partir dos rastros que vão sendo deixados com cada registro, Braga (2012).

Imagem 8: Publicação da cantora Madonna



Fonte: Veja (2018)

Como os cartazes utilizados nos protestos atuais têm um caráter midiaticizado, quando são registrados nas ruas e postados em uma rede social, vão criando tentativas comunicacionais, sendo dispositivos interacionais em circulação.

Imagem 9: Manifestações Ele Não na Inglaterra



Fonte: BBC (2018)

Tem-se, por exemplo, os cartazes confeccionados unicamente para as movimentações do Ele Não, que deixaram rastros na internet e ganharam uma nova significação alcançando diferentes países, como é o caso da Inglaterra, onde as mulheres foram às ruas com cartazes e bexigas roxas com o dizer #NotHim (Imagem 9).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a experiência de pesquisa foi possível pensar o comunicacional, as características que ajudam a demarcar a área da comunicação e o seu caráter interdisciplinar. Compreendeu-se que comunicação é processo e que o tempo todo, a partir de seus registros e circulação, está se ressignificando, com suas tentativas sendo testadas e modificadas.

Dos resultados obtidos destacam-se: registro histórico breve sobre a utilização dos cartazes como ‘voz’, instrumento participante de um processo de comunicação de manifestações de rua, até a sua inserção nas redes sociais, por meio da fotografia e postagem e transformando seu conteúdo em *hashtag*, por exemplo.

Essas tentativas comunicacionais acabam gerando os chamados dispositivos interacionais, como apresentou Braga (2017), sendo processos e modelos que são compostos, essencialmente, por códigos e inferências. E apesar dos processos de interação possuírem regras pré-estabelecidas, vale ressaltar que as mesmas se

modificam de acordo com seu uso, produzindo-se à medida que há tentativa de estabelecer interações.

Por fim, esses episódios históricos de manifestações também mostram como as interações ocorridas se espalharam entre os meios, extravasando e criando tipos distintos de circuitos de comunicação que, em suma, caracterizam-se pela utilização da saída de um dispositivo internacional como componente de entrada em um outro dispositivo, gerando uma circulação e uma comunicação contínua (BRAGA, 2017).

## REFERÊNCIAS

BRAGA, J. L.; CALAZANS, R. et. al.. **Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade**. Campina Grande: EDUEPB, 2017.

BRAGA, J. L. Uma teoria tentativa. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós- Graduação em Comunicação** | E-compós. Brasília, v.15, n.3, set./dez 2012.

\_\_\_\_\_. Dispositivos interacionais. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação. In: **XX Encontro da Compós**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de junho de 2011.

DELEUZE, G. Que és un dispositivo? In: BALIBAR, E.; DREYFUS, H.; DELEUZE, G. et al. **Michel Foucault, filósofo**. Barcelona: Gedisa, 1999. p. 155-163.

FAUSTO NETO, A.. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: BRAGA, J. L.; FERREIRA, J.; FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G. (Orgs.). **10 perguntas para a produção do conhecimento em comunicação**. São Leopoldo-RS: Ed. UNISINOS, 2013, p.43-64.

\_\_\_\_\_. A circulação das bordas. In: FAUSTO NETO, A.; VALDETTARO, S.. **Mediatización, sociedad y sentido: diálogos entre Brasil y Argentina**. Rosário, Argentina, Agosto, 2010, p. 2-17.

\_\_\_\_\_. Fragmentos de uma analítica da midiatização. In: **Matrizes**, n.2, Abril, 2008, São Paulo, p. 89-105.

FERREIRA, J.. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições? In: BRAGA, J. L.; FERREIRA, J.; FAUSTO NETO, A.; GOMES, P. G. (Orgs.). **10 perguntas para a produção do conhecimento em comunicação**. São Leopoldo-RS: Ed. UNISINOS, 2013, p.140-155.

NEVES, M. M. P. M. das. **Muito além da cartolina: cartazes circulantes de manifestações sidiatizadas**. Curitiba: Appris, 2018.



---

NEVES, M. M. P. M. das. **Cartazes circulantes: atores, instituições e ambientes de manifestações midiaticizadas**. 2017. 193 f. Tese (Doutorado). Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Leopoldo, RS, 2017.

ROSA, A. P. da. Imagens-totens e circulação: a chancela jornalística no caso Michael Jackson. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - E-compós**, Brasília, v.17, n.2, mai./ago. 2014.

SGORLA, F. Discutindo “o processo de midiaticização”. **Mediação**, Belo Horizonte, v.9, n.8, jan/jun. de 2009.