

---

## ***PostSecret*: percursos da intimidade postal<sup>1</sup>**

Giovana dos Passos COLLING<sup>2</sup>

Luis Felipe Silveira de ABREU<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

### **Resumo**

Este trabalho tem por objetivo investigar o funcionamento do *PostSecret* enquanto projeto artístico que atualiza os conceitos de cartão-postal, arte postal e correspondência. O *PostSecret* é um blog em que são expostos cartões-postais anônimos contendo segredos pessoais. Inicialmente, retoma-se os conceitos para, após, trabalhá-los na análise. Percebemos que o *PostSecret* é uma forma de arte postal que opera a partir da intimidade, porém, diferentemente das correspondências tradicionais, pois não há marcas de autoria e está exposto na internet.

**Palavras-chave:** *PostSecret*; correspondência; arte postal.

### **1. Introdução: primeiras correspondências**

O *PostSecret* é um projeto de arte postal coletiva criada pelo artista Frank Warren em 2005. O principal meio de divulgação do projeto é um blog (*PostSecret.com*) em que são publicados postais anônimos com segredos dos indivíduos. Os sujeitos elaboram seus cartões-postais apresentando uma narrativa pessoal que utiliza-se geralmente de uma produção escrita e, que por vezes, dispõe de elementos não-verbais, como fotografias, desenhos e colagens. A cada semana novos postais são publicados e os anteriores apagados. Além destes postais estarem no blog, são realizadas exposições em museus e publicações de livros. Nos postais não há um sujeito de enunciação específico e, nem mesmo, um contexto definitivo que possa ser apreendido. Percebemos que este objeto funciona de maneira singular e, por este

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de graduação de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, FABICO/UFRGS. Integrante do Grupo de Pesquisa Semiótica e Comunicação (GPESC). E-mail: giovanacolling@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Integrante do Grupo de Pesquisa Semiótica e Comunicação (GPESC). Bolsista Capes. E-mail: paraluisabreu@gmail.com

---

motivo, buscamos investigar de que forma estes postais acabam por atualizar as conceituações a respeito do postal, da arte postal e do estatuto da correspondência.

O cartão-postal passa a ser abordado aqui enquanto objeto de estudo da Comunicação e, por este motivo, visamos compreender de que forma é conceituado em alguns estudos da área, mas, também, trabalhando-o a partir do campo das artes. Então, primeiramente é feita uma retomada da história do postal e sua caracterização enquanto tal utilizando Martins e Oliveira (2011), Velloso (2000), Cadena (2004), entre outros. Após, passamos a prática artística da arte postal (mail-art) para entender suas possibilidades tendo como base, principalmente, os escritos de Zanini (1985), Nunes (2004), além de Correia e Martins (2011). Por fim, analisamos as atualizações conceituais vistas no objeto empírico escolhido, o *PostSecret*.

## **2. Os caminhos do postal**

### **2.1. Bilhete-postal: afeto e intimidade**

O cartão-postal começou a circular formalmente no fim dos anos 1860 e com o decorrer do tempo passou de um simples bilhete à um cartão ilustrado. Para Martins e Oliveira (2011) e Zanini (1985) o bilhete é um meio de comunicação de massa e também marginal, visto que após ampliar a sua difusão passa a ser um meio de fácil acesso à população e que possibilitava estabelecer relações para além do circuito de comunicação tradicional. Geralmente possui uma imagem na parte da frente e um espaço para a escrita na parte de trás, é enviado através dos correios e leva um selo postal. Como afirmam Correia e Martins (2011, p. 1), ele é “aberto e fechado à leitura, público e privado, oferecendo-se à apropriação do seu utilizador [...] sedutor enquanto meio de comunicação e enquanto objecto de colecionismo [...]”. Seu principal uso era para a comunicação interpessoal, mas, também, tornou-se objeto comercial, publicitário, turístico, político, entre outros.

De acordo com Velloso (2000), os primeiros anos do século XX foram o período dos ‘anos dourados’ do cartão-postal, que passando a se utilizar da fotografia e das técnicas dessa difundiu sua produção e consumo. Dessa forma, os postais acabaram por gerar alterações para a própria fotografia, estabelecendo “[...] novo formato à fotografia (9 x 14 cm ou 14 x 9 cm), ampliando sua circulação, que nesta época já ultrapassara o

---

âmbito privado, sendo veiculada no Brasil a partir de 1904 pelas páginas das revistas ilustradas” (VELLOSO, 2000, p. 114).

Dentre os mais variados usos, o turismo foi um dos primeiros segmentos a trabalhar com os bilhetes postais. Estes, como afirma Velloso (2000, p. 120), “[...] através de suas imagens de cidades e paisagens, permitiam muitas vezes a realização destas viagens apenas no campo da imaginação, já que nem sempre era possível concretizá-las no mundo real [...]”.

O uso publicitário do meio, ao que consta, foi empregue a primeira vez pelo Royal Polytechnic de Londres, como afirma Cadena (2004) ao tratar do postal como mídia. Em geral na parte da frente do postal constava uma imagem do produto e no verso uma mensagem escrita, que elencava os atributos do mesmo e trazia mais informações sobre a forma de adquiri-lo. No Brasil os próprios anúncios seguiam os padrões estéticos da *belle époque*. Cadena (2004) ainda afirma que as revistas parisienses foram de grande importância para a popularização da nova mídia, o postal.

No Brasil, segundo Cadena (2004) o cartão-postal ingressou por iniciativa do fotógrafo Castro Moura em 1901. Esse meio proporcionou uma maior disseminação de imagens no cotidiano social. Os postais passaram a ser item de colecionismo principalmente entre as mulheres da elite. Esses bilhetes davam a ver as novidades do período da *belle époque* representando um mundo desconhecido: anunciavam os automóveis, o fonógrafo, o cinematógrafo, entre outros (VELLOSO, 2000).

O postal possibilita diversos cruzamentos entre autores-remetentes e destinatários, cada um pode ser produtor e consumidor simultaneamente. (VELLOSO, 2000). Segundo Correia e Martins (2011, p. 3) cada bilhete é singular, pois contém uma mensagem e um percurso único: “A experiência comunicativa que cabe num bilhete-postal supõe uma constituição de espaços e tempos diferentes, uma travessia do tempo e do espaço, que liga ao mesmo tempo que separa destinador e destinatário”. Ainda, vale destacar a relevância dos aspectos verbais e não-verbais nos bilhetes, visto que

[...] o fato de que o que foi escrito nos cartões nem sempre ser exposto mostrou-nos a importância de se analisar além da imagem, a parte da mensagem verbal, que muitas vezes será o que não está revelado no conteúdo das imagens, os seus silêncios. Por isso, a necessidade de articular a escrita à imagem, explorando todas as informações contidas nos cartões. (VELLOSO, 2000, p. 116).

---

Esses elementos verbais, em um primeiro momento, não eram muito empregados visto que o espaço do cartão é reduzido. Como afirma Velloso (2000), este espaço acabava por condicionar a prática da escrita. Entretanto, com a maior utilização do meio, a escrita passou a ocupar todos os espaços disponíveis, até mesmo a parte da imagem e o espaço entre as linhas já estabelecidas. Essa condição, acabava por dificultar a leitura tanto da imagem como da mensagem verbal. Ainda assim, este postal durante seu envio estava exposto visto que “Com a não obrigatoriedade do uso de envelope na remessa de postais, perdia-se de certa forma a privacidade da correspondência” (VELLOSO, 2000, p. 117).

Martins e Oliveira (2011) ressaltam que esta forma de correspondência servia para comunicar à amigos e familiares informações que não poderiam ser divulgadas no espaço público, contudo, como já visto, por estar acessível aos olhos alheios a privacidade da mensagem não estava assegurada. Os autores ainda afirmam que “O bilhete-postal esteve sempre ligado às formas mais íntimas da comunicação interpessoal. (MARTINS; OLIVEIRA, 2011, p. 8) e, assim, este meio perpassa as interações íntimas e de afeto dos indivíduos e da sociedade. Para Velloso (2000), estes bilhetes são fragmentos que podem trazer pensamentos variados e recortes de momentos importantes, acabando por caracterizar o cotidiano dos indivíduos.

Turkle, ao conceder uma entrevista a Casalegno (1999), apresenta o funcionamento do correio pneumático e expõe a sua concepção sobre a intimidade nas trocas de correspondências. A entrevistada afirma que estes envios costumavam ser usados para mensagens mais importantes e privadas, como para se desculpar, marcar um encontro, mandar felicitações, entre outros. Utiliza, como exemplo, Paris e seu sistema pneumático para envio de correspondências, que funcionava através da impulsão de tubos, com os materiais, por ar pressurizado. Esses envios, por causa da tecnologia, chegavam rapidamente aos seus destinatários e, por este motivo, para Turkle:

Aquilo que a tornou tão íntima, acho, foi a experiência de escrever-se alguma coisa e poder sonhar que, em apenas uma hora, o outro sentiria o intenso desejo de comunicar-se rapidamente. Havia a fantasia do 'eu a escrevo, tu a lês', não instantaneamente, mas quase”. (CASALEGNO, 1999, p. 121).

Esta é uma das possibilidades para se pensar a intimidade destas correspondências, pois, ao que parece, outros autores como Martins e Oliveira (2011),

---

acreditam que não é a rapidez que a faz íntima, mas o próprio meio. O postal enquanto suporte que possibilita a expressão de relações privadas, mas, que também, por suas especificidades viabiliza a violação dessa intimidade. Para Correia e Martins (2011, p. 7), o bilhete possui uma estética própria e no momento “[...] se a sua função de meio de comunicação interpessoal recuou consideravelmente, a sua função de objecto-imagem mantém-se por toda a parte, desde os escaparates dos museus, às lojas de *souvenirs*, aos *stands de freecards*”.

## **2.2. Arte-postal: contestação e colaboração**

A arte postal consiste em uma prática artística que se utiliza da troca de correspondências para produzir um movimento contínuo de criação. Essa prática recorre ao movimento dos correios e pode fazer uso de diversos meios, como o cartão-postal, a carta, os selos, e outros materiais que se adequem às formas de envio. Também chamada de Arte Correio, era utilizada esporadicamente por artistas, como Marcel Duchamp, mas teve sua ascensão em 1962 a partir da criação da *New York Correspondance School of Art* pelo artista americano Ray Johnson. Assim, tornou-se ainda mais expressiva nas décadas seguintes. Como afirma Zanini (1985), a partir da arte postal os artistas puderam demonstrar sua insatisfação com o sistema de arte vigente e, também, testar novos materiais e impactar de outra forma na coletividade.

Esta prática insere-se como uma das formas da Arte Conceitual, que confere à arte um espaço de experimentação e de questionamento. Não visa-se a contemplação e a centralidade do objeto artístico, mas o conceito com que o processo trabalha e, por vezes, sua relação com o cotidiano (NUNES, 2004). A arte postal surge do movimento de artistas que se mostravam descontentes com a área e propuseram, assim, ampliar a difusão artística: “Para o artista postal, a arte é um produto de comunicação e não uma mercadoria” (PIANOWSKI, 2018). Para Plaza (2006), é uma ‘ação anartística’, que questiona a propriedade da obra e percebe a arte enquanto processo.

Conforme afirma Bruscky (2006), no período de surgimento da arte postal, a arte oficial e a comunicação estavam cada vez mais vinculadas ao mercado capitalista, beneficiando algumas categorias e trazendo danos ao segmento. Então, esta prática se mostra como uma alternativa possível de contestação, pois é ‘antiburguesa,

---

anticomercial e anti-sistema’ e, dessa forma, confere à arte o direito de informar, protestar e denunciar.

A arte postal favoreceu o relacionamento de artistas de diversas localidades, como afirma Zanini (1985), ainda que este meio acabe por impor uma periodicidade para estas trocas. Esses envios, para Pinheiro (2017), são condicionados à uma espera proposital, à um certo acaso de seus caminhos. Os artistas, enquanto questionadores do *status quo*, se uniram para dar força às suas práticas autônomas, criando novas formas de divulgar e colocar em diálogo seus projetos.

Através da arte postal, os artistas estabelecem uma nova rede da arte, que por meio do correio faz as correspondências circularem: “O correio é usado como veículo, como meio e como fim, fazendo parte/sendo a própria obra” (BRUSCKY, 2006, p. 375). Essa rede funciona de forma livre e de acordo com o fluxo do correio, não possuindo regras preestabelecidas. Nada impede que as produções da rede sejam expostas, pois, como coloca Nunes (2017, p. 85), de qualquer forma “[...] é no trânsito entre os endereços, lugares e tempos, que essa arte encontra seu principal lugar de exibição”.

Tanto Plaza (2006) quanto Zanini (1985) concordam que o emprego de um canal de comunicação é central para a arte postal. Zanini ressalta que esta prática não se utiliza do meio de forma tradicional e também não é um simples envio de um material artístico, é um processo que ocorre nas trocas. Plaza (2006, p. 454) declara: “[...] é Mail Art todo material ou informação que entra no seu fluxo e que tenha como dominante a função comunicativa”. Essa atividade gera novas possibilidades comunicacionais e estruturais para o fazer artístico.

Pinheiro (2017) atenta também para a questão da autoria na arte postal, ressaltando que em geral não há marcas de autoria. O cartão passa por diversos sujeitos, estabelecendo ligações entre artistas, sem que haja identificação. Essa produção se estabelece como prática colaborativa, com trocas entre múltiplos indivíduos até o retorno a um dado produtor ou local. Contudo, alguns artistas optam por deixar registros de sua autoria, o que segundo Pinheiro (2017, p. 59) não infringe os princípios da arte postal, pois não há regras para sua produção, consumo e circulação: “[...] seu terreno ideal é o da construção orgânica, da espontaneidade e da disposição sem expectativa. A vida mesma”. Para além de uma definição permanente:

“[...] é bom lembrar que, mais do que arte, a arte postal é caminho, é mapa, é relação com outrem, é espaço, é tempo, é equiparação de poderes e troca de papéis entre remetente e destinatário, é articulação de uma mensagem, é presente oferecido e presente recebido [...]” (PINHEIRO, 2017, p. 78).

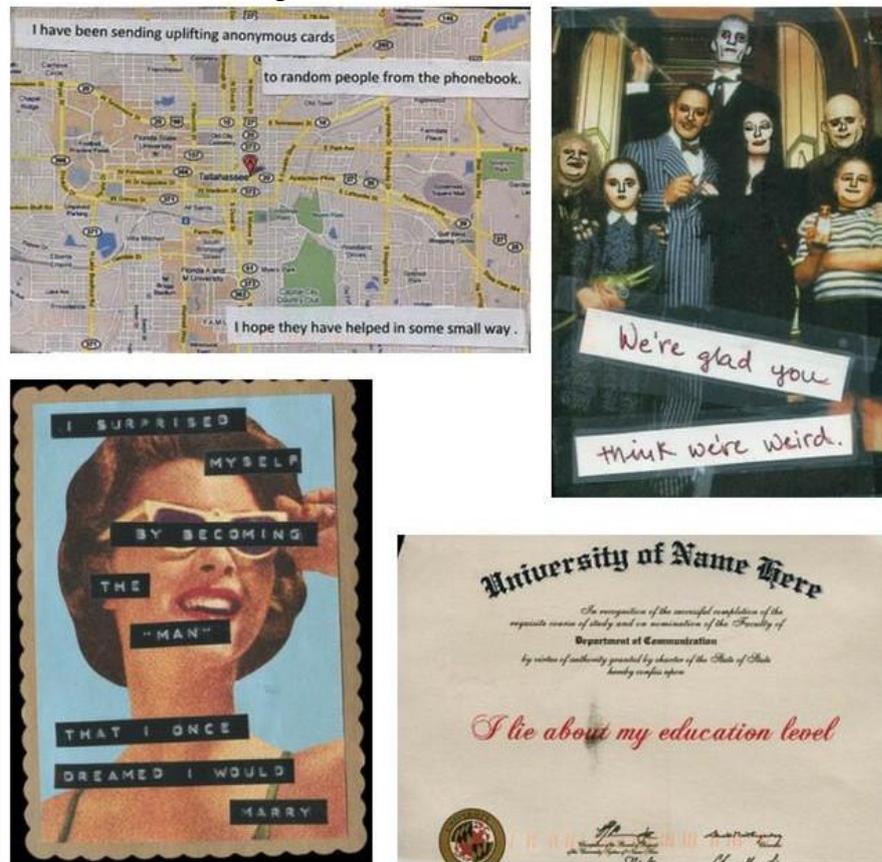
Correia e Martins (2011) trabalham com os postais na contemporaneidade. Para as autoras, há uma saturação imagética, o que possibilita a reapropriação, subversão e transgressão principalmente através de manifestações artísticas. O postal é evidenciado como um dos meios que pode neutralizar o excesso de imagens que são impostas, por meio da transgressão das imagens, através de *remake*, *mashup*, reciclagem, entre outros. As pesquisadoras, assim, apresentam manifestações artísticas contemporâneas que se utilizam dos postais, como o trabalhos dos artistas John Stezaker e Daniel Baufukus, e os projetos *Boring Postcards*, *Real Photo Postcards* e, ao que nos interessa, o *PostSecret*. Estes demonstram a oportunidade de reinvenção do uso da imagem e do próprio meio.

### **2.3. *PostSecret*: anonimato e exposição**

O *PostSecret*, como já apresentado, é um projeto artístico em que são expostos em um blog cartões-postais anônimos contendo segredos pessoais. Para investigá-lo, buscamos trabalhar as definições de cartão-postal, arte postal e correspondência. A partir disso, observamos que o *PostSecret* apresenta a intimidade sob outra perspectiva. Esta vincula-se a noção paradoxal de privacidade na correspondência, estabelece uma nova rede de arte postal e explora as ambiguidades da autoria.

Assim, notamos que as mensagens que compõem os postais do *PostSecret* têm o caráter íntimo que é característico dos cartões-postais ‘tradicionais’ como afirmam Martins e Oliveira (2011), porém operam de forma singular. Os postais não são direcionados à alguém próximo como pressupõem as correspondências, nem mesmo o remetente se identifica ou recebe um retorno. Contudo, as narrativas revelam segredos (Figura 1). Os elementos verbais e não-verbais remontam uma história que parece se dirigir à um confidente próximo.

Figura 1: Postais do *PostSecret*.



Fonte: *PostSecret*, 2018 (composição nossa).

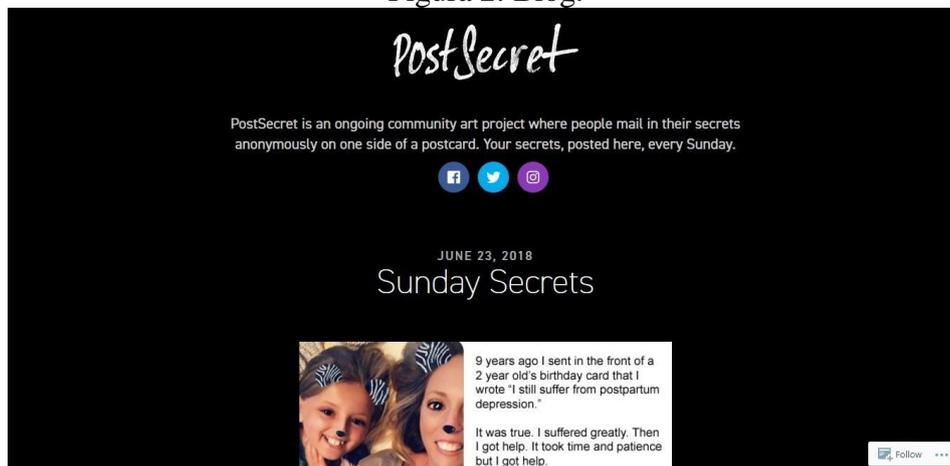
A correspondência ‘tradicional’ já jogava com a intimidade e sua privacidade. O postal, como visto em Martins e Oliveira (2011) era uma forma de comunicação interpessoal, a mensagem deveria permanecer no âmbito privado. Contudo, como salienta Velloso (2000), o próprio meio por suas especificidades possibilitava a quebra do sigilo, visto que o uso do envelope era optativo. No *PostSecret*, esse paradoxo torna-se ainda mais evidente. A mensagem, enquanto segredo, é extremamente íntima, mas quando chega a seu destinatário (e também nesse trânsito), rompe com a fronteira e passa ao âmbito público, propagando-se na internet.

Para iniciar o projeto em 2005, como informa a matéria de Coletto (2018), Frank distribuiu 3 mil cartões-postais em lugares públicos de Washington, Estados Unidos. Os postais já vinham com o endereço preenchido e convidavam os indivíduos a escreverem um segredo pessoal sem se identificar. Diversas pessoas aceitaram a proposta e enviaram os bilhetes, a partir disso, Frank passou a divulgá-los no blog. Observamos que o *PostSecret*, assim, é uma forma de arte postal, que pressupõe uma colaboração e

se estabelece fora do grande circuito de arte. Como afirma Plaza (2006) e Zanini (1985) é no processo e através do meio comunicativo que a arte postal funciona.

A rede que se organiza neste projeto é diferenciada da que se constitui na grande maioria dos projetos de arte postal, pois existe um ponto de chegada delimitado e não há um fluxo contínuo de alteração dos postais. Entretanto, a arte postal não impõe delimitações, desde que a ideia conceitual esteja presente. A rede começa no meio analógico tradicional e passa ao meio digital. Assim, tem-se uma nova forma de rede da arte postal: um espaço do entre, entre correspondência íntima e exposição *on-line* (Figura 2).

Figura 2: Blog.



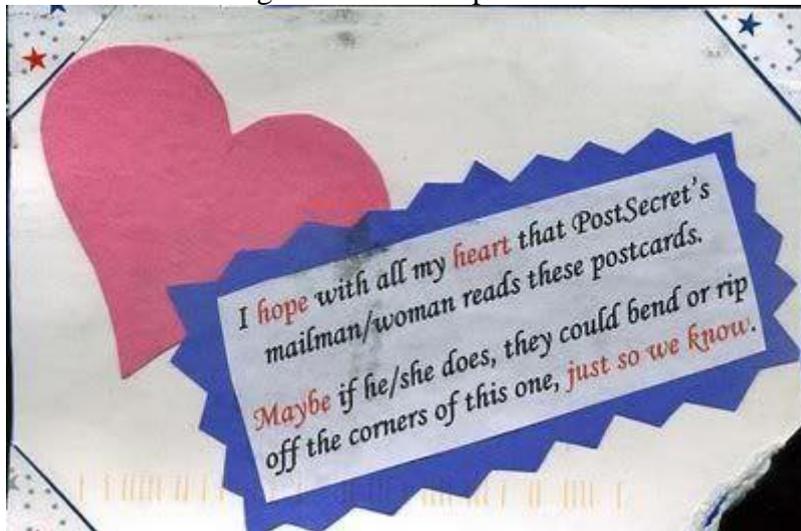
Fonte: *PostSecret*, 2018.

Martins e Oliveira (2011) indicam que a autoria do postal é, também uma marca de sua intimidade. No *PostSecret* vemos uma inversão dessa lógica, já que não há uma autoria explícita e a manutenção da marca do postal enquanto forma comunicacional está apenas em sua estrutura. Esse paradigma nos leva a pensar na ausência de assinatura, a partir de Derrida (1991), visto que, para o autor, a assinatura assegura (e ao mesmo tempo impõe) uma presença anterior do remetente e um certo horizonte de intencionalidade. No *PostSecret*, não há esta possibilidade de vincular-se ao autor, contudo, o segredo contado é de ordem estritamente pessoal. Essa história pessoal relacionada a uma assinatura poderia garantir a correta afiliação com o autor, afinal: “Para que a vinculação à fonte se produza, é preciso pois que seja guardada a singularidade absoluta de um acontecimento de assinatura e de uma forma de assinatura: a reprodutibilidade pura de um evento puro” (DERRIDA, 1991, p. 35). No *PostSecret*, a

ausência de assinaturas subverte a intimidade do sistema do postal tradicional: não há uma relação íntima com o outro sem a marca pessoal, sem a sua autoria.

Percebemos, assim, como o *PostSecret* torna visível uma nova configuração da intimidade. Os postais não circulam em âmbito privado. Já são elaborados para estarem expostos. As próprias histórias íntimas são produzidas para serem vistas. O postal abaixo (Figura 3) reafirma esta intenção: “Espero de todo o coração que o carteiro/carteira do *PostSecret* leia estes cartões-postais. Talvez, se o fizer, eles possam dobrar ou arrancar os cantos deste, só assim nós sabemos”.

Figura 3: Postal expressivo.



Fonte: *PostSecret*, 2018.

### 3. Considerações finais: próximos envios

As atualizações conceituais a que nos referimos ao longo do trabalho são um esforço para dar a ver o espaço entre os conceitos ‘clássicos’ de cartão-postal, correspondência e arte postal, e o modo como eles se reciclam na prática do *PostSecret*. Como vimos em relação à arte postal, se buscava uma forma de revitalização da prática artística por meio dos postais. Já o *PostSecret* demonstra como as propostas desse movimento, como a criação de um circuito anônimo e de auto-alimentação, se reinserem na prática de escrita postal e demonstram novas potências a esse meio comunicacional. A intimidade, que já não estava resguardada nos envios clássicos, aparece no *PostSecret*

---

ainda mais publicizada. O *PostSecret* evidencia como a privacidade da correspondência é uma idealidade e as possibilidades que esta contradição oferece.

Percebemos a necessidade de ainda inquirir: Como se constrói o segredo e a intimidade de um anônimo? Como tratar da privacidade do que é só um traço inscrito? Essas questões apontam para uma noção de que há uma intimidade semiótica, além (e aquém) do indivíduo, construída na estruturalidade do dispositivo discursivo do postal. Com isto, evidencia-se a necessidade de novas explorações, visto que este trabalho foi um primeiro movimento, que nos encaminha à pensar os paradoxos presentes nas atualizações conceituais percebidas no *PostSecret*. A partir disso, buscaremos investigar de que forma o postal do *PostSecret* opera enquanto escritura derridiana. Afinal, percebemos que essas atualizações são mais do que tendências, há um movimento contínuo em funcionamento: a desconstrução.

## REFERÊNCIAS

- BRUSCKY, Paulo. Arte Correio e a grande rede: hoje, a arte é este comunicado. In: FERREIRA, Glória; COTRIM, Cecília. **Escritos de artistas: anos 60/70**. Seleção e comentários Glória Ferreira e Cecília Cotrim, tradução de Pedro Süsskind, et al. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- CADENA, Nelson. O cartão postal como mídia. In: **Propaganda**. v. 49, n. 639, agosto/2004.
- CASALEGNO, Federico. Sherry Turkle: fronteiras do real e do virtual. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 11, p. 117-123, dez. 1999.
- COLETTI, Sérgio. *PostSecret: Segredos, arte e cartões-postais*. Disponível em <[http://obviousmag.org/archives/2010/08/PostSecret\\_segredos\\_arte\\_e\\_cartoes-postais.html](http://obviousmag.org/archives/2010/08/PostSecret_segredos_arte_e_cartoes-postais.html)>. Acesso em <maio 2018>.
- CORREIA, Maria da Luz; MARTINS, Moisés de Lemos. **O postal e a modernidade: memória, imagem e técnica**. In: Imagem e Pensamento (Comunicação e Sociedade, 23), Ed. Grácio Editor/CECS, 2011.
- DERRIDA, Jacques. Assinatura, acontecimento, contexto. In: DERRIDA, Jacques. **Margens da Filosofia**. Campinas: Papyrus, 1991.
- MARTINS, Moisés de Lemos; OLIVEIRA, Madalena. **Postal a postal**. Universidade do Minho, 2011.
- NUNES, Andrea Paiva. **Todo lugar é possível: a rede de arte postal, anos 70 e 80**. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2004.

---

PLAZA, Julio. *Mail Art: arte em sincronia*. In: FERREIRA, Glória; COTRIM, Cecília. **Escritos de artistas: anos 60/70**. Seleção e comentários Glória Ferreira e Cecília Cotrim, tradução de Pedro Süssekind, et al. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

PIANOWSKI, Fabiane. **Arte Postal Arte**. Disponível em: <<http://www.merzmail.net/artepostalarte.htm>>. Acesso em <mar 2018>.

PINHEIRO, Charlene Cabral. **Why are you doing mail art?** dois momentos da arte postal (1979 | 2016) e alguns trajetos da rede eterna. Monografia (Bacharelado em História da Arte) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2017.

VELLOSO, Verônica Pimenta. Cartões-Postais: a família como consumidora-receptora (1905-1912). In: **Anais do Museu histórico nacional**. V. 32 p. 114 - 134, 2000.

WARREN, Frank. **PostSecret**. Disponível em: <<https://PostSecret.com/>>. Acesso em <mar 2018>.

ZANINI, Walter. A arte postal na busca de uma nova comunicação internacional. In: ALVORADO, Daisy Valle Machado Peccini (org.). **Arte novos meios: multimeios: Brasil 70/80**. 2ª edição. São Paulo: Fundação Armando Álvares Penteado, 1985.