

SOBRE A PRODUÇÃO DE PÔSTERES

Luci Hildenbrand (FaEL-NUTE/PROEG/UNIG)

A presença de pôsteres em eventos técnico-científicos é cada vez mais freqüente, podendo-se mesmo dizer que se consolida uma estreita relação entre o meio de comunicação e as ações em Extensão desta natureza. O número deles cresce, aumenta, avança em escala considerável nas intervenções de educação não formal, relacionadas às diferentes áreas de conhecimento. O olhar atento dos profissionais que produzem a tecnologia percebe o forte consorciamento entre os recursos da informática e os da comunicação pedagógica, havendo prevalência dos primeiros sobre os segundos. Gerar pôsteres parece nunca ter sido tão fácil: em nosso imaginário faz a tecnologia eletrônica dar conta de tudo, daí sua suposta onipotência não ser posta em dúvida.

Tecnologias não substituem os homens; elas não fazem nada sem eles: é o homem quem as concebe, quem lhes atribui sentido e quem as explora de forma criadora, inovadora ou não. Não há assim como gerar pôsteres de altíssima qualidade didático-pedagógica, se os fundamentos da comunicação educativa não forem observados. O que se está dizendo é que não basta conceber sem esmerilhamento aquilo que se pretende obter por meio da produção gráfica visada. Há que se pensar, com cuidado e de maneira minudente, em cada um dos elementos imagéticos do material de comunicação, pois, como diria conhecido provérbio, há mais espaço entre o céu e a terra do que pode supor nossa vã filosofia.

Se a tecnologia por si não consegue, então, originar materiais de comunicação e educação irretocáveis, como enfrentar o desafio?

Por mais distante que a resposta à pergunta pareça, cabe-nos levantar algumas questões no sentido de aguçá-la ainda mais: pode uma máquina fotográfica de última geração garantir perfeita nitidez à determinada imagem, a partir da regulagem automática de seu foco? Conseguirá a mesma máquina assegurar, por si, certo enquadramento ou ainda decidir os elementos imagéticos que constarão do primeiro plano da foto? A máquina fotográfica em questão será capaz de excluir parte da cena visualizada ou, ainda, incluir outra que seja tão ou mais procedente à boa composição visual?

Pelo menos as respostas às duas destas indagações podem ser a mesma; aliás, podem estar expressas numa única e categórica negação: Não! Um 'Não' que faz lembrar um spot de rádio que há tempos atrás comunicava aos ouvintes que, embora vivamos num mundo plenificado de tecnologias, elas de nada servem sem a presença e a interferência do homem. A essência desta comunicação é absolutamente aplicável à produção de pôsteres – a tecnologia informática é instrumento favorável à geração do material que queremos, mas somos nós que tomaremos estas decisões já que parte delas é mormente de natureza didático-pedagógica – um terreno árido para muitos especialistas.

Não há dúvidas que precisamos ter clareza de que pôsteres são meios ou materiais impressos de comunicação e, como tal, isto já pressupõe a existência de limites e possibilidades. Do mesmo modo, convém lembrar que, por serem materiais fixos, não podem acolher imagens cinéticas e que, além disto, sendo materiais visuais, não lidam com nenhum elemento de áudio. São, enfim, tecnologias visuais, destituídas de qualquer movimento imagético e de sonoridade.

Rabaça e Barbosa (1987), em seu Dicionário de Comunicação (1987), apresentam o termo como sinônimo de cartaz – um anúncio de grandes dimensões, dotado de formatos variados, impresso em papel de um só lado e que, em geral, faz uso de cores. De fato, pôster e cartaz são meios de comunicação gráfica, o que lhes garante a apropriação dos elementos integrantes da linguagem particular aos materiais da categoria a que pertencem: os impressos ou visuais.

De acordo com outras fontes - Oxford Advanced Learner's Dictionary (1993), o Le Micro Robert (1988) e o Novo Dicionário da Língua Portuguesa (Ferreira, 1976) – a decodificação é a seguinte: pôster é “a large placard displayed in a public place (...)” (p.966); uma “grande photo a afficher” (p.788); um “impresso de grande formato, próprio para a afixação em ambientes amplos ou ao ar livre, e que traz anúncio (...) com acentuado aspecto visual” (p.289).

Em síntese, a consulta ao termo propicia a reiteração de algumas idéias básicas: pôsteres são materiais impressos em uma única face e podem assumir formatos e tamanhos diversos em eventos diferenciados, não havendo na literatura padronização para tais quesitos; pôsteres desenvolvem tema único que, via de regra, se faz comunicar por meio de texto, ilustração(ões), layout e cor(es), e ficam dispostos em espaços públicos – áreas não necessariamente cobertas por onde circulam pessoas especialmente interessadas nos temas técnico-científicos trazidos pelos trabalhos em exibição.

Sagüões, salões, corredores, halls, galerias e jardins cobertos são alguns dos possíveis espaços físicos onde pôsteres podem ser instalados por intermédio de painéis fixos ou móveis, produzidos em materiais como o acrílico, a fórmica, o eucatex, o vidro, o plástico rígido, o aramado, a cortiça, a finíssima trama do arame.

Eventos mais elaborados podem incorporar sistemas de iluminação e sonorização, plantas ornamentais, peças decorativas (sofás, mesas de centro, arranjos florais, bares) e serviço de buffet aberto ao grande público, visando a aclimatação do ambiente no qual estarão em destaque os trabalhos expostos. Em tais circunstâncias, várias empresas especializadas se ocuparão da organização meticulosa da área em que pôsteres concorrerão com outros meios de comunicação (painéis luminosos, vídeos, mapas, simulações etc) na disputa pela atenção do público presente.

Ao expositor compete preparar-se para fazer uma apresentação exitosa, o que abarca todo o volume de práticas e decisões que antecede à exibição do pôster propriamente dita. Não raro, numa primeira instância, deve-se produzir um resumo do conteúdo a ser tratado pelo material impresso e, em seguida, aguardar o manifesto da entidade promotora do evento que, num prazo pré-definido, expressará seu interesse em

acolher o tema proposto ao lado de outros igualmente selecionados. Claro é que a segunda etapa implica avaliação do que fora proposto na primeira e, com base nos critérios estabelecidos, decide-se pela procedência da exposição do trabalho no evento, até então apenas situado como um breve texto.

Não é absurdo supor que a importância político-social e a dimensão técnico-científica de um acontecimento extensionista interfira – ou pelo menos deva interferir – na adoção dos critérios de seleção dos trabalhos. Assim, considerando a propriedade de tal suposição, tornase conveniente que autores de pôsteres debruçem-se sobre seus textos-resumos para que, gerando originais de qualidade, maximizem as possibilidades de aceite de sua proposta. Obviamente que o presente texto não irá cuidar deste assunto, pois isto caberia a outro trabalho; aqui há tão-somente rápida referência à questão pelo fato de ser muito evidente a interligação entre uma coisa e outra, isto é, entre produção do resumo e aceitação do pôster para apresentação na ação em Extensão.

De posse da carta de aceite do trabalho, passa-se propriamente à elaboração do pôster. A princípio, devemos refletir sobre alguns pontos que parecem fundamentais: o que dizer? para que dizer? para quem dizer? e como dizer?

Entendemos que as respostas relacionadas às questões revelem-se óbvias a quem produz pôsteres há algum tempo, entretanto, admitimos que, pelo menos, duas delas - o que dizer? e de que maneira fazer? – mereçam ser analisadas numa dimensão de maior aprofundamento.

A priori temos uma idéia geral sobre o que será dito, expresso ou comunicado, do mesmo modo que temos grau de conhecimento acerca da natureza do meio de comunicação em pauta: os comentários tecidos anteriormente objetivaram criar base para uma nova compreensão – a de que a natureza do meio intervém sobremaneira na forma pela qual a mensagem será revelada. Assim, se pôsteres são meios que ficam expostos em ambientes de livre acesso e circulação, eles são apreciados por pessoas em movimento, cuja atenção, muitas vezes, achase dividida com outros elementos – por exemplo, seus particulares interlocutores. Desta sorte, vários fatores precisam ser levados em conta na hora em que se concebe o planejamento do material, pois, pôsteres são lidos por transeuntes expostos a vários estímulos simultâneos (falas próximas, falas distantes, ruídos do ambiente, paisagem externa, condições de iluminação, número de trabalhos expostos e disposição aero-espacial, comunicabilidade do apresentador, dentre tantas possibilidades).

E assim, o desafio está colocado: como chamar a atenção do público circulante? Há que se descobrir saídas que viabilizem captar e prender a atenção do target, e, para tanto, temos que tratar com cuidado a(s) mensagem(ns) trazida(s) pelo título, pelo(s) texto(s), pela(s) cor(es), pelo(s) gráfico(s), pela(s) fotografia(s), tabela(s), figura(s) etc. Temos ainda que tomar outras decisões: os melhores tamanhos e tipos de fonte capazes de facilitar a visualização da mensagem; os adequados contrastes de cores que devem existir entre os vários elementos gráfico-visuais (letrero e fundo, figura e fundo, figura e texto, por exemplo), bem como a harmonia do conjunto; o melhor arranjo visual dos elementos comunicativos; os atributos redacionais da mensagem (clareza, simplicidade, objetividade,

precisão e suficiência, logicidade ideativa, para citar); os possíveis meios de contato com o expositor (e-mail, telefone, instituição).

A validação de conteúdo do material recém planejado será certamente bem-vinda e necessária: é conveniente pedir a colegas da mesma especialidade que analisem o teor do pôster concebido quanto à sua exatidão técnica. Tal cuidado poderá evitar que o expositor incorra em deslize(s) técnico(s) que lhe(s) tenha(m) passado por despercebido. Especialistas em Letras, com seu olhar especialmente diferenciado, também poderão dar notícias sobre a comunicabilidade do material e, em decorrência, opinar sobre o uso devido da língua materna.

Depois de todos esses preparativos, finalmente é chegada a hora de se gerar o pôster. Estando a parte didático-pedagógica bem definida, os recursos da tecnologia informática passarão finalmente a ser explorados. E, com igual cautela, serão analisados, apreciados, para que possam permitir a geração de um produto de comunicação de qualidade considerável. O olhar sensível do autor do trabalho, conjugado às contribuições do especialista em comunicação/programação visual/informática, imporá diferença na forma final da produção. Então, fica posto que a geração de um material de comunicação e educação requer tanto o conhecimento técnico-científico quanto o didático-pedagógico referente às etapas da produção, mas que, além delas, há que lidar a todo o tempo com as virtudes solicitadas àquele que faz ciência, por exemplo: disponibilidade de tempo para refletir sobre o objeto de estudo, curiosidade para investigar o desconhecido, paciência para propor e testar alternativas de abordagem do problema, cautela e critério na hora das tomadas de decisão em relação ao material que está sendo produzido, observação sagaz para ver além daquilo que é facilmente visível, humildade para aceitar as falhas cometidas, coragem para criar e percorrer um novo caminho na produção do material de comunicação e educação. Enfim, a qualidade final do produto exposto (pôster) depende de múltiplos fatores. que são facilmente administráveis pelo especialista. o autor do estudo. desde que esteja aberto a isto.