



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS – CCET
DEPARTAMENTO DE DESENHO E TECNOLOGIA
CURSO DE DESIGN

**A LINGUAGEM VISUAL
DE CARTAZES NA
POLARIZAÇÃO POLÍTICA
BRASILEIRA: UMA ANÁLISE
DAS MANIFESTAÇÕES DE
MAIO DE 2019 EM SÃO LUÍS
DO MARANHÃO.**


LAÍS NORTON FONSECA DOS SANTOS

São Luís

2022



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS – CCET
DEPARTAMENTO DE DESENHO E TECNOLOGIA
CURSO DE DESIGN




**A LINGUAGEM VISUAL
DE CARTAZES NA
POLARIZAÇÃO POLÍTICA
BRASILEIRA: UMA ANÁLISE
DAS MANIFESTAÇÕES DE
MAIO DE 2019 EM SÃO LUÍS
DO MARANHÃO.**

LAÍS NORTON FONSECA DOS SANTOS

São Luís

2022

LAÍS NORTON FONSECA DOS SANTOS



A LINGUAGEM VISUAL DE CARTAZES NA POLARIZAÇÃO POLÍTICA BRASILEIRA: UMA ANÁLISE DAS MANIFESTAÇÕES DE MAIO DE 2019 EM SÃO LUÍS DO MARANHÃO.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design do Departamento de Desenho e Tecnologia da Universidade Federal do Maranhão, como pré-requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Design

ORIENTADOR: PROF. DR. CARLOS DELANO RODRIGUES

São Luís

2022

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Santos, Laís Norton Fonseca dos.

A linguagem visual de cartazes na polarização política brasileira: uma análise das manifestações de maio de 2019 em São Luís do Maranhão / Laís Norton Fonseca dos Santos.
- 2022.

105 f.

Orientador(a): Carlos Delano Rodrigues.

Monografia (Graduação) - Curso de Design, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2022.

1. Cartazes. 2. Design gráfico. 3. Linguagem visual.
4. Manifestações. I. Rodrigues, Carlos Delano. II.
Título.

A LINGUAGEM VISUAL DE CARTAZES NA POLARIZAÇÃO POLÍTICA BRASILEIRA: UMA ANÁLISE DAS MANIFESTAÇÕES DE MAIO DE 2019 EM SÃO LUÍS DO MARANHÃO.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Design do Departamento de Desenho e
Tecnologia da Universidade Federal do Maranhão,
como pré-requisito para a obtenção do grau de
Bacharel em Design

Aprovado em: ___/___/2022

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Carlos Delano Rodrigues (Orientador)

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Márcio Guimarães

Universidade Federal do Maranhão

Prof^a. Dra. Rosane Zanotti

Universidade Federal do Espírito Santo

**DEDICO ESTE TRABALHO A TODOS AQUELES QUE
ACREDITAM FIELMENTE QUE A EDUCAÇÃO
REVOLUCIONA E LIBERTA.**

AGRADECIMENTOS

Foram incontáveis meses de construção, desconstrução, frustrações e retomada de resiliência. Muitas pessoas foram peças fundamentais na construção desta pesquisa, que, para mim, possui um grande significado, não somente por marcar o encerramento de um dos ciclos mais importantes na minha jornada pessoal, mas pelo que simboliza diante do cenário em que nos encontramos enquanto país.

Agradeço à minha mãe, Iran, minha madrinha, Irane, e minha tia, Benedita, que são as pessoas que mais torcem pelo meu sucesso neste mundo, de forma incansável. Obrigada por me ensinarem que a educação liberta e que eu sou do tamanho dos meus sonhos, não importa quais sejam.

Agradeço aos meus falecidos avós, Maria José e Antônio, que sempre abraçaram os meus sonhos como se fossem deles e que sempre me deram forças quando tudo parecia incerto. Obrigada por terem lutado tanto pela educação e por um futuro melhor para a nossa família. É por isso que eu posso estar aqui hoje.

Agradeço aos meus familiares que não irão poder prestigiar este momento comigo, pois perderam a luta durante a pandemia. O que descansa é o corpo, vocês habitam em meu coração.

Agradeço ao meu orientador, Delano Rodrigues, por ser meu guia nesse processo e às professoras Patricia, Jane Maciel e Rosane, que me inspiraram e me levantaram tantos estranhamentos necessários durante a graduação.

Agradeço a Carlos Eduardo Braga, Carolina Mello, David Ferreira, Igor Carneiro, coletivo Sobre o Tatame e Victória Assunção, pela generosidade ao compartilhar seu acervo fotográfico de luta e por apoiarem o meu trabalho como pesquisadora. Vocês são parte vital deste estudo.

Por fim, agradeço a todos que, direta ou indiretamente, participaram da concepção desta pesquisa.

Não se inicia nem se termina esta trilha sozinha. Obrigada por caminharem comigo.

“Quando é verdadeira, quando nasce da
necessidade de dizer, a voz humana não
encontra quem a detenha. Se lhe negam
a boca, ela fala pelas mãos, ou pelos
olhos, ou pelos poros, ou por onde for”
(EDUARDO GALEANO)

RESUMO

O presente estudo investiga e discute a relação entre a natureza dos conteúdos compreendidos na amostra de cartazes expostos nas manifestações políticas realizadas na cidade de São Luís do Maranhão, em maio de 2019 – emergindo, por um lado, em função do anúncio da medida de corte de verbas destinadas à educação pública, proposto pelo Governo Federal, e, por outro, em apoio ao presidente Jair Bolsonaro e a favor de suas políticas -, e a forma como o discurso foi estruturado nesses suportes em ambos os eixos antagônicos desse enfoque. Elucida-se também os seus pontos de convergência e divergência, validando-se o que essas questões significam para o contexto a partir da elaboração de inferências. Para a realização desta investigação, adotou-se o fundamento teórico-prático da Análise de Conteúdo, proposta por Bardin (2011), priorizando-se a condução de uma análise dialógica do conteúdo a partir das fotografias de 47 cartazes empunhados durante essas manifestações. O diagnóstico do *corpus* evidencia que são traçados paralelos de convergência e divergência do discurso e conteúdo entre ambos os eixos temáticos dos protestos que compõem o foco deste estudo. Desde o modo de mobilização até o ápice, nas ruas, carregando-se cartazes políticos de luta, é demonstrada forte aderência às características inerentes das manifestações midiaticizadas, além das próprias particularidades discursivas de um país que enfrenta um cenário de polarização política e guerras culturais de modo acentuado.

PALAVRAS-CHAVE: Linguagem visual de cartazes; Polarização política; Análise de conteúdo; Manifestações; Corte de verbas na educação pública; Governo Bolsonaro.

ABSTRACT

The present study investigates and discusses the relationship between the nature of the contents included in the sample of posters exposed in the political demonstrations held in the city of São Luís do Maranhão, in May 2019 - emerging on the one hand due to the announcement of the budget cut measure aimed at public education proposed by the Federal Government and by the other in support of President Jair Bolsonaro and in favor of his policies - and the way in which the discourse is structured in these supports in both antagonistic axes of this approach, also elucidating their points of convergence and divergence, as well as validating what these questions mean for the context from the elaboration of inferences. To carry out this investigation, the theoretical and practical foundation of Content Analysis proposed by Bardin (2011) was adopted. In this way, the diagnosis of the corpus shows that parallels of convergence and divergence of discourse and content are drawn between both thematic axes of the protests that make up the focus of this study, from the mode of mobilization to the apex, in the streets, carrying political posters of struggle, demonstrating strong adherence to the characteristics inherent to the mediatized manifestations as well as presenting the discursive particularities of a country that faces a scenario of political polarization and cultural wars in an accentuated way.

KEYWORDS: Visual language of posters; Political polarization; Content analysis; Manifestations; Cut of funds in public education; Bolsonaro government.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cartazes de recrutamento político na Grã-Bretanha e Estados Unidos	17
Figura 2 - Primeiro cartaz produzido em Saint-Flour, 1454. Autoria desconhecida	25
Figura 3 - Aloys Senefelder, 1818, em litografia, por Lorenz Quaglio	26
Figura 4 - “Champfleury - Les Chats”, cartaz de Edouard Manet, em litogravura	27
Figura 5 - Cartaz “Bal du Moulin Rouge”, 1889 (à esquerda) e Cartaz “La Loïe Fuller”, 1893 (à direita)	29
Figura 6 - Cartaz “Au Quartier Latin”, 1894	29
Figura 7 - Cartaz “Grand Bal de Nuit Valentino”, 1869	31
Figura 8 - Cartaz “Jane Avril”, 1893 (à esquerda) e Cartaz “Moulin Rouge, La Goulue”, 1891 (à direita)	32
Figura 9 - Cartaz de convocação de voluntários durante a Revolução Paulista de 1932	35
Figura 10 - Cartaz de convocação do M.M.D.C, 1932	36
Figura 11 - Cartaz criado durante a Revolução Constitucionalista de 1932	37
Figura 12 - Cartaz de recrutamento militar produzido pelo DIP do governo Vargas, 1939	38
Figura 13 - Cartaz político do governo de Getúlio Vargas em relação à Segunda Guerra Mundial	39
Figura 14 - Cartazes produzidos durante a revolução russa	44
Figura 15 - Cartaz pré-revolução, de Hood Avilov, 1917	46
Figura 16 - Cartaz “Long Live the First of May, Moscow & Leningrad”, de V. N. Deni, 1929	47
Figura 17 - Cartaz de Valentina Kulagina, 1929	49
Figura 18 - Cartaz nazista com lema “Frontline City Frankfurt will be held!” (1945)	51
Figura 19 - Cartazes de ideologia nazista produzidos entre 1934 e 1943	52
Figura 20 - Cartaz de propaganda política do New Deal	55
Figura 21 - Cartaz de propaganda política do New Deal	56
Figura 22 - Cartaz de propaganda política do New Deal	57
Figura 23 - Cartaz político em manifestação a favor do presidente Jair Bolsonaro em São Luís, 2019	60
Figura 24 - Cartaz “Rich relax pay no tax” em manifestação de Occupy Wall Street	63

Figura 25 - Cartaz “Somos a rede social” em manifestação de 2013 na cidade de São Paulo	64
Figura 26 - Cartaz “Se a tarifa não baixar, a cidade vai parar” nas Jornadas de Junho, 2013	68
Figura 27 - Cartazes em manifestação contra o governo Dilma Rousseff, 2015	70
Figura 28 - Fluxograma de desenvolvimento da pesquisa	83
Figura 29 - Fluxograma de coleta e organização de dados	86
Figura 30 - Corpus de análise da pesquisa - Categoria A	87
Figura 31 - Corpus de análise da pesquisa - Categoria B	89
Figura 32 - Cartazes em ato de apoio ao presidente Bolsonaro em São Luís	93
Figura 33 - Cartazes políticos de conteúdo bolsonarista em protesto na capital maranhense	95

LISTA DE TABELAS

Quadro 1 - Domínios da Análise de Conteúdo da pesquisa	84
Quadro 2 - Documentação de coleta de dados	85
Quadro 3 - Avaliação de tópicos dos cartazes da categoria “Protestos contra o corte de verbas na educação pública”	91
Quadro 4 - Avaliação de linguagens utilizadas nos cartazes da categoria “Protestos contra o corte de verbas na educação pública”	92
Quadro 5 - Avaliação de tópicos dos cartazes da categoria “Protestos em apoio ao presidente Jair Bolsonaro”	94
Quadro 6 - Avaliação de linguagens utilizadas nos cartazes da categoria “Protestos em apoio ao presidente Jair Bolsonaro”	94

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 O CARTAZ	22
2.1 Produção de cartazes como instrumento de comunicação política no século XX	33
2.2 O papel do design gráfico no cartaz político	41
2.3 Cartaz político: as relações entre forma e conteúdo	58
3 MANIFESTAÇÕES MEDIATEZADAS	63
3.1 Guerras Culturais no cenário brasileiro	71
4 METODOLOGIA	76
4.1 Análise de conteúdo	77
4.2 Aplicação da análise de conteúdo no corpus da pesquisa	80
4.2.1 Abordagem metodológica	82
4.2.2 Procedimentos metodológicos	82
4.2.3 Coleta de dados e pré-análise	84
4.2.4 Análise descritiva e resultados	90
4.2.5 Discussão dos resultados	96
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
REFERÊNCIAS	100

INTRODUÇÃO

“O espírito do cartaz é a busca da comunicação simples”
(Ferlauto).

Em um mundo marcado por guerras e protestos políticos acentuados durante o século XX até os dias atuais, o cartaz político se fez e ainda se faz presente como um dos principais suportes para a disseminação de mensagens, sejam de apoio, repúdio ou conscientização. Desse modo, a escolha deste tema surgiu a partir da observação de aspectos e mudanças históricas e sociais provocadas por motivações políticas ao longo da história, as quais permanecem, ainda que em maior ou menor grau, diretamente relacionadas ao cenário político atual, tanto em escala mundial quanto no contexto brasileiro. Como dito, o cartaz, que ao transmutar-se de suas funções originalmente voltadas para a propaganda assume postura de expressão ideológica e de manifestação identitária, tornando-se político, também se faz presente nesses eventos que constituem palco para grandes revoluções.

Além desse fator, a motivação para esta investigação parte também do pressuposto de que esta é uma temática em constante estudo e revisitação histórica, sendo dotada de interdisciplinaridade, principalmente por suas intersecções com as áreas de Comunicação, Linguística e Sociologia. Aliado a isso, ao trazer o enfoque da pesquisa para um cenário de manifestações midiaticizadas, é importante compreender as características e individualidades que configuram esse cenário de realidade virtualizada, tanto como produtor quanto fruto de mudanças políticas e sociais, ressaltando assim a atualidade do tema.

Logo, questiona-se: quais as mudanças mais notórias em relação ao atual processo de viabilização desses atos, bem como o papel do cartaz político nessas ações conjuntas de novas ocupações do espaço público? Para compreender essas novas dinâmicas de forma mais profunda, esses estranhamentos serão examinados durante o desenvolvimento desta pesquisa.

O presente trabalho de conclusão de curso possui o objetivo geral de compreender de que maneira se estruturam as mensagens e os discursos presentes no *corpus* deste estudo através da análise de conteúdo, escolhido como processo teórico e metodológico orientador. O *corpus* deste trabalho é composto por fotografias de cartazes políticos levantados nos atos de repúdio aos cortes de verbas destinados à educação pública e, em contraponto, os atos de apoio ao presidente Jair Bolsonaro, ambos realizados em São Luís, capital do Maranhão, em maio de 2019.

Quanto aos objetivos específicos do trabalho, o primeiro corresponde a realizar um levantamento bibliográfico sobre o cartaz como suporte de mensagens; o segundo se refere a compreender como os elementos simbólicos enrustidos nos cartazes produzem sentido; o terceiro busca analisar as diferenças entre os conteúdos veiculados através das mensagens visuais dos cartazes desse enfoque; e, por fim, relacionar os pontos de divergência encontrados nos conteúdos com a produção do discurso e a linguagem visual.

Para isso, as questões de pesquisa que guiaram esta investigação foram as seguintes: 1) Quais são as principais características de conteúdo que compõem os discursos pertencentes a esses protestos?; 2) Quais agendas e discursos o *corpus* de análise revela?; 3) Quais as diferenças entre os discursos dos dois grupos e como se dão? Assim, para discutir tais questões, esta pesquisa fez uso central da metodologia Análise de Conteúdo, proposta por Laurence Bardin (2011). Dessa forma, o desenvolvimento desta pesquisa se deu em torno de elementos como o *corpus* de análise - neste caso, as imagens dos cartazes -, a estrutura de seus conteúdos e o contexto em que estão inseridos.

Dito isto, o objeto de estudo e, conseqüentemente, foco referencial é composto por 47 imagens de cartazes presentes no recorte em questão, sendo que 40 deles externam reivindicações presentes nos atos contra o corte de verbas na educação pública e 7 se direcionam em apoiar o presidente do país.

A primeira contextualização fundamental para o entendimento desta pesquisa diz respeito ao objeto-suporte escolhido: o cartaz. Portanto, o segundo capítulo se dedica a percorrer a trajetória do cartaz ao longo da história, debruçando-se sobre questões como as suas funções e posteriores transmutações, a quem ou a quem se dedicava, o avanço das técnicas de impressão utilizadas e seus reflexos na produção do objeto em si. Posteriormente, conduz-se o enfoque para o cartaz político, sendo este o ponto central.

À vista disso, para Szaniecki (2007), a sociedade faz uso do cartaz moderno desde o final do século XVII - sendo este caracterizado pelas novas tecnologias empregadas na sua produção e reprodução, como a litografia, e para as mais diversas finalidades, como a publicidade e a propaganda ideológica. O cartaz possui natureza e funcionalidade híbrida, o que torna o campo de discussão desta pesquisa ilimitado. Então, este estudo tem como foco o teor político enquanto sentido primário de análise.

Esse suporte se comportou como instrumento de comunicação política de modo marcante nas campanhas e ascensão de grandes líderes e ideologias da história mundial durante o século XX, como o nazismo de Hitler, na Alemanha, o fascismo

de Mussolini, na Itália, o comunismo de Stalin, na União Soviética, e, também, no capitalismo europeu e americano, atuando não somente em sua ascensão, mas em seus processos de manutenção e fixação. Essa atuação é observada em campanhas como o programa *The New Deal*, durante a gestão do presidente Franklin Roosevelt, cuja construção do uso político e tom de comunicação se assemelha à propaganda da revolução comunista.

Ainda nesse contexto, observa-se também o uso massivo de cartazes políticos com fins de recrutamento na Grã-Bretanha, sob a icônica convocatória “Your country needs you” (Figura 1). Posteriormente, esse uso foi sendo absorvido e apropriado pela campanha de recrutamento americana, com proposta similar e abordando a figura do memorável personagem Tio Sam (Figura 1).

Figura 1- Cartazes de recrutamento político na Grã-Bretanha e Estados Unidos



Fonte: British Library

Há, ainda, uma segunda contextualização crucial para o recorte histórico, social e geográfico no qual se situa este estudo: as manifestações midiaticizadas. Posto isto, o terceiro capítulo busca esmiuçar o que caracteriza a midiaticização desses protestos dentro de um cenário contemporâneo, bem como situá-los nos acontecimentos políticos da última década em nível mundial e nacional. Serão abordados os pontos de convergência entre si e, além disso, será traçada a relação do objeto de análise com a compreensão acerca de guerras culturais, sendo este um fenômeno em vigor no Brasil.

Vale ressaltar que o século XXI também é marcado por grandes manifestações políticas, sejam elas contra governos autoritários, democráticos ou em busca de melhores condições às populações. Essas manifestações são majoritariamente levantadas nas redes sociais por indivíduos e ocorre, muitas vezes, de forma descentralizada e contando com grande participação de jovens, como a onda revolucionária de manifestações que ocorreu em alguns países do Oriente Médio e no Norte da África, em 2010, intitulada Primavera Árabe. Essa manifestação teve início na Tunísia e se estendeu por países como Líbia e Egito, onde a população foi às ruas para reivindicar melhores condições sociais e derrubar ditadores. Ainda nesse contexto, os atos contaram com a presença circulante de cartazes, empunhados pelos seus manifestantes e contendo mensagens de repúdio ou reivindicações, sendo este dispositivo o delimitador deste estudo.

Apesar de pertencerem ao entendimento de cartaz de manifestação, conforme proposto pela literatura do tema, há particularidades nos materiais presentes neste acervo de análise que exigem uma conceituação mais ampla sobre seus aspectos estéticos e de concepção. Por isso, eles não podem se reduzir ao conceito de dispositivos feitos à mão, em unidade, em suportes como cartolina ou papelão, como proposto por alguns autores, visto que nos atos em apoio ao presidente Jair Bolsonaro em São Luís, por exemplo, observou-se uma série de cartazes impressos em série e em lona, com uso de recursos gráficos digitais de maneira mais latente e com menos produções manuais.

Então, por que esses cartazes se diferem dos dispositivos circulantes normalmente empunhados nas manifestações midiaticizadas? Por que assumem determinada forma e conteúdo particular? De que maneira o contexto político brasileiro se reflete na expressão desses conteúdos em cada eixo antagônico do recorte? Tais particularidades apresentam alta relevância e norteiam os estranhamentos que são propostos nesta pesquisa, por isso, serão aprofundadas e compreendidas durante as etapas de aplicação metodológica.

Ademais, constitui trajetória muito importante para este estudo visualizar a forma como o cartaz de teor político se desprende de ser produzido e emanado somente pelas grandes figuras de poder e seus governos. Muitas vezes com função de persuasão e conscientização, os cartazes são criados e emanados pelo próprio povo nas ruas como forma de resistência, constituindo mensagens de apoio, repúdio ou reivindicações. Essas ocupações em espaços públicos são muito importantes, pois, como afirma o jurista José Geraldo de Sousa Junior (2019),

sinalizam que a rua é o lugar simbólico da ação instituinte dos movimentos sociais e dos sujeitos coletivos, para a reivindicação democrática de direitos. É a

esfera pública na qual, como lembra Marshall Berman, a multidão transeunte se transforma em povo.

As manifestações de maio de 2019, em São Luís do Maranhão, possuíram duas motivações distintas, sendo a primeira contra o corte de verbas na educação pública federal e política do governo Bolsonaro e a segunda a favor do presidente Jair Bolsonaro e seus posicionamentos. Os protestos contra o contingenciamento de verbas para a área da educação pública, conforme anunciado pelo Governo Federal, foram organizados por sindicalistas, professores, funcionários públicos e pela União Nacional dos Estudantes (UNE). Diante dessa mobilização, em pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro, ele tituló os jovens estudantes de “idiotas úteis”.

Outros setores se sensibilizaram em repúdio, somando e, conseqüentemente, ampliando o conjunto de pessoas que foram às ruas. Esse contingente contou ainda com a participação de familiares, partidos de esquerda, coletivos e movimentos sociais. Assim, ao falar do movimento, o professor Cesar Sanson (2019) destaca a:

adesão de praticamente toda a sociedade e grupos sociais, da classe média que tem seus filhos em universidades públicas, aos mais pobres que também aspiram chegar a essas instituições de ensino superior, uma das poucas referências de ensino de excelência.

Importante frisar que essas manifestações foram caracterizadas também pelo amplo convite à participação, disseminadas nas redes sociais, apresentando um número massivo de jovens integrando os eventos. Esses eventos foram posteriormente intitulados de “#15MpelaEducação” e “#30MpelaEducação”, em alusão aos dias em que ocorreram - 15 e 30 de maio. As manifestações ocorreram simultaneamente em cerca de 200 cidades, incluindo todas as capitais brasileiras.

Já os atos em apoio ao governo do presidente Jair Bolsonaro na cidade foram organizados pela internet por meio de vários grupos, como a “União da Direita Maranhense” e “Endireita Maranhão”. Os atos incluíram um leque de pautas difusas, como o posicionamento a favor da reforma da previdência, do pacote anti crime e da reivindicação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) que investigue membros do Supremo Tribunal Federal, chamada de ‘Lava Toga’. Sobre isso, como reitera Coronel Monteiro (2019), coordenador do movimento “Endireita Maranhão”, em fala para o portal jornalístico local O Estado,

Se o povo pressionar e os congressistas fizerem isso [aprovarem as pautas propostas pelo Executivo], o Governo Bolsonaro dará certo. É o que nós queremos. O Governo Bolsonaro dar certo será consequência daquilo que ele está fazendo.

Ao somar o contexto político, social e cultural vigente no Brasil, no ano de 2019 - com enfoque em São Luís, Maranhão -, ao comportamento do cartaz de protesto,

iniciou-se a análise do *corpus* que constitui o material de investigação deste trabalho. Objetiva-se, portanto, compreender, através da amostra de imagens dos cartazes, a natureza dos diálogos e relações presentes entre o campo discursivo e o sociocultural do conteúdo exposto. A análise e os seus resultados recebem destaque no quarto capítulo deste documento.



2 O CARTAZ

A concepção e percurso histórico do cartaz coincide e caminha junto com a história do desenvolvimento das sociedades. Suas transformações ao longo do tempo refletem aspectos como a cultura, tecnologia, ideologia, pensamento e estética de cada época. Para introduzir a leitura do cartaz enquanto objeto cultural ao longo da história, Coelho (2006) cita Dwight MacDonald quando este discorre sobre a questão da sociedade ser fragmentada em três formas de demonstração cultural: a superior, a média (*midcult*) e a inferior (*masscult*).

Segundo MacDonald (1962), a cultura superior provém do erudito, como as pinturas renascentistas; a cultura média (*midcult*), no que lhe compete, possui uma linguagem mais fácil de ser compreendida, porém apropria-se de elementos canonizados pela crítica erudita; por fim, a cultura de massa (*masscult*) é uma cultura oriunda dos meios de comunicação.

Ao longo da história, o cartaz, muitas vezes, foi interpretado como um objeto *midcult* em relação à pintura, adquirindo, *a posteriori*, a leitura de objeto da massa - *masscult* - ao ser usado para propagar ideias e informações. Abreu (2011) dialoga acerca de uma percepção comunicacional do cartaz não somente pautada na funcionalidade da mensagem, mas em seus aspectos visuais. Para ele, por se apresentar como um suplente da pintura, o cartaz aguça o interesse público, não vinculando-se somente à transmissão da informação nele contida, mas fazendo referência a algum estilo ou vanguarda artística da época. Dessa forma, o receptor pode envolver-se com o estilo, as cores, os traços, as imagens e as formas exploradas em certo cartaz.

A definição mais genérica de cartaz - também conhecido como pôster - é de um objeto normalmente feito de papel, cuja função primária é divulgar uma informação visualmente. Em complemento, de acordo com Queiroz, Cardoso e Gontijo (2009, não paginado), “Ao considerar que os objetos são portadores de mensagens, e que toda mensagem, por sua vez, carrega um ou mais significados, pode-se reconhecer a existência de uma linguagem dos objetos”.

Desse modo, compreende-se o cartaz como suporte de mensagens dotadas de significado, construído a partir de um discurso. Neste ponto, Vieira (2012) também suscita um entendimento interessante sobre o assunto ao considerar que suporte e materialidade são sinônimos. O cartaz é, então, compreendido como o “local físico”, ou, de forma mais minuciosa, a partir da abstração do conceito de local, no qual se revela e expressa o discurso.

É importante assinalar que, em relação ao conceito, no Brasil, a palavra “pôster” costuma assumir um significado distinto de cartaz em relação ao que se refere esta pesquisa, sendo utilizado normalmente para se dirigir a peças mais “artísticas” ou de viés decorativo, como posters de filmes, artistas e bandas. Diferentemente do cartaz, este assume valor funcional e de expressão ideológica. Segundo Abreu (2011), um cartaz retirado da rua e manejado para um quarto de adolescente, por exemplo, independente das informações contidas, deixa de ser um objeto de cunho comunicacional para ser considerado um pôster, visto que, nessa nova situação, sua função primária é estética e decorativa, não mais informando algo sobre determinado assunto. Assim, complementa Dondis (1997, p. 84): “Um pôster que se destina basicamente a anunciar um concerto de piano, pode acabar servindo para decorar a parede de um estúdio, superando, assim, a finalidade comunicativa que motivou sua criação”.

Apesar de apresentar outras funções relativas ou possíveis para o objeto, ressalta-se novamente que, nesta investigação, o foco de aprofundamento corresponde à leitura do cartaz enquanto suporte e ferramenta de comunicação, e, posteriormente, a possíveis expressões ideológicas e políticas.

Por conseguinte, alguns autores aprofundam um pouco mais a noção de cartaz, especialmente em relação ao seu formato. Para Fonseca (1995, p. 17), o cartaz é “impresso de grande formato, para afixação em ambientes amplos ou ao ar livre, que traz anúncio comercial ou de eventos culturais, sociais e políticos”. Em concordância, Rabaça e Barbosa (1995, p. 111) compreendem o objeto como “anúncio de grandes dimensões, em formatos variáveis, impresso em papel, de um só lado e geralmente a cores. Próprio para ser afixado em ambientes amplos ou ao ar livre, em paredes ou armações próprias de madeira ou metal”.

Nessa concepção, percebe-se a função publicitária e informativa como primária do cartaz, a fim de divulgar algo, seja uma ideia, um produto, um evento. Nessa ótica, o cartaz está intimamente relacionado ao mercado e ao modelo socioeconômico contemporâneo vigente na maior parte dos países ao redor do mundo, o capitalismo.

Embora compreendendo que a definição acima sugerida pelos autores é inclinada a cartazes com fins comerciais ou de publicidade - cuja função não é o foco do cartaz político -, há de se pontuar divergências identificadas em relação ao material de análise deste estudo e aos conceitos acima abordados. O objetivo é tornar nítido como, apesar de ser um mesmo artefato, o cartaz assume diferentes entendimentos e funções. Neste caso, nem todos os materiais do *corpus* apresentam grandes dimensões, tampouco impressão em cores ou diferenças em relação à feitura com fins de fixação. O cartaz que frequenta as ruas durante as manifestações midiaticizadas, especialmente em São Luís, foi confeccionado para ser empunhado pelos manifestantes

durante os eventos.

Em referência ao cartaz como cerne desta pesquisa, o design e a semiótica aparecem como elementos cruciais e intrinsecamente conectados a esse objeto. Sobre isso, Moles (1969) afirma que seu conteúdo funcional, estético e cultural está ligado à teoria dos signos, assim, a construção da mensagem enrustida no cartaz é constituída pela imagem (possível através do design) e pelo discurso (através dos enunciados), sendo traduzida através da leitura semiótica (teoria dos signos).

Dado o contexto acerca das possibilidades de definição do artefato, parte-se para o aprofundamento em relação aos seus aspectos funcionais e sociais, ou seja, sua relação histórica com as pessoas, entornos, produção de mensagem e mudanças ao longo do tempo. Então, para compreender a evolução do cartaz na história, considerando desde as primeiras produções à concepção moderna, é importante abordar sua trajetória na sociedade, traçando um breve panorama histórico.

De acordo com Posnar (2007), foi a partir do surgimento da escrita que a imagem se aprimorou e, através da união das duas, apareceram os cartazes, uma forma basilar e completa de transmissão da informação. Relata-se que os primeiros registros de informes públicos que se assemelham ao que cumpriria a função do cartaz foram concebidos pelos escribas, na Antiga Mesopotâmia e regiões adjacentes, datados de cerca de 3.200 anos atrás. Esses informes adotavam como suporte grandes placas de argila ou pedra para informar mensagens designadas pelos governantes. Bottéro e Morrison (1995, p. 10) complementam que:

Essa formação histórica ofereceu o legado da escrita. [...] o aproveitamento do material fisicamente mais abundante proporcionou a confecção de placas de argila e cerâmica, permitindo o exercício e a gravação dos traços e grafismos que possibilitaram o surgimento de uma linguagem. Ou seja, uma linguagem gravada no barro.

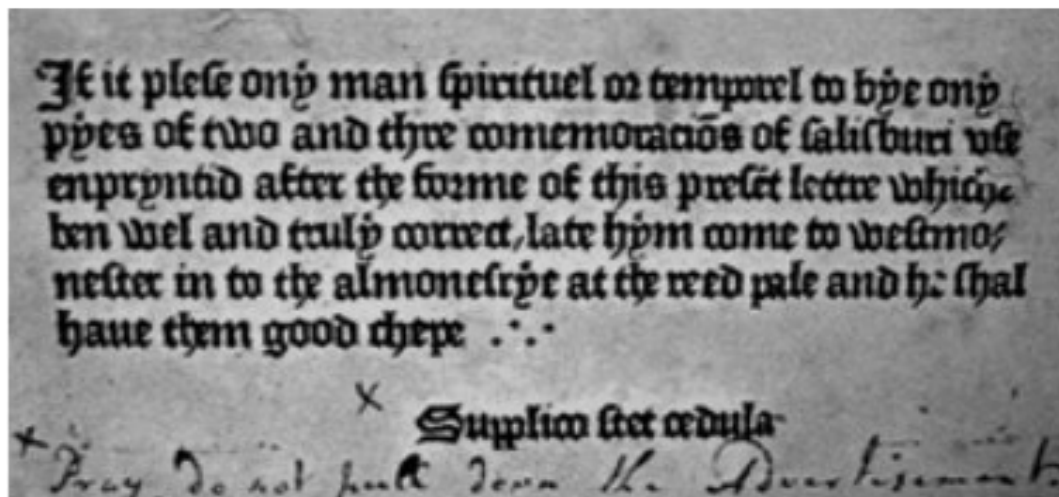
Apesar de impasses em relação ao local e à data precisa do surgimento do cartaz, as produções a partir da escrita cuneiforme localizam-se na história como um importante marco para o que se entende hoje como o objeto.

Entretanto, devido às grandes dimensões e peso desses objetos, o armazenamento exigia a demanda de grandes espaços. Por isso, com o surgimento e adoção do papiro e pergaminho, pôde-se assegurar um certo grau de portabilidade para esses registros, mas, somente com a adoção do papel - inventado pelos chineses -, foi possível assegurar a completa portabilidade desses documentos. Por outro lado, segundo Rabaça e Barbosa (1995 *apud* ABREU, 2011), embora haja registros sobre o uso de cartazes desde a antiga Mesopotâmia, esse recurso de comunicação consagrou-se principalmente a partir do século XIX, com o desenvolvimento das artes gráficas e suas tecnologias.

Durante a Renascença, quando a pintura vivia seu momento de ascensão, foi apresentado o primeiro cartaz que se tem registro. Ainda que existam discussões acerca de cartazes produzidos no século X, através do uso da xilogravura - técnica que utiliza matrizes de madeira para gravação e impressão -, por parte de povos do Oriente, segundo César (2004), o primeiro registro de cartaz foi produzido em Saint-Flour, na França, em 1454, de forma manuscrita, apoiando-se apenas no conteúdo textual, sem o uso de imagens.

Logo, apesar de ocorridas mudanças nas características físicas e funcionais do cartaz ao longo da história, a amostra de Saint-Flour exibia os principais aspectos que o objeto apresenta atualmente.

Figura 2 - Primeiro cartaz produzido em Saint-Flour, 1454. Autoria desconhecida



Fonte: César (2004).

Diante da contextualização acerca dos primeiros registros e do amadurecimento do cartaz enquanto objeto, necessita-se debater a respeito de seus métodos e processos de impressão. A tecnologia desenvolvida para impressão de materiais em papel passou por graduais avanços muito expressivos, marcando tanto a história do cartaz quanto a história da impressão em si. Assim, se antes eram produzidos através de técnicas mais arcaicas, como a xilogravura, com a evolução desses materiais, o cartaz passou por mudanças com o surgimento e implantação da litografia, introduzida pelo austro-alemão Alois Senefelder. Esse foi um marco facilitador para a produção e reprodução mais rápida dos cartazes, aliado ao baixo custo da técnica, como confirma Bohórquez (2004, p. 51):

Descoberta e desenvolvida por Alois Senefelder em 1796 na Alemanha, a técnica foi rapidamente incorporada aos processos gráficos, por sua versatilidade e pela alta qualidade de seus resultados na reprodução de imagens.

Figura 3 - Aloys Senefelder, 1818, em litografia, por Lorenz Quaglio



Fonte: Biblioteca Nacional da Áustria¹

Senefelder concebeu essa técnica de impressão ao buscar soluções para imprimir, com um custo reduzido, seus textos e partituras musicais, visto que era ator e dramaturgo. Meggs e Purvis (2009, p. 199) aprofundam com outros dados sobre o processo litográfico:

Se baseia em um princípio químico simples de que óleo e água não se misturam. A imagem é desenhada numa superfície plana de pedra com crayon, caneta ou lápis de base oleosa, que repele a água. Em seguida, uma tinta também de base oleosa é passada com um rolo sobre a pedra, aderindo à imagem, mas não às áreas molhadas. Uma folha de papel é colocada sobre a imagem e utiliza-se uma prensa para transferir a imagem entintada para o papel.

Em síntese, a impressão da imagem criada na matriz era produzida a partir de uma prensa litográfica que deslizava sobre o papel, sendo um importante marco para os processos de impressão por apresentar o uso da cor, pouco registrado em

¹ Disponível em: <http://www.bildarchivaustria.at/Pages/ImageDetail.aspx?p_iBildID=7255121>
Acesso em: jun. 2021.

impressos anteriores. Apesar disso, a impressão de cartazes em preto e branco pela litografia permaneceu existindo, ainda que registrados em menor quantidade, como na Figura 4.

Figura 4 - “Champfleury - Les Chats”, cartaz de Edouard Manet, em litogravura



Fonte: ResearchGate²

² Disponível em: <https://www.researchgate.net/figure/Champfleury-Les-Chats-cartaz-de-Edouard-Manet_fig4_277146460> Acesso em: jan. 2021.

Por conseguinte, a litografia foi amplamente utilizada nas origens da imprensa moderna, durante o século XIX, seja para impressão de cartazes, rótulos, documentos ou, até mesmo, mapas e jornais. Além disso, esse novo processo de impressão, cuja tecnologia favorecia maior liberdade expressiva para os artistas, permitia a impressão da gravura em superfícies diversas, como plástico, papel, tecido e madeira. Assim, esse marco nas técnicas e modos de impressão atingiu nomes expoentes, responsáveis pela criação de icônicos e revolucionários cartazes, como os artistas Jules Cherét e Henri de Toulouse-Lautrec.

Calheiros (2012, p. 3), ao relacionar a evolução estética das produções artísticas com o uso da litografia, afirma que:

A linguagem atinge seu apogeu na cidade de Paris em 1900, no auge do o art-nouveau, quando pintores e artistas gráficos souberam muito bem agregar a influência sofrida pela estampa japonesa à necessidade de mudança, tanto estética, como conceitual, proposta pelas vanguardas para reinventar a gráfica envolvida na fabricação de cartazes [...] foi na gráfica (principalmente nos cartazes) de Henri de Toulouse-Lautrec que a gráfica e a linguagem artística obtiveram um de seus mais elevados momentos.

Dessa forma, somente durante a Belle Époque, no final do século XIX na Europa, que o ato de reunir textos, imagens e ilustrações em uma única página alcançou, de fato, maior veiculação, sobretudo ao ser difundida pelo mercado europeu, apresentando elevado grau de sofisticação, acabamento e apuração estética, concebidos pelos grandes artistas da época.

Salienta-se ainda que, ao tratar de tecnologias de impressão e artistas expoentes criando narrativas revolucionárias em cartazes, é interessante ressaltar que Cherét, pintor francês, gradualmente desenvolveu um sistema de 3 a 4 cores de impressão — sendo elas preto, amarelo, azul e vermelho —, devido aos seus estudos em Londres a respeito das técnicas mais recentes de pintura e, também, por seu ofício como aprendiz de litógrafo em Paris.

Dessa forma, com a combinação de imagem e texto, permitiu-se uma compreensão mais rápida e simples da mensagem enunciada no cartaz. Como afirma Ramirez (1981, p. 127), Chéret foi capaz de convergir em suas produções

os procedimentos pelos quais se guiaria no futuro esse meio de comunicação: elaboração rápida, simplicidade no desenho que favorece uma imediata percepção, atrevimento cromático que atrai o olhar do transeunte, concisão no texto escrito.

Ademais, segundo Hollis (2000), atingiu-se o auge do amadurecimento de seu estilo em meados de 1880, influenciando posteriormente as produções de Bonnard e Toulouse-Lautrec. Assim exposto, ilustram-se algumas das principais obras de Jules.

Figura 5 - Cartaz “Bal du Moulin Rouge”, 1889 (à esquerda) e Cartaz “La Loïe Fuller”, 1893 (à direita)



Fonte: Victoria and Albert Museum³ (à esquerda) e NYC's Modern Art Museum⁴ (à direita).

Figura 6 - Cartaz “Au Quartier Latin”, 1894



Fonte: National Gallery of Art⁵

³ Disponível em: <<https://collections.vam.ac.uk/item/O1026464/bal-du-moulin-rouge-place-poster-cheret/>> Acesso em: jan. 2021.

⁴ Disponível em: <<https://www.moma.org/collection/works/5615>> Acesso em: jan. 2021.

⁵ Disponível em: <<https://www.nga.gov/global-site-search-page.html?searchterm=1982.61.1>>

Um importante aspecto na atuação de Cherét enquanto artista e cartazista foi sua capacidade de fazer leituras acerca dos aspectos psicológicos que importavam em suas produções. Por esse motivo, foi considerado o pai do cartaz moderno, pois confeccionava impressos atraentes que impactavam não somente a atenção como o emocional das pessoas. A sua produção “*Grand Bal de Nuit Valentino*”, de 1869, é um exemplo estipulado por alguns autores como o primeiro cartaz impresso moderno, ou seja, correspondente à forma mais próxima do que se entende como cartaz nos dias de hoje. Barnicoat (2000, p. 17 *apud* MESQUITA, 2018, p. 40) assegura esse feito:

A obra “Valentino”, trabalho emblemático do artista, marca para muitos o início do cartaz moderno. Neste trabalho podemos analisar o elevado caráter dinâmico do seu trabalho. A imagem do palhaço e das raparigas parece saltar para fora do plano do cartaz, efeito que acentua a inscrição curvada e que nos sugere um cartaz tridimensional.

Dito isto, observa-se ainda no acervo de produções do artista uma grande utilização da figura feminina de forma mais livre, com forte uso de cores vibrantes para a época, retomando o imaginário da vida libertária vivida em Paris. Dessa forma, Cheret produziu cartazes para os mais diversos fins, desde anúncios para espetáculos, salões de dança a performances em teatros e festivais.

Apesar de sua enorme contribuição para a história do cartaz, outros artistas além de Cherét também foram responsáveis por grandes produções com seus respectivos estilos. Já no início do século XX, por exemplo, Lautrec expandiu as oportunidades para anúncios ao sobressair o valor da imagem em relação aos outros aspectos constituintes do cartaz, como discorre Fonseca (1995, p.17 *apud* ABREU, 2011, p. 8):

Na década de 1890, o pintor Henri de Toulouse-Lautrec lançou em Paris um estilo cartazista inteiramente novo. Lautrec criou técnicas de reprodução litográfica que revolucionaram o processo de impressão, estabelecendo uma nova linguagem para o cartaz e para a propaganda comercial.

Desse modo, o artista reconhecido por suas famosas representações impressionistas de cenas noturnas e do submundo parisiense, produtor de um vasto acervo com centenas de cartazes de divulgação para espetáculos de *cabaret*, como o Moulin Rouge, teve papel fundamental no impulsionamento da arte publicitária.

Apesar de sua enorme contribuição para a história do cartaz, outros artistas além de Cherét também foram responsáveis por grandes produções com seus respectivos estilos. Já no início do século XX, por exemplo, Lautrec expandiu as oportunidades para anúncios ao sobressair o valor da imagem em relação aos outros aspectos constituintes do cartaz, como discorre Fonseca (1995, p.17 *apud* ABREU, 2011, p. 8):

Na década de 1890, o pintor Henri de Toulouse-Lautrec lançou em Paris um estilo cartazista inteiramente novo. Lautrec criou técnicas de reprodução litográfica que revolucionaram o processo de impressão, estabelecendo uma nova linguagem para o cartaz e para a propaganda comercial.

Figura 7 - Cartaz “Grand Bal de Nuit Valentino”, 1869



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Fonte: Bibliothèque Nationale de France⁶.

⁶ Disponível em: <<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b9015591p.r=cheret%20valentino?rk=21459;2>> Acesso em: jan. 2021.

Desse modo, o artista reconhecido por suas famosas representações impressionistas de cenas noturnas e do submundo parisiense, produtor de um vasto acervo com centenas de cartazes de divulgação para espetáculos de *cabaret*, como o Moulin Rouge, teve papel fundamental no impulsionamento da arte publicitária.

Figura 8 - Cartaz “Jane Avril”, 1893 (à esquerda) e Cartaz “Moulin Rouge, La Goulue”, 1891 (à direita)



Fonte: The Metropolitan Museum of Art⁷ (à esquerda) e Indianapolis Museum of Art at Newfields⁸ (à direita).

Como observado acima, os cartazes propostos por Lautrec exploram letras desenhadas à mão, forte uso de cores e protagonismo da figura feminina, assim como a produção de Cherét. Entretanto, cada um tem seu estilo marcante, graças ao leque de possibilidades abertos para a produção gráfica com a evolução do método litográfico.

Essas características do cartaz — de tema, forma e tom — se transformaram ao longo dos séculos XIX e XX, acompanhando as transformações dos meios de comunicação e dos movimentos artísticos. Como afirma Szaniecki (2007, p. 8), “em termos de impacto visual, o cartaz proporcionou, nas ruas da cidade, o que o filme expressou nas telas do cinema”. Posnar (2007, p. 1) complementa ao dizer que:

O cartaz há sido considerado como uma expressão da vida econômica, social e cultural de uma determinada sociedade desde o século XVIII. Tido como uma arte de rua, pura e simples cuja função baseia-se principalmente em comunicar, o cartaz é um dos meios de comunicação mais direto e eficaz a ser utilizado em

⁷ Disponível em: <<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/333993>> Acesso em jan. 2021.

⁸ Disponível em: <<https://discovernewfields.org/mercury/load-artwork/13749>> Acesso em jan. 2021.

via pública [...] Ponto de partida entre os meios de comunicação, o cartaz foi utilizado não somente com o intuito de anunciar, mas também de manifestar, sendo o melhor meio de expressão entre os artistas do século XVIII e XIX.

Em síntese, a partir da contextualização da trajetória do cartaz na linha do tempo, especialmente quando este alcança a nomeação de cartaz moderno, demonstra-se a capacidade de transmutação do objeto de acordo com as demandas de sua época. Assim, apesar de ter como função primária comunicar algo a alguém, o objeto pode aderir a finalidades distintas, ora informando ao povo sobre os desejos de seus governantes, como observado na Mesopotâmia, ora funcionando com intuítos publicitários, como nos cartazes de divulgação de espetáculos propostos por Cherét e Lautrec na Europa. Essas funções diferentes do cartaz propiciaram, inclusive, a expressão política e ideológica, como será aprofundado nesta investigação.

2.1 Produção de cartazes como instrumento de comunicação política no século XX

A urgência em provocar mudanças manifestadas na maioria das vezes por questões ideológicas – revelando a perspectiva de mudança política enquanto mobilizadora de transformações econômicas e sociais – costuma se apresentar, ao mesmo tempo, como suporte e razão de ser de movimentos históricos, sejam eles de caráter revolucionário ou não.

Essa necessidade propiciou o surgimento de novos meios de divulgação e propagação de ideias – como o cartaz –, os quais poderiam ser capazes de alcançar grande parte das populações com uma mensagem monolítica e em massa, construída a partir de elementos comunicacionais que conquistassem a atenção e, também, agissem de forma persuasiva nos receptores. O resultado seria a geração de impacto psicológico em seus entendimentos de ideologia.

Assim, as primeiras décadas do século XX foram marcadas por profundas movimentações e distúrbios políticos, tais como a Primeira Guerra Mundial, a Revolução Russa, o nascimento do nazismo na Alemanha e do fascismo na Itália, bem como a Grande Depressão em 1929, nos Estados Unidos, considerada a maior crise financeira da história do país, a qual resultou na quebra da bolsa de Nova York e causou reflexos na economia mundial. *A posteriori*, influenciou diretamente a ascensão da Segunda Guerra Mundial.

A partir desse cenário, o tom persuasivo aliado ao próprio conceito da palavra “propaganda” apresentou-se como um poderoso artefato de comunicação durante a

Primeira Guerra Mundial, criando novas estratégias para reforçar métodos de recrutamento, de modo a estreitar e intensificar sua relação com a política. Entretanto, o ápice da propaganda enquanto arma política ocorreu na Segunda Guerra Mundial, especialmente aquelas de cunho nazista e soviético, firmadas na construção a partir da cultura de massa, fazendo uso de técnicas industriais e estratégias de comunicação com narrativas visuais e estéticas sólidas, construídas e apoiadas diretamente pela linguagem e pelo design gráfico.

É fundamental lembrar que o cartaz, em sua concepção moderna, nasceu no final do século XVII, com apoio do surgimento da litografia, como aprofundando anteriormente. Ao longo do século XIX, suas funções rapidamente se ampliaram, incluindo aquelas cujo objetivo final estavam estritamente ligados a demandas políticas. Segundo Szaniecki (2007) e como reitera Silva e Veneroso (2016, p. 610),

com o surgimento de sua função de propaganda ideológica e política o cartaz passou também a mobilizar e dar voz às multidões, insurgindo contra os abusos dos poderes políticos, questionando os governos e problematizando as ações dos Estados-nação, ou seja, além de ser reflexo dos costumes e dos estilos e escolas artísticas tornou-se também documento histórico das relações sociopolíticas.

Nesse sentido, retoma-se o entendimento de Szaniecki (2007) acerca do tema. Para a autora, a consciência da possibilidade de uso do cartaz como meio de transformação afluou historicamente na Rússia revolucionária de 1917 e amadureceu na Alemanha dos anos 1930, sobretudo com a fundação da Bauhaus.

Por conseguinte, durante a Segunda Guerra Mundial, o cartaz foi um dos meios mais eficientes para prosperar o sentimento patriótico das nações, mantendo vivos os aspectos morais dos líderes e ícones políticos, e mobilizando a opinião pública. Tudo isso se refletiu posteriormente na relação entre os outros países e o uso do cartaz como instrumento comunicacional ideológico, como complementa Fonseca (1995, p. 18): “nos anos que se seguiram ao armistício, a França, a Itália e notavelmente a Polônia aparecem com uma alta qualidade de concepção e produção gráfica de cartazes”.

Em vista disso, ainda acerca do panorama histórico e político do século XX, Abreu (2011, p. 13) ressalta a respeito da importância do design na construção dos cartazes políticos da época:

Na época posterior à Revolução Russa, a presença do cartaz na difusão das ideias do “novo governo” foi extremamente importante pelo envolvimento com as vanguardas artísticas e pelo alto grau ideológico das mensagens publicizadas. Dessa forma, o design russo foi influente na evolução do cartaz europeu moderno e na estruturação dos conceitos difundidos pela Bauhaus, escola de design alemã.

Desse modo, conscientes do caráter político que o cartaz podia assumir, mani-

festantes passaram a utilizar a ferramenta como forma de protesto, impacto e expressão ideológica pessoal nas manifestações e revoluções ao redor do mundo e no Brasil. Neste caso, um exemplo é o acervo de cartazes referentes ao confronto armado posteriormente conhecido como Revolução Paulista ou Revolução Constitucionalista, em 1932, protagonizado por forças, em sua maioria paulistas, contra o governo de Getúlio Vargas, presidente na época. Esse momento histórico é contextualizado por Kupper (2018, p. 142),

As primeiras mostras de descontentamento com Getúlio vieram de São Paulo, onde, a 25 de janeiro de 1932, uma concentração de cerca de cem mil pessoas reivindicou a formação de uma Assembleia Nacional Constituinte e a autonomia dos Estados [...] Getúlio não ouviu os clamores do Estado [...] Assim, a 09 de julho do mesmo 1932, empurrada pela oligarquia cafeeira paulista e outros setores sociais, teve início a chamada Revolução Constitucionalista.

Dado esse contexto em relação à produção de cartazes para esse levante, o objetivo era obter maior apoio e adesão por parte da população paulista. Assim, diversos materiais para divulgação de campanhas e convocatórias foram produzidos, veiculados e distribuídos nas ruas, como demonstrado nas figuras seguintes.

Figura 9 - Cartaz de convocação de voluntários durante a Revolução Paulista de 1932



Fonte: Acervo do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo / Renato Chauí⁹

⁹

Disponível em: <<https://novaescola.org.br/conteudo/333/o-que-foi-a-revolucao-constitucionalista>>

Figura 10 - Cartaz de convocação do M.M.D.C, 1932



Fonte: CDPOC / CDA Rev. 32¹⁰

lista-de-1932> Acesso em jan. 2022.

¹⁰ Disponível em: <<https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/FatosImagens/Revolucao1932>> acesso em jan. 2022.

Figura 11 - Cartaz criado durante a Revolução Constitucionalista de 1932



Fonte: CDPOC / Fundação Getúlio Vargas¹¹

Em síntese, observa-se em grande parte dos materiais a presença da bandeira de São Paulo, bem como a constante figura imponente de um personagem que retome o sentimento constitucionalista em convocatória aliada ao apelo textual, normalmente associado à figura do soldado. Entretanto, como acima ilustrado, há também a versão feminina desse cartaz, que apresenta a imagem de uma enfermeira em pose de honra, com a mão aberta sobre o peito e dedo apontado para cima, intimando diretamente o receptor da mensagem a acompanhar a seguinte frase: “Paulista! Eu já

¹¹ Disponível em: <<https://ribeiraopretoculturaljaf.blogspot.com/2017/09/abaixo-dictadura.html>> Acesso em: jan. 2022.

cumpri o meu dever. E você?”. Assim, demonstra-se como a função de propaganda ideológica do cartaz já estava presente e de forma influente nesse marco político do país nos anos 30.

Outra movimentação política importante no cenário brasileiro, cuja expressão ideológica também foi dissipada através da produção de cartazes, corresponde ao recrutamento militar durante o governo Vargas, em 1939, dado o contexto da Segunda Guerra Mundial. Aqui, muitas dessas produções foram feitas pelo próprio Departamento de Imprensa e Propaganda do governo vigente. Sobre isso, Oliveira (2015, p. 36) aprofunda:

Obviamente, o DIP não podia deixar de lado a valorização do potencial nacional, e produzia e veiculava sua própria propaganda de guerra, enaltecendo as forças armadas brasileiras e o espírito nacionalista que todo cidadão deveria trazer imbuído em si. Era fundamental que fosse mostrado um Brasil forte, capaz de se defender das ameaças externas e com novos equipamentos e estrutura.

Mediante o exposto, se outrora os cartazes políticos integraram um movimento contra o governo de Getúlio Vargas, já neste caso, o acervo foi elaborado por e para demandas próprias desse material, como ilustram alguns exemplos abaixo.

Figura 12 - Cartaz de recrutamento militar produzido pelo DIP do governo Vargas, 1939



Fonte: Arquivo Nacional. Fundo Agência Nacional¹²

¹² Disponível em: <<http://memorialdademocracia.com.br/card/a-cobra-esta-fumando>> acesso em jan. 2022

Figura 13 - Cartaz político do governo de Getulio Vargas em relação à Segunda Guerra Mundial



Fonte: Arquivo Nacional. Fundo Agência Nacional¹³

Aqui, mostra-se interessante observar que as produções exalavam a figura de um Brasil feliz e confiante em relação à sua participação na Segunda Guerra Mundial. Através de uma narrativa visual do soldado com semblante alegre, sorrindo, com o povo acenando ao fundo, fazia-se alusão à nação. O argumento textual também reforçava a mensagem ideológica que se pretendia na época, como através do viés positivo na mensagem “Brasil em Guerra [...] Abrindo caminho para a vitória”.

Após a exposição de certa conjuntura a respeito da inserção histórica do cartaz político nas manifestações brasileiras, dirige-se o olhar para esses objetos em outro cenário, presentes nos protestos nacionais do século XXI. Estes, por sua vez, se apresentavam em um contexto de acúmulo de informações, com diversas funções consolidadas, que, para Neves (2018) refletem uma ideia a ser difundida (função de informação).

Normalmente, a função de informação era a função primária observada em relação ao cartaz como objeto ao longo da história; alguns, com frases imperativas, buscavam convencer, chamar a atenção (função de propaganda); através desses conteúdos, o cartaz ensina, uma vez que nele há a formação de uma ideia (função educadora); formata a ambiência do acontecimento na rua, sendo uma marca (função de ambiência),

¹³ Disponível em: <<https://super.abril.com.br/historia/brasil-na-segunda-guerra-mundial-a-conquista-do-castello/>> Acesso em: jan. 2022

que também orna (função estética). Ao ornar, o cartaz não somente sinaliza, mas ganha vida na interação entre os manifestantes.

Szaniecki (2007, p. 13) enfatiza ainda que:

apesar da ampla iconografia existente, a reflexão teórica sobre o cartaz político negligencia tanto as condições sociais e os mecanismos de poder nos quais estão inseridos sua produção, quanto as subjetividades que nela se constituem, o que leva a um conhecimento impreciso sobre suas formas.

Ao tratar das relações entre o cartaz e o contexto social inserido, Posnar (2007) defende que, até hoje, o cartaz é disposto como uma forma única de divulgação, sendo vinculado às ambições de uma sociedade e sua respectiva ideologia, de modo a refletir necessidades e opiniões. Contudo, diante da revolução e, conseqüentemente, da contribuição que os cartazes provocaram na luta e propaganda política de guerra, Hollis (2000) declara que os objetos tiveram uma queda expressiva em seu uso como instrumento de publicidade nos 25 anos após a Segunda Guerra Mundial, sendo as revistas – um canal que difundia as notícias da guerra a todos aqueles que permaneciam em suas casas, ou, até mesmo, para aqueles que estavam em batalha e recebiam suas revistas regulares – a razão da queda na popularidade dos cartazes. Dessa maneira, as revistas ampliaram-se, tornando-se assim o maior instrumento do design gráfico nos anos pós-guerra.

Entretanto, ao retomar o enfoque para o cartaz, apresentam-se divergências na literatura a respeito de qual período precisamente o objeto, de fato, ascendeu em sua função de expressão ideológica. Segundo Posnar (2007), compreende-se que o cartaz obteve sua ascensão social e política entre os séculos XIX e XX, passando por variadas transformações estruturais em seu aspecto gráfico.

Em divergência, Abreu (2011) afirma que o cartaz conquistou o seu auge durante o início do século XX, ao funcionar como o principal meio de divulgação das transformações sociais que precederam a Segunda Guerra Mundial. Apesar da enfática queda no uso de cartazes durante o século XX, César (2004) argumenta que, até os dias atuais, essa peça gráfica continua relevante na sociedade, seja em comunicações comerciais ou políticas.

Desse modo, entende-se as divergências entre os autores, mas, considerando os aspectos históricos aprofundados durante esta pesquisa e seus objetivos, adota-se o entendimento de Posnar (2007) para este estudo, ou seja, a promoção do cartaz enquanto ferramenta comunicacional dotada de aspectos sociais e políticos que alcança seu auge entre os séculos XIX e XX. É válido ressaltar que, nesses termos, o período de “ascensão” não engloba o conceito do cartaz político contemporâneo presente em manifestações midiáticas.

2.2 O papel do design gráfico no cartaz político

O cartaz político em suas demasiadas faces apresenta princípios claros de aplicação do design gráfico em sua constituição, desde aqueles produzidos manualmente, de maneira mais artesanal, como será observado posteriormente com bastante vigor nas manifestações midiáticas situadas no Brasil durante a última década, como também nos acervos de cartazes produzidos para campanhas de propaganda ideológicas, marcantes ao longo da história. Nestes, são empregadas tecnologias mais visíveis, como a utilização de recursos gráficos que permitem contraste, acabamento, arranjos tipográficos e imagéticos mais refinados. Esses recursos estão presentes, por exemplo, nos materiais de recrutamento militar brasileiro durante a Era Vargas ou na propaganda nazista.

Entretanto, antes de discorrer sobre a função do design gráfico inserido no cartaz político em si, faz-se necessário abordar alguns conceitos dessa área do conhecimento que se encontra em constante revisão conceitual devido à diversificação e ampliação de seus parâmetros aplicativos, além de novos entendimentos presentes em literaturas contemporâneas do tema. Para o *International Council of Graphic Design Associations*, design gráfico pode ser definido como “uma actividade intelectual, técnica e criativa relacionada não apenas com a produção de imagens, mas com a análise, organização e métodos de apresentação de soluções visuais para problemas de comunicação” (ICOGRADA *apud* RODRIGUES, 2009, p. 7).

Do ponto de vista morfológico, Villas-Boas (2000, p. 12-13) pontua que design gráfico:

é uma atividade de ordenação projetual de elementos estético-visuais textuais e não-textuais [...] Essa produção inclui a ilustração, a criação e a ordenação tipográfica, a diagramação, a fotografia, e outros elementos visuais. [...] O design gráfico é justamente a combinação de todos estes elementos com os fins e meios acima descritos.

Gruszynski (2008) complementa ao afirmar que o designer busca, por meio da construção e aplicação de uma mensagem em seus aspectos visuais, comunicar algo a alguém, fazendo assim uso das diversas ferramentas e recursos gráficos existentes na linguagem da comunicação visual para atender esta demanda. No entanto, dadas essas conceituações, mostra-se fundamental traçar o entendimento de que, para esta pesquisa, o conceito de design gráfico abrange quaisquer produções, sejam elas concebidas de forma artesanal ou a partir do uso de tecnologias gráficas de produção ou impressão. Antes de tudo, é preciso que correspondam à síntese da literatura conceitual apresentada.

Em outras palavras, ao trazer para o cenário de manifestações contemporâ-

neas desde o cartaz de manifesto, produzido manualmente em cartolina e caneta marcadora, até o cartaz impresso em lona, que utiliza ilustrações vetorizadas e diferentes famílias tipográficas, faz-se uso do design gráfico para expressar sua ideologia.

Ao relacionar necessidade humana e criação visual, Dondis (1997) também reforça que os motivos para a criação de todas as formas de materiais visuais – às vezes claros e objetivos, outras vezes multilaterais e sobrepostos – possuem como razão responder a uma necessidade. A partir do enfoque no cartaz político como objeto do presente estudo, material que envolve a presença de imagens, símbolos, textos e demais aspectos na composição de sua mensagem, Dondis (1997) elucida questões sobre aspectos universais da comunicação visual. A autora afirma que, para os analfabetos, a linguagem falada, a imagem e o símbolo, até hoje, permanecem como as mais significativas formas de comunicação, pois apenas o visual consegue ser utilizado em qualquer situação.

Ainda como afirma a autora, esse é um fato presente ao longo da história e nos dias de hoje,

Na idade média e no Renascimento, o artista servia à Igreja como propagandista. Nos vitrais, nas estátuas, nos entalhes e afrescos, nas pinturas e ilustrações de manuscritos, era ele quem transmitia visualmente “a Palavra” a um público que, graças a seus esforços, podia ver as histórias bíblicas de forma palpável. O comunicador visual tem, de fato, servido ao imperador e ao comissário do povo. (DONDIS, 1997, p. 90).

Nesse sentido, a época que engloba as duas guerras mundiais foi crucial para a produção de cartazes de propaganda política, favorecendo com que o design se convertesse em um instrumento de planejamento e ação do Estado. Então, ao falar sobre a importância do design visual potencializado durante a Primeira Guerra Mundial, Hollis (2000, p. 28) afirma que “os diagramas, as ilustrações e as legendas ajudavam a informar e instruir. Os signos e símbolos para a identificação de posto e unidade militares eram um código de status imediatamente compreendido”. Nesse período, vários designers estiveram diretamente ligados a serviços prestados a governantes e partidos políticos específicos, ou seja, o design passou a exercer um importante papel no universo político, enfrentando os impasses éticos e ideológicos que viriam posteriormente (CARDOSO, 2004).

Para as populações analfabetas, a comunicação visual foi majoritariamente eficaz (DONDIS, 1997), como no caso da revolução russa, ocorrida durante o século XX, especialmente após 1917, através da vanguarda construtivista, quando foram utilizados meios e métodos visuais para a transcrição de informações que possibilitaram o alcance das massas. Devido ao grande acervo de cartazes históricos da Rússia Revolucionária e à importância do construtivismo russo na história da comunicação política e dos car-

tazes, faz-se necessário contextualizar brevemente o período a fim de enriquecer este estudo no que tange à comunicação de massa e aspectos de composição gráfica para a elaboração da mensagem política, reforçando-se o pensamento trazido por Dondis (1997).

Anteriormente à revolução, a Rússia vivia um período imperial que durava mais de três séculos. Contudo, em 1917 sucederam revoltas populares em relação ao antigo regime, o qual se encerrou devido a uma série de manifestações que aconteceram. Essas manifestações conseguiram forte apoio dos meios de comunicação de massa, que tinham como objetivo incentivar o povo a comparecer nos protestos. É válido ressaltar que, na época, cerca de 70% da população russa era analfabeta (CURTIS *apud* BRAGA, 2019), logo, o uso do cartaz como instrumento de comunicação política foi crucial, pois exibia elementos do design em suas produções, como o uso estratégico da cor, forma e outros elementos de linguagem visual.

Um ponto importante destacado após a revolução foi a presença de um movimento artístico denominado “construtivismo”. Esse movimento usava paletas de cores minimalistas e formas geométricas inspiradas no cubismo e que progrediam para um radicalismo pelo qual o artista poderia ter uma maior autonomia para se afastar de obras elitistas, de maneira a popularizar e democratizar a arte (SANTOS, 2014). Assim, ao discorrer sobre a estética da vanguarda construtivista, Fabres (2012, p. 114) suscita que “pode-se perceber nos cartazes construtivistas uma nova constituição de força visual, destinada a provocar uma mudança social e a conciliar a produção artística com a expressão das aspirações da sociedade.”

Ao dialogar sobre o Construtivismo russo e sua relação com a sociedade da época, identifica-se não somente uma vanguarda restrita ao viés artístico e seus fins, mas uma nova maneira de expressão revolucionária que pudesse alcançar a população em massa, ultrapassando as barreiras elitistas de acesso à arte e, também, comunicação. Por fim, a respeito disso, Silva (2015, p. 14) sintetiza o entendimento ao elaborar que:

O Construtivismo não pretendia ser um estilo abstrato em arte, nem mesmo uma arte por si própria. Também não era uma arte política, mas sim a socialização da arte. Era a transmissão de uma mensagem revolucionária à população. A combinação entre arte e sociedade e a permissão do acesso do povo à arte eram seus principais objetivos. E a única maneira de atingir este objetivo era criar uma função para a arte.

Dado o contexto, avalia-se que, antes do período construtivista, os cartazes políticos russos apresentavam uma estrutura preenchida majoritariamente por textos e sem muitas cores atrativas. Já no período posterior, o design era formado por elementos que buscavam incluir todos os públicos, fazendo-se necessário um uso maior de símbolos mais simples e cores chamativas para que a mensagem fosse de fácil compreensão e

abrangência na população, deixando a quantidade de textos para um segundo plano. Logo, a imagem era recebida e interpretada pelos receptores de forma mais rápida e objetiva. Santos (2014, p. 22) complementa ao dizer que:

Ressalta-se que a utilização dos símbolos dentro da ideologia política está associada à teoria de conquista e controle das massas, embasada na concepção de meios de estruturação em prol da ordem e da integração social. Imagens, símbolos são ideais quando se trata de comunicar uma ideia ou ideologia de forma rápida e eficaz. Sua utilização cria uma identidade visual sólida e que desvela o caráter e conceito da mensagem.

Dito isto, faz-se importante sinalizar que, à época, na Rússia, o cartaz já havia se estabelecido como forma de comunicação de massa. Sua popularidade era tanta que os cartazes colados em postes ou paredes eram sobrepostos a toda hora por novos impressos (ZARDO, 2010, p. 46).

Figura 14 - Cartazes produzidos durante a revolução russa



Fonte: Duke Repository¹⁴

Assim, além de ajustar a construção dos cartazes com a finalidade de atingir a maioria da população, havia também um cenário de massiva quantidade de informação nas ruas das grandes cidades da Rússia e do mundo. Em consequência, a população, por muitas vezes, acabava por não estar atenta a certos cartazes colados em postes. Então, para obter a atenção dos pedestres, os produtores dessa mídia o ajustaram em relação ao método de anúncio impresso anterior, que não continha cores e possuía um grande volume de texto. Também foram acrescentadas cores e uma preocupação com

¹⁴ Disponível em: <<https://repository.duke.edu/dc/russianposters/>> Acesso em: fev. 2021

o design (MOLES, 1969).

Para tangibilizar as diferenças entre a configuração dos cartazes políticos russos, na Figura 15 tem-se como exemplo um cartaz produzido em 1917, por Hood Avilov, num período considerado “pré-revolução” - consequentemente, “pré-construtivismo”. Algumas características marcantes nos materiais anteriores à revolução dizem respeito ao teor manual das produções - dada a falta de tecnologia na época -, e apresentam preocupação com espaços vazios, havendo a necessidade de preenchê-los para que as artes não pareçam tão simples. Igualmente, havia uma apreensão em não repetir tipografias.

No cartaz de Avilov, observa-se uma bandeira em destaque com a escrita “terra à vontade” em russo, cuja interpretação, segundo o contexto da época, sugere que o povo tem direito à terra sem precisar pagar por isso. A cor vermelha também atrai a visão do receptor para a bandeira por ser a única cor chamativa na imagem, trazendo o contraste da peça para si. É importante ressaltar que, apesar do vermelho ter ganhado força como a cor representante dos movimentos revolucionários, antes da revolução comunista, o vermelho já era lido como a representação de algo bonito, valioso e admirável, visto que, em russo, a palavra “Krasnij” (vermelho) “pertence à mesma família de palavras de “bonito”, “cordial”, “bom” (krasiwej)” (HELLER, 2014, p. 71).

Ainda de acordo com a autora, a escolha dessa cor também era motivada pelo clima no país, pois é uma cor quente. Assim, as populações de países que sofrem com invernos rígidos normalmente costumam apreciá-la, como observado na próxima figura.

Figura 15 - Cartaz pré-revolução, de Hood Avilov, 1917



Fonte: Duke Repository¹⁵

Em contraponto, para tornarem mais nítidas as diferenças entre o exemplo anterior - cartaz “pré-revolução” - e as produções pós-revolução, toma-se como exemplo o cartaz da Figura 16, seguindo a então consagrada vanguarda construtivista. Criado por V. N. Deni, em 1929, este cartaz apresenta, em primeiro plano, uma preocupação com alguns dos elementos que compõem os quatro princípios básicos para um bom design gráfico: proximidade, contraste, alinhamento e repetição. Esses princípios foram posteriormente conceituados por Williams (1995).

¹⁵

Disponível em: <<https://repository.duke.edu/dc/russianposters/>> Acesso em: fev. 2021

Figura 16 - Cartaz “Long Live the First of May, Moscow & Leningrad”, de V. N. Deni, 1929¹⁶

Fonte: Duke Repository¹⁷

Como de praxe no período, nota-se nesse cartaz o destaque à cor vermelha, agora assumindo um novo tom, mais latente e vivo que na figura anterior. Como reite-

¹⁶ Tradução do cartaz: “Viva o primeiro de maio, Moscou e Leningrado”

¹⁷ Disponível em: <<https://repository.duke.edu/dc/russianposters/>> Acesso em: fev. 2021

ra Heller (2014), esse tom fortalece a ideia da cor atrativa e acolhedora, pois trata-se da representação de algo caloroso. A utilização de uma paleta de cores mais enxuta, a redução da quantidade de textos - tanto em títulos quanto no corpo da mensagem - e o design mais compacto possibilitam uma atenção maior por parte do receptor, proporcionando uma leitura e compreensão mais rápida e efetiva da mensagem.

A partir dessas observações, Heller e Drennan (1997 *apud* GRUSZYNSKI, 2008) manifestam um posicionamento interessante acerca do tema, em particular sobre a função do designer gráfico. Por meio de uma visão antropológica, os autores discorrem que:

Através da história, o design gráfico tem significado compor, estetizar e estilizar componentes numa página [...] para atrair a atenção visual e transmitir uma mensagem. O designer gráfico é um navegador que estrategicamente posiciona sinais para o leitor seguir. No papel, títulos e corpo do texto, linhas decorativas e funcionais, imagens e cores são como ponto de referências, parte fundamental da arquitetura de uma página. Lê-se naturalmente uma página seguindo essas hierarquias de organização até se atingir um destino.

Se outrora as funções pertinentes ao design gráfico e comunicação visual nos cartazes políticos históricos anteriores poderiam ser vistas por alguns como uma aplicação mais sutil ou menos estruturada dos princípios da área, já no acervo construtivista russo a preocupação que alia a tríade arte, design e comunicação efetiva se torna demasiadamente explícita. Por isso, a fim de confirmar a indicação de Heller e Drennan (1997), é possível usar como exemplo ilustrativo o cartaz da Figura 17, de vanguarda construtivista, o qual adota uma composição estratégica com a intenção de posicionar sinais para a recepção da mensagem pelo leitor.

Figura 17 - Cartaz de Valentina Kulagina, 1929



Fonte: Santos (2014, p. 49).

Em síntese, nesse cartaz, alguns dos pontos de referência citados e validados pelos autores correspondem ao arranjo estratégico do título e demais conteúdos textuais, aplicação de imagens e estrutura de cores. Como observado, essa peça de propaganda política consegue, de maneira eficiente, fazer uso de determinados elementos e recursos gráficos escolhidos a partir da necessidade primária de comunicação e cumpre seu propósito na materialização da ideia, sem perder as características estéticas correspondentes à sua vanguarda.

Exposto um recorte histórico importante acerca das relações entre o design gráfico e o cartaz político, sobretudo com a introdução da estética vanguardista como exemplo, retoma-se o enfoque desta pesquisa aos cartazes de protesto que constituem o *corpus* de estudo. Gruszynski (2008) traz uma abordagem fundamental a respeito do entendimento do design como um meio e seu vínculo com o receptor, considerando a noção da aparência visual de uma peça não apenas como representante de um estilo estético, mas também englobando a época de sua produção e o contexto social e cultural no qual se insere.

Segundo a autora, esse fato possui relevância no momento de analisar os trabalhos de um dado período de acordo com os signos presentes no contexto. Coloca-se em prática uma interpretação de possíveis significados conotados em determinada construção, levando-se em conta que o design é uma atividade ligada à informação. Atrelado a isso, complementa Heller (2009 *apud* MOTA, 2016), “Sustento que compreender o objeto em contexto desloca o design gráfico de uma arena puramente formal para o campo cultural e político.”

Assim, ao aprofundar, Gruszynski (2008) não somente nos fala a respeito da interpretação de uma composição a partir de seus signos, mas sobre o discurso com base no contexto histórico e social. Ao tratar das relações entre o cartaz, o design e as mudanças sociais, Abreu (2011, p. 14) enriquece o entendimento ao pontuar que:

o cartaz transformou-se na medida em que a sociedade também se modificou. Mais texto, menos imagem; mais imagem, menos texto. Mais cores, imagens monocromáticas, apresentações all type, explosões de cores, enfim, sua estética foi adaptando-se às necessidades do público e das mensagens a serem transmitidas e buscou referências estéticas nos movimentos artísticos de sua época.

Posto isso, em concordância com os entendimentos propostos pelos autores e refinando para o enfoque político, assegura-se que a relação intrínseca entre o discurso veiculado na produção de cartazes desse cunho, bem como a construção da mensagem e seu posterior entendimento pelo público receptor, neste caso as populações em massa, é indissociável de seu contexto social, histórico e político. Para uma análise coerente aos objetivos desta investigação, não há como desvincular esses aspectos de cada obra analisada, seja pelo marco temporal correspondente à ascensão do cartaz ideológico, entre os séculos XIX a XX, seja pelo cerne desta pesquisa, que corresponde ao acervo empunhado em manifestações midiáticas.

Em adição ao debate acerca do comportamento do cartaz político e conforme os autores anteriormente citados, Szniter (1996) afirma que, ao retomar o uso do objeto em marcos históricos, tem-se o contexto da Primeira Guerra Mundial, cujos cartazes foram um componente de grande importância para a estratégia de propaganda nos espaços urbanos, sobretudo na abordagem do movimento nazista e sua produção de cartazes políticos.

A autora discorre que esses cartazes possuíam cores enérgicas – incluindo o vermelho –, além do constante destaque à bandeira do partido, presente na maioria dos cartazes nazistas, e o uso de slogans e ilustrações. Essa era uma das mais verdadeiras estratégias da propaganda ideológica.

Figura 18 - Cartaz nazista com lema “Frontline City Frankfurt will be held!” (1945)¹⁸



Fonte: United States Holocaust Memorial Museum

Mostra-se interessante realizar comparação com determinadas produções anteriormente ilustradas, como os cartazes produzidos durante a Revolução Paulista em 1932, nos quais também se verifica a constante presença da bandeira do estado de São Paulo e

¹⁸ Tradução do cartaz: “Frontline City Frankfurt será realizada” ou “Frontline City Frankfurt será mantida”.

o uso de slogans imperativos, normalmente iniciados pela construção “Paulista!”. Ademais, percebe-se que, apesar de produzidos em distintas épocas, países e com finalidades específicas, o cartaz político em si é capaz de utilizar os mesmos recursos comunicacionais para expressar sua ideologia de forma efetiva.

Em suma, ao falar sobre os signos trabalhados durante o regime nazista, Conde (2006, p. 12) aborda uma interessante percepção acerca das produções gráficas e simbólicas desse período:

O arsenal simbólico nazista foi tão bem trabalhado que até hoje está presente no imaginário coletivo mundial, mesmo para os que desconhecem a história do regime. Os símbolos são mais conhecidos hoje que os fatos históricos políticos que os criaram.

Em concordância com a percepção abordada, há de se falar não somente da construção gráfica e estética, como também da estratégia de propaganda empregada. Para Neto (2003 *apud* MOTA, 2016), as razões do sucesso do partido nazista, se comparado a outras forças políticas do período, deve-se à instituição da propaganda como método para controlar a população sob as rédeas do viés ideológico totalitário.

Figura 19 - Cartazes de ideologia nazista produzidos entre 1934 e 1943¹⁹



Fonte: United States Holocaust Memorial Museum

Em adição, ao investigar as ferramentas de comunicação utilizadas pelo partido

¹⁹ Tradução dos cartazes da esquerda para a direita: “Ele é o culpado pela guerra!” e “Sim! Führer, nós te seguiremos!”

nazista, o autor reconhece que “Hitler foi inovador ao entrelaçar elementos coletados de algumas fontes, com os meios de comunicação de massa que haviam acabado de nascer nos anos 20” (NETO, 2003). Hitler fez uso dos mais variados elementos que pudessem exercer capacidade de convencimento sobre a população.

Realmente, como observado nos exemplos acima, apreende-se o uso calculado de recursos da comunicação visual e do design para intensificar a aderência e internalização da mensagem construída, como o uso de uma tipografia imponente, normalmente em cores que fortaleçam o contraste com o arranjo de fundo; a figura do próprio Hitler, que ocupa o foco central da diagramação no cartaz da direita e com a imagem da nação no plano de fundo em reverência; e, também, o recurso de ilustrações em posições condizentes com o apelo textual, como no cartaz à esquerda, no qual o dedo aponta diretamente para a figura que remete ao acusado.

Em síntese, através dos materiais e fatos expostos, é possível observar que o nazismo comprovou sua alta capacidade de persuasão nas camadas sociais alemãs com a ideologia de que os judeus eram a razão de todo o caos vivido pelo país na época. Essa persuasão se traduzia através de inúmeras propagandas de cunho político, implementadas num suporte comunicacional considerado ferramenta primária para atingir a população em massa: o cartaz.

O design gráfico mostrou-se indispensável e tornou-se uma constante no programa de propaganda nazista, construindo narrativas visuais que pudessem divulgar e solidificar os ideais do partido. Nesse ponto, Mota (2016) suscita um pertinente apontamento ao elucidar que esse processo de construção poderia até mesmo ser realizado através de recursos como a manipulação de imagens a favor de uma deturpação da ética e da ausência de valores humanos. Segundo suas palavras,

Este exercício se deu através de diversos ícones, simbologias e lógica informacional. Muitos dos cartazes da campanha nazista manifestaram elementos pré-estabelecidos – sendo esta compilação imagética, um presumível fator de causa e origem para o sucesso das diversas infrações cometidas pelo Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães, o Partido Nazista (MOTA, 2016, p. 45).

Nota-se que dentro do próprio arsenal de produções de propagandas nazistas há uma série de caminhos estéticos que orientam a narrativa visual de modo a favorecer os objetivos de cada comunicação. A possibilidade de assumir diversos caminhos gráficos dentro de uma mesma campanha ideológica resulta da projeção que é alcançada a partir das estratégias de mensagem delineadas e que se apoiam no design gráfico como área para tangibilizar esses objetivos.

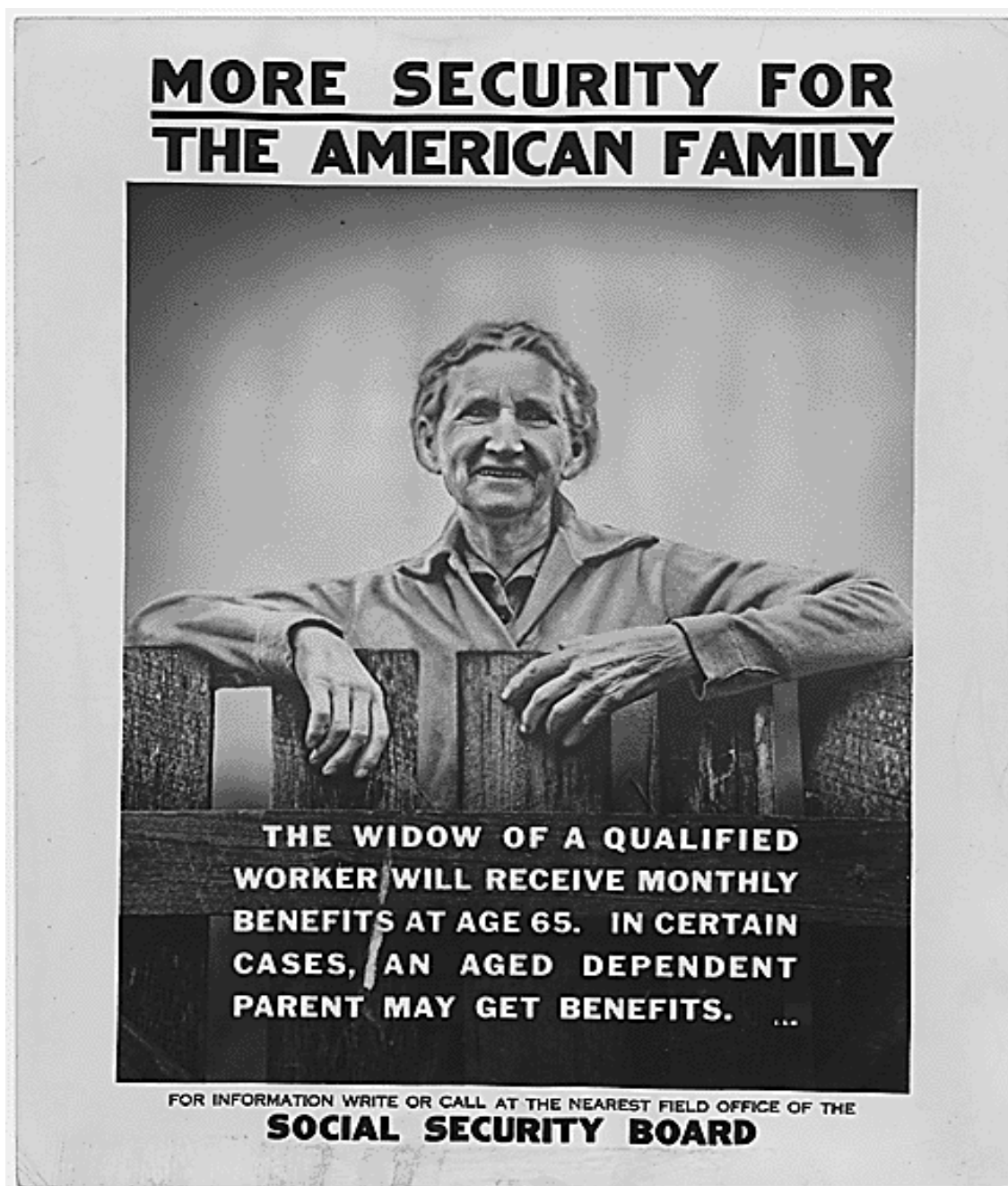
Se nas propagandas pertencentes à vanguarda construtivista russa percebia-se uma estética muito bem consolidada e delimitada, desde o uso de uma paleta de

cores marcante à vasta aplicação de formas geométricas cravadas no imaginário social da época, além do uso de elementos que, em maior ou menor grau, repetiam-se nos cartazes, na propaganda nazista identifica-se não somente uma estética em nível macro, que representa a ideologia, mas um conjunto de recursos narrativos que possibilitaram o sucesso e posterior memória visual coletiva, como o símbolo da suástica, o uso da bandeira e a figura do próprio líder Hitler.

Em suma, entende-se que, apesar de serem constituídas de maneiras muito distintas, ambas as propagandas políticas apresentadas alcançaram o sucesso almejado na época, cumprindo seus objetivos de comunicação em massa e fixando-se no imaginário gráfico mundial. Entretanto, é importante ressaltar que outras movimentações políticas utilizaram o cartaz de forma muito genuína e eficaz, não somente restrita a essas duas ideologias, tampouco encerradas no contexto europeu. Isso pode ser observado no marketing político de promoção do “New Deal”, o plano de recuperação econômica proposto por Franklin Roosevelt em 1933, logo após a quebra da bolsa de valores nos Estados Unidos, em 1929.

Nesse outro contexto, por exemplo, o principal objetivo da campanha política, incluindo o acervo de cartazes produzidos, consistia em sensibilizar a população em relação à situação econômica do país e tornar o New Deal a melhor solução para a retomada da qualidade de vida financeira dos norte-americanos.

O plano visava ampliar a ação direta do Estado na economia para controlar a produção e a execução de obras públicas, pois o intuito era gerar empregos àqueles que foram demitidos em decorrência da crise. Assim, uma série de publicidades políticas foram materializadas em cartazes, criadas com o objetivo de popularizar os benefícios propostos pelo New Deal.

Figura 20 - Cartaz de propaganda política do New Deal²⁰

Fonte: Franklin D. Roosevelt Presidential Library and Museum²¹

²⁰ Tradução do cartaz: "Para maior segurança da família americana – a viúva de um trabalhador qualificado receberá benefícios mensais até os 65 anos. Em certos casos, parentes de idade também serão beneficiados".

²¹ Disponível em: <<http://docs.fdrlibrary.marist.edu/images/photodb/27-0809a.gif>> Acesso em: jan. 2022

Figura 21 - Cartaz de propaganda política do New Deal²²

Fonte: Franklin D. Roosevelt Presidential Library and Museum²³

²² Tradução do cartaz: “A lei de seguridade social, conforme alterada, oferece proteção de seguro de velhice para pessoas que estão se aproximando da idade de aposentadoria.”

²³ Disponível em: <<http://recordsofrights.org/records/100/more-security-for-the-american-family>>
Acesso em: jan. 2022.

Figura 22 - Cartaz de propaganda política do New Deal²⁴

Fonte: Franklin D. Roosevelt Presidential Library and Museum²⁵

A partir dos cartazes acima expostos, percebe-se o apelo visual intrinsecamente otimizado pelos textos que o acompanham durante a campanha promovida por Roosevelt. Em outras palavras, o uso de fotografias, nas quais a expressão dos

²⁴ Tradução do cartaz: “Quando um trabalhador segurado morre, deixando filhos dependentes e viúva, tanto a mãe quanto os filhos recebem benefícios mensais até o último completar 18 anos.”

²⁵ Disponível em: <<https://rockwellfourfreedoms.org/timeline/>> Acesso em: jan. 2022.

personagens possui um semblante de esperança, em adição aos textos promove diretamente os benefícios propostos pelo programa, que é adquirir um tom de persuasão e sensibilização potencializados e de forma objetiva, com uma base estética replicada para todos. Em síntese, é fundamental reforçar como o marketing político dessa campanha foi bem-sucedido na época por conta de seus apelos acerca de questões envolvendo justiça social. Por esse motivo, a aprovação do New Deal foi rapidamente implementada em duas etapas.

Por fim, torna-se visível ao longo da história a capacidade de adequação do cartaz político aos seus fins por meio do design gráfico. A adoção de diferentes recursos imagéticos e princípios da linguagem de comunicação visual possibilitaram o diálogo estratégico com o público-alvo que se desejava atingir. O uso de elementos como textos, ícones, símbolos, ilustrações, formas ou famílias tipográficas para alcançar os objetivos de persuasão, seja a favor ou contra determinada causa ou acontecimento, favoreceu a construção de uma mensagem e discurso dotado de signos, significantes e significados. Esses elementos eram posteriormente compreendidos pelo receptor da mensagem ao considerar o contexto histórico, político e social de cada época.

2.3 Cartaz político: as relações entre forma e conteúdo

Esta necessidade levou ao surgimento de novas formas de divulgação de ideias, vontades e querer, tornando-se, efectivamente, no veículo capaz de levar às populações a mensagem desejada na sua forma monolítica, com efeitos sobre o seu comportamento psicológico' (VIANA, 2003, p. 16).

O cartaz político transmuta-se de suas funções primárias ao incorporar o caráter ideológico potencializador ao discurso enunciado e organizar textos. No caso desta pesquisa, compreende-se texto qualquer forma de inscrição audio-scripto-visual (MEUNIER; PERAYA, 2008) que constrói identidades, atrai a atenção do receptor e potencializa o sentido pela relação entre as variadas matérias significantes (verbo-visuais) que compõem o discurso proferido no suporte. Ao tratar do cartaz como dispositivo para enunciação de discursos político-ideológicos, Charaudeau (2006 *apud* GRUSZYNSKI, 2012) aborda que:

o dispositivo é uma maneira de pensar a articulação entre vários elementos que formam um conjunto estruturado, pela solidariedade combinatória que os liga. Esses elementos são de ordem material, mas localizados, agenciados, repartidos segundo uma rede conceitual mais ou menos complexa. O dispositivo constitui

o ambiente, o quadro, o suporte físico da mensagem, mas não se trata de um simples vetor indiferente ao que veicula, ou de um meio de transportar qualquer mensagem sem que esta se ressinta das características do suporte. Todo dispositivo formata a mensagem e, com isso, contribui para lhe conferir um sentido. (CHARAUDEAU, 2006, p. 104-105)

Em complemento à abordagem de dispositivos para se compreender o comportamento do cartaz político, Mouillaud e Porto (2002 *apud* MEDEIROS, 2011) afirmam que “os dispositivos são os lugares materiais ou imateriais nos quais se inscrevem os textos”. Dessa forma, o cartaz como suporte de manifestação política apresenta forma própria que estrutura discurso, espaço e tempo, seja via materialidade - em sua vida útil durante as manifestações, produzido e empunhado pelas mãos dos autores e sendo captado pelos leitores ao vivo na rua -, seja via imaterialidade - ou pós-vida -, sendo consumido e reproduzido através de imagens e fotografias captadas durante as manifestações, as quais são compartilhadas fluidamente em meio digital *a posteriori*.

Ainda sobre a perspectiva do cartaz de cunho político, Lima (2013, p. 90) relaciona o objeto à realidade de quem o empunha, trazendo a abordagem para a realidade das manifestações midiáticas contemporâneas, foco desta pesquisa.

Cartazes dispersos nas manifestações revelaram que os jovens manifestantes se consideram ‘sem voz pública’, isto é, sem canais para se expressar e ter sua voz ouvida. Ou melhor, a voz deles não se expressa nem é ouvida publicamente. Vale dizer que as TICs (sobretudo as redes sociais virtuais acessadas via telefonia móvel) não garantem a inclusão dos jovens - nem de vários outros segmentos da população brasileira - no debate público cujo monopólio é exercido pela velha mídia.

Entende-se que esse tipo de cartaz assume uma postura de materializador da expressão política do sujeito, carregado de um conjunto de signos que estruturam o discurso de seu locutor ao contextualizá-lo com o cenário contemporâneo da mediação. Nesse ponto, ao tratar da relação existente entre forma e conteúdo do cartaz político, faz-se necessário retomar às particularidades dos cartazes presentes no *corpus* de análise desta pesquisa. Assim, no entendimento de Neves (2018, p. 8), o cartaz de manifestação corresponde a um dispositivo:

feito à mão, em unidade e com mensagens curtas e individuais expondo uma ideia, respondendo a um interlocutor possível. [...] Então, o cartaz é, por princípio, suporte de papel cartolina/papelão, mas que não são em si um cartaz. Para ele se constituir é preciso um conteúdo com ou sem ilustrações ou fotografias podendo ser afixado em espaço de passagem/espaço público e ou postado em rede social.

A partir dessa perspectiva, identificam-se convergências e divergências em relação ao conceito proposto pela autora. Esses pontos serão fundamentais para compreender as características que constituem os cartazes registrados para o *corpus* desta pesquisa.

Em consonância, têm-se os elementos que correspondem às mensagens curtas em articulação com uma ideia, necessitando de um conteúdo com ou sem imagens e que possa ser colocado em espaços públicos e/ou postados em redes sociais. Entretanto, neste acervo em específico, discorda-se em relação ao suporte (papel, cartolina ou papelão) e à manualidade na produção desse material, visto que, nos registros dos atos pró-Bolsonaro, em São Luís, observam-se cartazes com características distintas, como a impressão em material semelhante à lona - neste ponto, deslocando-se da cartolina enquanto matéria-prima -, em grandes dimensões, sendo necessário, em alguns casos, mais de um manifestante para realizar a sua empunhadura e, também, o uso latente de recursos gráficos, como ilustrações vetorizadas, tipografias digitais com uso de artifícios como negrito ou diferenciação a partir de cores, conferindo destaque a determinadas palavras ou frases.

Essas características estão presentes na Figura 23, componente do acervo.

Figura 23 - Cartaz político em manifestação a favor do presidente Jair Bolsonaro em São Luís, 2019



Fonte: DIAZ, Marcello. Sem identificação. 2019. 1 fotografia.

Para esta pesquisa, uma série de diferentes estruturas de cartazes políticos ao longo da história até o atual cenário de manifestações midiaticizadas foi exposta e contextualizada a fim de validar as vastas possibilidades de concepção desse material. Apesar de concebidos em diferentes épocas e com distintas tecnologias ou matérias-primas, todos ainda preservam sua relação com o cunho político e suas expressões ideológicas.

Para o entendimento da atual investigação e cenário contemporâneo em que

se encontra o recorte desta pesquisa, delimitar o conceito de cartaz político meramente em função de sua forma torna-se inconsistente, visto a transmutação das materializações que o objeto pode assumir. Em síntese, neste estudo, ao colocar em pauta o cartaz de manifestação contemporânea, concebido e veiculado em vias de mediação, desvincula-se ainda mais o conceito em torno do material em si. Nas palavras de Neves (2018, p. 8), “cartaz é, portanto, uma ideia, um conceito que, em contexto de mediação, se desprende ainda mais do papel e se virtualiza.”



3 MANIFESTAÇÕES MUDIATIZADAS

A última década se mostra marcada por manifestações populares com adesão em massa por diversos países do mundo. Desde a Primavera Árabe, em 2010, que provocou uma onda de protestos em mais de dez países do Oriente Médio e Norte da África, como Tunísia, Egito e Líbia, lutava-se por objetivos em comum como a falta de democracia e liberdade. No Occupy Wall Street, em 2011, nos Estados Unidos, os protestantes empunhavam cartazes e gritavam palavras de ordem contra a desigualdade social e econômica no país, principalmente sob o mote “We are the 99%”, fazendo alusão à porcentagem que representa a concentração de riqueza no país, ou seja, apenas 1% da população.

Houve, ainda, a grande mobilização espanhola intitulada como “Indignados”, ocorrida também em 2011. Retomando os gritos de “Sí, se puede!”, os manifestantes lutaram contra as políticas de ajuste e os partidos tradicionais da Espanha, conforme discorre Harvey (2015).

Figura 24 - Cartaz “Rich relax pay no tax” em manifestação de Occupy Wall Street



Fonte: PBS News Hour²⁶.

Entretanto, apesar de ocorridos em lugares, contextos e com objetivos visivelmente distintos, esses atos de protesto contam com fortes pontos de convergência entre si, como a falta de uma liderança unificada e o fato de usarem a internet e as

²⁶ Disponível em: <<https://www.pbs.org/newshour/nation/occupy-wall-streets-fifth-anniversary>> Acesso em dez. 2021.

redes sociais como ferramenta aliada para a convocação, organização e participação. Oliveira e Bertolli Filho (2015) acrescentam que os atos de protesto se apoderaram dessas oportunidades para se organizar coletivamente através do uso e acesso a múltiplas tecnologias. É importante ressaltar que esse foi um comportamento também presente na organização e consolidação dos atos de protesto da última década no Brasil, cujo contexto será aprofundado no decorrer do capítulo.

Dessa forma, muitas pessoas que se sentiram identificadas com as pautas e bandeiras levantadas por esses atos confirmaram presença nos eventos. Além de compartilharem em suas próprias mídias sociais, massificaram o alcance dos atos e seu engajamento em larga escala. Aliado a isso, é oportuno frisar como ponto de destaque para essa onda de protestos globais a alta adesão por parte dos jovens, pois estes ocupam os espaços públicos, como assegura Carneiro (2012, p. 9):

Houve algo de dionisíaco nas manifestações de 2011: uma onda de catarse política protagonizada especialmente pela nova geração, que sentiu esse processo como um despertar coletivo propagado não só pela mídia tradicional da TV ou do rádio, mas por uma difusão nova, nas redes sociais da internet, em particular o Twitter, tomando uma forma de disseminação viral, um boca a boca eletrônico com mensagens replicadas a milhares de outros emissores.

Figura 25 - Cartaz “Somos a rede social” em manifestação de 2013 na cidade de São Paulo



Fonte: PET-SI USP²⁷

Ao contextualizar com o tema desta pesquisa e retomar a importância e impacto das redes sociais para as manifestações midiaticizadas da última década até o presente momento, faz-se necessário compreender esse conjunto de mídias para além da sua função como meio de comunicação. As redes sociais são uma nova concepção

²⁷ Disponível em: <<http://www.each.usp.br/petsi/jornal/?p=1906>> Acesso em dez. 2021

de espaço público, caracterizada não somente pelo âmbito da realidade virtualizada, mas também pela extrapolação de limites geográficos para a construção de senso comunitário. Além disso, essas redes propiciam a construção de movimentos mais democráticos no que tange à representatividade, pois o indivíduo possui poder político de voz tanto para falar quanto para ser ouvido (CASTELLS, 2005).

Portanto, as redes tradicionais implicam velhas formas de organização social, elas fazem parte da história da humanidade. Não podiam antes conectar muitos indivíduos ou organizar a ação coletiva porque tinham limites físicos aonde queriam chegar. Hoje não há mais limites. As redes de internet não têm limites de tempo e espaço e podem se reconfigurar constantemente. A tecnologia não determina a ação social, mas permite um tipo de organização que sem a internet não existiria. (CASTELLS, 2005).

Nota-se um deslocamento dos moldes tradicionais de representatividade em manifestações, os quais anteriormente traduziam-se em figuras de liderança como partidos, coletivos ou sindicatos. Hoje observa-se a dissolução e a ausência de uma liderança unificada e centralizada, que favorece a organização, o engajamento e a participação de indivíduos em si, majoritariamente jovens. Estes expressam suas ideologias, crenças e identidades, conforme exemplificado nos atos expostos no início deste capítulo.

Assim como em outros países do mundo, o Brasil também foi e continua sendo palco de uma série de manifestações, especialmente motivadas por questões de cunho político. Entretanto, para este estudo, o foco está nos protestos midiáticos ocorridos de forma fervorosa desde a última década até os dias atuais, especialmente a partir de 2013. Esses protestos revelam a importância e a atualidade do tema deste estudo.

É importante contextualizar que manifestações de aspecto e proporção similares foram registradas no Brasil pela última vez em 1992, sob a reivindicação de *impeachment* do presidente da época, Fernando Collor de Melo. Contudo, para os objetivos da análise do objeto desta pesquisa, a contextualização do cenário político e midiático de 2013 se torna mais coerente devido às suas movimentações e transformações tecnológicas, comunicacionais e sociais, as quais resultam em um cenário novo e cheio de particularidades para o estudo.

Revela-se ainda o papel fundamental da internet, redes sociais e dos processos de mediação para a construção e consolidação desses protestos, pois caracterizam uma nova forma de levante e entendimento dos movimentos sociais.

A princípio, tomou-se por base o ano de 2013, quando parte da população brasileira se deslocou para as ruas de diversas cidades do país em protesto motivado

pelo aumento das tarifas de transporte público empregados nas capitais São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte, Salvador e Natal. Esse aumento chamou a atenção da mídia nacional e mobilizou uma adesão política em massa nas redes sociais. Porém, apesar dessa série de protestos terem inicialmente o Movimento Passe Livre (MPL) como representante para o chamamento do povo, a descentralização de uma liderança durante os eventos se fez presente, inclusive sem a presença de partidos políticos, como endossa Neves (2018, p. 2): “os que aceitaram o convite não seguiram uma ordem institucional quanto às suas ações e expressões durante os protestos”.

Ainda que o aumento da tarifa tenha sido a causa inicial e principal para o levante das manifestações, identificou-se uma difusão dos fatores e reivindicações levantadas durante os atos, cujas pautas mais generalistas, como corrupção nacional, passaram a ganhar visibilidade, além de questões mais específicas, como o superfaturamento das obras envolvidas na Copa do Mundo FIFA de 2014, sediada no Brasil. Sobre isso, Vainer (2013, p. 37) complementa:

Não há como não reconhecer a conexão estreita entre os protestos em curso e o contexto propiciados pelos intenso e maciços investimentos urbanos associados à Copa do Mundo de 2014 e, no caso do Rio de Janeiro, também aos Jogos Olímpicos de 2016.

Diante do exposto, já não era o povo somente em repressão ao aumento e em apoio à tarifa zero de transporte público - proposta levantada pelo MPL -, mas havia um grito generalizado a respeito de questões como ordem, ética e políticas públicas negligenciadas no país.

Nesse ponto, a adesão aos protestos deixou de se limitar ao território nacional, integrando também brasileiros residentes em outros países do mundo, os quais protestavam em suas respectivas cidades de moradia. Vale ressaltar que a cobertura desses eventos, que antes se centrava na mídia nacional, passou a alcançar uma escala de transmissão e relevância mundial, com repercussões em grandes emissoras internacionais, incluindo a norte-americana CNN e, também, a britânica BBC.

Dado o cenário, um ponto interessante e em convergência com as manifestações midiáticas anteriormente citadas em outros países fora a alta adesão, organização e participação por parte da população jovem brasileira, a qual se estruturava e expressava suas ideologias através das redes sociais, convocando os atos e formando uma teia de compartilhamento e alcance orgânico massivo, especialmente no Facebook e Twitter. Em relação a esse público, Sakamoto (2013, p. 100) aborda um estranhamento acerca da relação entre os manifestantes e as pautas pelas quais estavam na rua:

Muitos desses jovens estão descontentes, mas não sabem o que querem. Apenas o que não querem. Neste momento, por mais agressivos que sejam, boa parte deles está em êxtase, alucinada com a diversão que é estar na rua e com o poder que acreditam ter nas mãos. Mas ao mesmo tempo, com medo. Pois cobrados de uma resposta sobre sua insatisfação, no fundo [...] conseguem perceber apenas um grande vazio.

Ao elencar o panorama contextual referente ao público presente nessa agenda de atos, compreende-se que, para além do conjunto de pautas difusas gritadas nas ruas, há de se reconhecer que, em parte, houve também a ausência de uma reivindicação ou pauta específica para uma parcela jovem que compunha as multidões.

A respeito do fenômeno de difusão de pautas acometidas no decorrer dos protestos mundiais e no contexto da agenda brasileira também, Castells (2005) exprime que

Essa é uma característica comum a todos os movimentos indignados em rede, em todos os países. São espontâneos, não dirigidos, começam por um fato insuportável, mas imediatamente surgem milhares de humilhações sofridas, cada dia por muitas pessoas, em particular os jovens, por causa das burocracias políticas. [...] Como as instituições não processam realmente os problemas das pessoas, e sim se ocupam em satisfazer os políticos e seus aliados em primeiro lugar, quando há um canal de expressão na rua, aparecem coletivamente todas as demandas que cada um pode expressar individualmente.

É possível compreender que, a partir da possibilidade de levante da voz do indivíduo enquanto sujeito político proporcionado pela realidade virtualizada, os sentimentos reprimidos pelas desigualdades, injustiças sociais e lacunas de representação ganham alcance e margem para serem expressos nas ruas. Nesse cenário, cada indivíduo pode se enxergar no manifesto do outro, causando uma disseminação de múltiplas pautas.

Ainda nesse contexto, há a presença do cartaz político, o qual é dispositivo circulante do corpo vivo que compõe as manifestações midiaticizadas, sendo amplamente utilizado durante as manifestações de 2013 no Brasil e, posteriormente, compartilhado nas redes sociais, estendendo o que pode ser entendido como seu tempo de vida. Como esmiúça Neves (2018), por ser um instrumento de agitação política, propaganda e, em seguida, de memória, o cartaz político permite a circulação de causas, combates e resistências expressas através de uma ideia gráfica e um instrumento de comunicação.

Em síntese, ao classificar essas manifestações no cenário brasileiro, Perruso (2014 *apud* MULLER; SANFELICE, 2019) elenca as três particularidades que resumem e caracterizam essa onda de protestos, para além do marco histórico, sendo elas: a horizontalidade e descentralidade ativista das manifestações; a ação direta e,

por vezes, espontânea dos ativistas, sobretudo em relação a alvos e símbolos do capitalismo; e, por último, a participação de um público jovem, caracterizado como uma nova geração militante que parece não compartilhar das mesmas concepções políticas e ideológicas de outrora. Entretanto, em concordância direta ao entendimento de Muller e Sanfelice (2019), adiciona-se a importância das redes sociais como uma das principais características desses eventos.

Nesse sentido, os cartazes empunhados durante o que posteriormente foi chamado de “Jornadas de Junho” se comportavam como uma tentativa de materializar, explicar e evidenciar o que o conjunto de dinâmicas manifestadas em rua e seus adeptos desejavam reivindicar naquele cenário nacional, confrontando a mídia nacional que permanecia relatando apenas o aumento da tarifa como gatilho para a onda de protestos iniciados. A mídia ignorava as outras pautas vigentes no espaço público e, ainda, classificava os atos como característicos de vandalismo, marcados por forte repressão e violência policial.

A partir desse contexto de agenda de protestos nacionais com pautas múltiplas, a pesquisadora Raquel Rolnik (2013, p. 8) elucida o fenômeno ao comparar a situação a um terremoto, já que “perturbou a ordem de um país que parecia viver uma espécie de vertigem benfazeja de prosperidade e paz, e fez emergir não uma, mas uma infinidade de agendas mal resolvidas, contradições e paradoxos”.

Figura 26 - Cartaz “Se a tarifa não baixar, a cidade vai parar” nas Jornadas de Junho, 2013



Fonte: Wikimedia Commons²⁸

²⁸ Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/estudo/manifestacoes-de-junho-de-2013-relembre-os-fatos-importantes/>> Acesso em: dez. 2021.

Dado esse cenário de inflame político nacional a partir de 2013, é importante acentuar que as agendas não se encerraram em sua totalidade nesse ano em específico. As Jornadas de Junho suscitaram, na verdade, uma onda de posteriores manifestações políticas com novas demandas e justificativas, marcadas pelo sucesso, comoção e mobilização nacional observada aos moldes de 2013. A linguagem virtual também encontrou lar nas ruas, alcançando centenas de milhares de pessoas, promovendo um nítido exemplo de realidade virtualizada.

Já no ano de 2015, por exemplo, organizou-se um levante de atos em todo o país contra o governo da então presidenta Dilma Rousseff, seguindo os mesmos esquemas de organização e divulgação observados em 2013. As pautas dessa ocasião giravam em torno da figura da presidenta e não se restringiam à indignação coletiva, mas ao seu pedido de *impeachment*, acusada de corrupção. Scartezini (2016, p. 183) disserta que:

Ocorrendo concomitantemente em várias cidades do Brasil, os protestos contaram com a participação de cerca de 2 milhões de pessoas que exigiam, em linhas gerais, o fim da corrupção e o impeachment da presidenta Dilma Rousseff. Bradando palavras de ordem como “Fora PT” e “Lula nunca mais”, centenas de manifestantes marcaram presença ao longo destes dias nas principais emissoras de televisão nacionais que cobriram os atos com recorrentes chamadas ao vivo.

Em relação às pautas difusas, estas novamente foram observadas na manifestação de repúdio contra o então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha. Para além disso, pautas de cunho “positivo” também se fizeram presentes, como em apoio à Operação Lava Jato e ao seu juiz na época, Sérgio Moro.

Nessa nova agenda, notam-se dois pontos interessantes, os quais irão dialogar diretamente com o enfoque da análise a partir do recorte local e temporal. O primeiro diz respeito à ascensão de uma pauta que muitas literaturas denominaram de “antipetismo”, ou seja, repúdio contra o partido político “PT” e determinadas figuras que são membros do partido, como o ex-presidente Lula e a então presidenta Dilma. O segundo faz referência à incidência cada vez mais presente e recorrente de uma estética típica dos manifestantes nesses eventos. Essa estética normalmente está aliada à pauta antipetista ou patriota, caracterizada pela constante empunhadura da bandeira do Brasil e de outros elementos que retomam a figura da pátria, entre eles a camisa verde e amarela da seleção brasileira e outros objetos com essas cores e símbolos.

Figura 27 - Cartazes em manifestação contra o governo Dilma Rousseff, 2015



Fonte: CAMARGO, Marcelo. ABR. 2015. 1 fotografia²⁹

Para além do contexto mencionado, um fato interessante diz respeito ao público de manifestantes presentes nos atos de 2015. Scartezini (2016, p. 188) levanta alguns aspectos que são determinantes para sinalizar as sensíveis diferenças em relação a 2013:

a base social das Jornadas de Junho era consideravelmente mais popular, com um maior índice de negros e de pessoas com apenas o ensino fundamental completo³⁰; já em 2015, a base dos manifestantes era mais branca, mais rica e mais instruída³¹. Poderíamos resumir dizendo: ainda que uma considerável parcela da classe média urbana tenha participado dos dois momentos históricos, em 2013

²⁹ Disponível em: <<https://memoria.ebc.com.br/noticias/politica/2015/03/protestos-ocorrem-em-todas-regioes-do-pais>> Acesso em: dez. 2021

³⁰ A autora elucida em sua pesquisa a partir do entendimento de Singer (2013) que “O perfil dos manifestantes das Jornadas de Junho de 2013 foi majoritariamente jovem e de classe média. O índice de manifestantes com idade de 12 a 35 anos chegou a 82% em São Paulo, 80% no Rio de Janeiro e a 84% em Belo Horizonte. Entre os manifestantes, o nível de escolaridade se demonstrou alto. Em São Paulo, apenas 1% dos manifestantes tinha apenas o Ensino Fundamental, 20% tinha concluído apenas o Ensino Médio, enquanto 78% tinha ensino superior (completo ou incompleto). No Rio de Janeiro, estes dados se mostraram mais homogêneos: 14% com apenas Ensino Fundamental, 52% com apenas Ensino Médio e 34% com Ensino Superior. No que tange à renda familiar, o perfil dos manifestantes das Jornadas de Junho foi o seguinte: no Rio de Janeiro, 34% recebiam até 1 salário mínimo, 54% recebia de 2 a 5 salários mínimos e 10% recebia mais de 10 salários mínimos. Em Belo Horizonte, 20% recebiam até 1 salário mínimo, 36% recebia de 2 a 5 salários mínimos e 21% recebia mais de 10 salários mínimos. Segundo André Singer, estes dados representam uma nova classe trabalhadora com maior grau de educação formal - fruto das políticas educacionais do governo petista -, mas que, ao fim e ao cabo, continua sob a influência da precarização do trabalho; fato que explicaria, uma alta escolaridade acompanha por baixas rendas familiares. “Isso reforça a impressão de que havia, sim, um contingente de classe média nas manifestações, mas ele não respondia pelo todo.” (SINGER, 2013).

³¹ A autora elucida também em sua pesquisa, a partir do entendimento de Truffi (2015), que mais

foram às ruas a classe média e a classe média-baixa proletarizada, enquanto em 2015 foram às ruas a classe média e a pequena burguesia.

Disto isto, verifica-se uma nova configuração dos frequentadores dos protestos de 2015, desta vez, mais inclinados à classe média nacional e com reivindicações posteriormente entendidas como pertinentes à pauta conservadora e de direita no Brasil. Em suma, no desenvolvimento da análise a partir das manifestações de São Luís, será possível validar alguns aspectos já exibidos entre 2015 e 2016 nessa agenda, como a estética patriota e a constante presença do antipetismo nos discursos levantados.

Um dos motivos que leva a traçar essa trajetória histórica das manifestações midiáticas mais marcantes no Brasil nos últimos dez anos, para além de situar o contexto social, também corresponde aos pontos de repetição e convergência de determinadas estéticas e comportamentos. Estes, datados de 2019, continuam fazendo-se presentes. Com essas palavras, reforça-se que a agenda de atos no Brasil renovou-se em outros momentos, como em 2017, dessa vez com foco voltado para o repúdio contra o ex-presidente Michel Temer, vice da presidenta Dilma Rousseff, após o seu impeachment, e em 2018, com uma série de reivindicações e denúncias a respeito do atual governo do país, encabeçado pelo presidente Jair Bolsonaro.

Entretanto, para conduzir o foco desta pesquisa ao recorte delineado, destaca-se o cenário em âmbito macro relacionado às manifestações midiáticas no Brasil.

3.1 Guerras Culturais no cenário brasileiro

“A instância ideológica, por meio do funcionamento discursivo, determina os sentidos da polarização no debate público.”

(Souza e Azevedo, 2018).

A expressão “guerras culturais” corresponde, no contexto brasileiro atual, aos discursos pautados em temas de cunho moral, tais como orientação sexual, uso e legalização das drogas, aborto, porte de armas e maior rigidez do sistema penal. Esses temas estão subordinados às questões de ordem econômica e social, em uma perspectiva punitivista, que ganha cena no debate público (GALLEGO; ORTELLADO;

de 70% dos manifestantes que saíram às ruas no dia 16 de agosto de 2015 em São Paulo são de cor branca, quase metade tem renda familiar superior a 7 mil reais mensais e cerca de 65% têm ensino superior completo.

MORETTO, 2017).

Não há uma concordância em relação ao demarcador histórico preciso ou causas que teriam impulsionado o surgimento desse fenômeno. Todavia, parte da literatura acerca do tema sugere que as guerras culturais foram propostas como uma reação ao movimento de contracultura entre as décadas de 1960 e de 1970, especialmente nos Estados Unidos, suscitando uma latente indagação de normas e valores sociais. Acredita-se que consistiram em uma resposta à ruptura das identidades coletivas movida pelos novos movimentos sociais e pelo discurso pós-moderno (GALLEGO; ORTELLADO; MORETTO, 2017).

A inflamação do processo de polarização política na história recente do Brasil - demarcada pelo segundo turno das eleições presidenciais de 2014 até as movimentações políticas atuais do Governo Federal - reflete no país a vivência do fenômeno das guerras culturais de maneira mais profunda e evidente, especificamente de um de seus ângulos, a do espectro político entre direita e esquerda.

Nesta pesquisa, o entendimento do fenômeno “guerra cultural” enquanto conceito - diretamente focado no recorte geográfico do estudo - e sua relação com a presente situação brasileira, refere-se, de maneira objetiva, às ambiguidades ideológicas existentes na polarização “esquerda-direita” e em seus reflexos sociais. Para o cenário político do país, esse evento se identifica pela defesa de que é preciso estar aliado a uma das duas vertentes políticas, esquerda ou direita, e aderir a seus respectivos conjuntos de valores, práticas e crenças políticas, sociais e culturais. Sobre isso, Gallego, Ortellado e Moretto (2017, p. 36) complementam:

A antiga polarização entre uma direita liberal que defendia a meritocracia baseada na livre iniciativa e uma esquerda que defendia intervenções políticas para promover a justiça social passa a ser não substituída, mas crescentemente subordinada a um novo antagonismo entre, de um lado, um conservadorismo punitivo e, de outro, um progressismo compreensivo.

Esse par antagônico de caráter moralista funciona como agente de reforma do debate na esfera pública, ou seja, ao tratar-se das guerras culturais, não é a individualidade ideológica de cada pessoa que está em jogo, mas sim a importância da opinião pública, sendo essa dotada de “significados e entendimentos enunciados pelos movimentos identitários que procuram enquadrar a forma de pensar dos cidadãos.” (SOUZA; AZEVEDO, 2018, p. 211).

Percebe-se, então, a construção do campo de disputa regido sob duas representações, o “eu” e o “outro” – que, neste caso, é entendido como o oponente, antagonista - no debate público, conduzindo diretamente a opinião pública a se ater a um dos polos instituídos. Entretanto, recorrendo ao histórico das guerras culturais de

forma ampla, num contexto mundial, a esfera política não é nova para esse fenômeno. A respeito disso, comenta Viana (2003, p. 2):

Em todo o mundo, desde sempre, as populações foram fustigadas com estratégias de persuasão e manipulação da mente humana. A necessidade de despertar para uma mudança anunciada quase sempre de cariz ideológico – mostrando a perspectiva de alteração política que levará, pressupostamente, a uma melhor condição social e econômica – sempre surgiu como sustentação e razão de ser dos movimentos históricos, revolucionários ou não.

Ao resgatar as primeiras disputas culturais pautadas no tema político, observa-se com maior nitidez e expressão os fenômenos ocorridos no final da década de 1980, nos Estados Unidos, cujo contexto se consolidava na evidente divisão do país entre esquerda e direita liberal - a primeira, por um lado, organizada na defesa e promoção de políticas públicas em prol da justiça social e, a segunda, apoiada na ideologia da livre iniciativa -, culminando na sua posterior servidão ao antagonismo “progressismo *versus* conservadorismo”.

A partir disso, o que difere as guerras culturais de cunho político vivenciadas décadas atrás dos mesmos fenômenos presentes na contemporaneidade, especialmente no atual cenário brasileiro? De acordo com Thomson (2010 *apud* SOUZA; AZEVEDO, 2018), o que se apresenta como distinção na contemporaneidade corresponde a um maior discernimento e valorização acerca da palavra “cultura” e dos sujeitos ou grupos que buscam delineá-la. Em outros termos, “a consciência de competição por dominância cultural tem se tornado mais evidente, tomando o centro dos embates discursivos”. (THOMSON, 2010)

Dito isto, faz-se necessário adentrar de forma mais profunda nesse campo de disputa vigente no Brasil, a fim de, posteriormente, neste estudo, relacioná-lo e interpretá-lo durante a análise de conteúdo do *corpus* de pesquisa. Conta-se, ainda, com o recorte geográfico desta pesquisa, delimitado a São Luís, no Maranhão. Assim, quais pautas e ideologias integram a agenda de cada “lado” presente nesta polarização política? Quais temas de cunho moral fazem parte dos discursos de esquerda e de direita no cenário brasileiro? Há pautas de particularidade regional em ambos os lados que se diferenciam, de alguma forma, do cenário brasileiro em sua totalidade, em particular no que se refere à guerra cultural vigente, considerando a cidade de São Luís como demarcadora?

Para responder a essas perguntas, alguns pontos advindos do *survey* levantado por Gallego, Ortellado e Moretto (2017), durante as manifestações de 25 de março de 2017, a favor da Operação Lava Jato, e, também, as de 31 de março de 2017, contra a reforma da previdência, fazem-se convenientes ao objetivo de identificar quais são os discursos defendidos em cada polo desse antagonismo moral e de que maneira

se estruturam no cenário nacional de forma mais clara. A respeito da conjuntura brasileira, os autores agruparam as pautas pertencentes a cada lado - direita e esquerda - nas categorias “campo conservador”³² e “campo progressista”³³, respectivamente. Ao verificar o teor das pautas demarcadas em cada campo antagônico, é possível compreender algumas observações no que tange ao discurso ideológico. Este, em seguida, irá servir de auxílio no processo analítico desta pesquisa.

Primeiro, verifica-se de forma muito nítida a feição punitivista presente na maior parte das temáticas defendidas pelo grupo conservador, neste caso, representando o campo de direita. Já para o grupo progressista representa o campo de esquerda, a preocupação com a justiça social e respeito à liberdade sexual, questões de gênero e raça. Nesse campo, tem-se uma perspectiva solidária que se expressa de forma mais latente. Entretanto, ao analisar os temas pautados nesse antagonismo moral, nota-se a presença de pautas muito difusas em ambos os lados.

Apesar de estar em diálogo com Gallego, Ortellado e Moretto (2017) e, também, com Souza e Azevedo (2018), nesta pesquisa opta-se por classificar a guerra cultural vigente no país como sustentada no antagonismo de “direita-esquerda”, diferindo-se dos autores, que abordam o termo “antipetismo” para classificar o campo de direita nessa polarização. Entretanto, é oportuno inserir um interessante apontamento trazido pelos próprios autores para refletir a respeito do lado da direita no que tange ao assunto.

Esses grupos têm a construção da sua identidade com base na negação do adversário, isto é, o petismo e a política tradicional, sem, no entanto, estabelecer características internas afirmativas, como o apoio às políticas neoliberais. É precisamente nesse ponto que o fenômeno das guerras culturais no Brasil se difere do caso americano: o discurso conservador não reorganiza nem adere às pautas liberais, mas se firma no antagonismo moral a um partido, no populismo e na reprovação da política tradicional (SOUZA; AZEVEDO, 2018, p. 212).

³² Segundo os autores, caracterizam-se como pautas pertencentes ao campo conservador: Precisamos punir os criminosos com mais tempo de cadeia; A pena de morte deve ser aplicada para punir crimes graves; Menores de idade que cometem crimes devem ir para a cadeia; O cidadão de bem deve ter o direito de portar arma; Os direitos humanos atrapalham o combate ao crime; O lugar da mulher é em casa cuidando da família; A união de pessoas do mesmo sexo não constitui uma família; Fazer aborto é sempre errado; As escolas deveriam ensinar valores religiosos; Os valores religiosos deveriam orientar as leis; O bolsa-família estimula as pessoas a não trabalhar. (GALLEGO; ORTELLADO; MORETTO, 2017, p. 39-40).

³³ Segundo os autores, caracterizam-se como pautas pertencentes ao campo progressista: Fazer aborto deve ser um direito da mulher; Não se deve condenar uma mulher que transe com muitas pessoas; Cantar uma mulher na rua é ofensivo; A mulher deve ter o direito de usar roupa curta sem ser incomodada; Os negros ainda sofrem preconceito no Brasil; A polícia é mais violenta com os negros do que com os brancos; Cotas são uma boa medida para fazer com que os negros entrem na universidade; Dois homens devem poder se beijar na rua sem serem importunados; A escola deveria ensinar a respeitar os gays; Travestis devem poder usar o banheiro feminino; Deveria ser permitido aos adultos fumar maconha. (GALLEGO; ORTELLADO; MORETTO, 2017, p. 39-40).

Nesse entendimento, os autores abordam mais um ponto de divergência entre a guerra cultural política ocorrida nos Estados Unidos da década de 1980. Em comparação com a atual situação brasileira, apesar de terem como semelhança o fato de estarem centrados no aspecto político e, de certa forma, sob circunstâncias ideológicas no debate público, sustentado em uma dualidade parecida, ainda sim ambas se diferem. Essa diferença reside não somente pelo entendimento que o termo “cultura” assume nos dias de hoje, como também pelo fato do discurso do campo de direita no Brasil não se nomear abertamente liberal, seja em campo ideológico conceitual ou prático.

A partir das reflexões acima expostas, compreende-se o fenômeno em vigência no país como fator crucial para o entendimento do contexto ao qual a pesquisa se situa – tal contexto está intrinsecamente relacionado aos protestos desse enfoque e, conseqüentemente, exercendo reflexo nos conteúdos dos cartazes empunhados -, e à elaboração de inferências no decorrer do processo analítico. Logo, durante a aplicação metodológica, objetiva-se compreender como a guerra cultural em vigor no país, apoiada pela polarização política “direita *versus* esquerda”, transcreve-se no discurso e, por conseguinte, no conteúdo do acervo.

4 METODOLOGIA

“[...] tudo o que é dito ou escrito é suscetível de ser submetido a uma análise de conteúdo.” (Henry e Moscovici, 1968)

A partir de um contexto de movimentações históricas e sociais, manifestadas a partir de protestos midiáticos inseridos em um cenário de evidente guerra cultural no Brasil, marcado por políticas da imagem, imagens políticas e constantes construções antagônicas do discurso, este estudo traz como principal objetivo analisar de que maneira o conteúdo presente no acervo que compõe o *corpus* desta investigação estrutura sua relação discursiva com os eventos aos quais se refere. O *corpus* é composto por fotografias de cartazes políticos sustidos nos eventos que demarcam o recorte histórico e geográfico deste tema. Os eventos foram anteriormente elucidados na introdução e, *a posteriori*, complementados no capítulo 5, a partir da Análise de Conteúdo de foco referencial proposta por Bardin (2011).

A relevância deste trabalho, por consequência, justifica-se pela sua conjuntura social, histórica e política contemporânea dotada de novas particularidades em razão da virtualidade e da mediação no levante da população às ruas, circunscrita de novos entendimentos nos campos comunicacionais e discursivos e, também, ao relacionar com o cartaz político, na utilização de recursos da linguagem visual como objeto intrínseco de trabalho e teoria do Design. Ainda que não haja comprovações formais para afirmar que os cartazes produzidos, de fato, foram orientados ou desenvolvidos por um profissional do design, não obstante, considera-se as técnicas e composições utilizadas, sejam manuais ou digitalmente arquitetadas, como pertencentes à linguagem visual de Design.

Ainda neste contexto, destaca-se aqui a importância nítida das redes sociais na mobilização desses protestos, como já elucidados no decorrer desta pesquisa, uma vez que, segundo Moura e Mandaji (2014, p. 8), foram “fundamental para a organização desse tipo de manifestação, permitindo que as pessoas se expressem e alcancem as demais mídias por meio do impacto gerado sobre a opinião pública”. Assim, ao retomar os debates particulares presentes nesta temática, retomam-se os objetivos específicos elencados no início do texto: (I) compreender os cartazes políticos de maio de 2019 como procedimentos comunicacionais de relevância social; (II) assimilar como os elementos presentes nos cartazes produzem o discurso e sentido para os mesmos através do conteúdo; e, por fim, (III) relacionar os pontos de divergência encontrados em contexto à polarização política entre os discursos e suas linguagens visuais.

Desta forma, o objetivo específico (I) encontra seu processo de investigação ex-

plicitado e aprofundado nos capítulos 2 e 3, a partir de levantamento e pesquisa bibliográfica acerca da história do cartaz ao longo do tempo, suas transmutações - possibilitando assim a função política -, sua relação com o design gráfico e, também, a inserção e contextualização com o conceito de manifestações midiáticas e guerras culturais, sendo constantemente relacionado ao demarcador espaço-temporal que inscreve esta pesquisa, ou seja, manifestações em maio de 2019 na cidade de São Luís.

No que se refere ao objetivo específico (II), ele diz respeito à análise das 47 imagens de cartazes que compõe o corpus da pesquisa, se caracterizando como o foco referencial da mesma, sendo descrito e aprofundando no capítulo 5, sendo esta realizada através do método de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011). Entretanto, antes de iniciar os processos de análise em si, é fundamental situar o contexto, conceitos e outros aspectos cardeais da AC enquanto metodologia.

4.1 Análise de conteúdo

A conceituação de análise de conteúdo pode ser configurada de diversas formas de acordo com os objetivos e vertentes teóricas escolhida pelo pesquisador, que segundo Silva e Fossá (2015, p. 2) “seja adotando conceitos relacionados à semântica estatística do discurso, ou ainda, visando à inferência por meio da identificação objetiva de características das mensagens (Weber, 1985; Bardin, 1977)”, e, no caso da presente pesquisa, adota-se a segunda concepção.

O método de análise de conteúdo é compreendido como um conjunto sistematizado de técnicas e ferramentas utilizadas em análises de dados qualitativos cujo objetivo é, segundo Campos (2004), a busca do sentido ou dos sentidos de determinada fonte de conteúdo, e, como aprofunda Bardin (2011, p. 15), a técnica corresponde a

Um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ (conteúdos e continentes) extremamente diversificados. O fator comum dessas técnicas múltiplas e multiplicadas - desde o cálculo de frequências que fornece dados cifrados, até a extração de estruturas traduzíveis em modelos - é uma hermenêutica controlada, baseada na dedução: a inferência.

Entretanto, é importante frisar o cunho social da análise de conteúdo, visto que esse tipo de análise corresponde a um conjunto de técnicas que se propõe a elaborar inferências de um texto para o seu contexto social de maneira objetiva (BAUER; GASKELL, 2012). Logo, o método não se restringe a uma análise apenas quantitativa, mas também possibilita uma de suas principais particularidades: a gama de perspec-

tivas acerca da análise de dados. Essa particularidade promove inferências por meio de indicadores, revelando o seu caráter também qualitativo, como pontua a autora:

A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não). [...] o analista tira partido do tratamento das mensagens que manipula para inferir (deduzir de maneira lógica) conhecimentos sobre o emissor da mensagem ou sobre o seu meio [...] (BARDIN, 2011, p. 44).

Ao considerar a multidisciplinaridade do presente tema de pesquisa e seu viés voltado para o campo comunicacional e discursivo, a Análise de Conteúdo mostrou-se uma metodologia adequada pelo seu caráter de pesquisa com enfoque qualitativo em dados documentais, conteúdo e, *a posteriori*, elaboração de inferências. Esse tipo de análise possibilita que, através de seus processos, sejam alcançados os objetivos deste estudo, como o entendimento da produção de sentido e a construção de significâncias/significados por e para sujeitos. A conjuntura do conteúdo produzido em sua forma total inclui o contexto histórico, político e social no qual essas produções estão inseridas.

Convém ainda elucidar que, em relação a este estudo e dado o seu contexto, os discursos veiculados nos cartazes que constituem este *corpus* de análise evocam a questão da virtualidade, ou seja, o cruzamento entre a zona física e virtual, especialmente por conta do recorte social e etário, no qual pertence grande parte dos manifestantes em São Luís - os jovens. Esse público tanto participou na mobilização ativa das mídias sociais quanto nas manifestações propriamente ditas, proporcionando construções discursivas dotadas de símbolos, ícones, ilustrações, palavras, motes e linguagem. Todos esses elementos se interseccionam pela sua presença tanto nas ruas quanto no ambiente da internet.

Essa convergência entre ideação da linguagem, do discurso e do conteúdo no âmbito da virtualidade - aquela que mescla o espaço físico com o virtual - será autenticada durante a análise de conteúdo da pesquisa e, também, contextualizada a partir de uma ótica do design, quando se averigua o modo como se desempenha a linguagem visual na construção desses materiais e nas suas respectivas locuções.

A condução da análise dos dados obtidos através da AC abarca várias etapas sistematizadas, a fim de que seja possível conceder significação ao *corpus* de análise. No que se refere às terminologias das diversas etapas pertencentes à análise de conteúdo, há diferenciações entre os autores, ainda que também sejam identificadas certas semelhanças entre si. Portanto, com base na vasta diversidade, mesmo com alguma afinidade terminológica, elegeram-se as etapas do método apresentadas por Bardin (2011) como demarcadores da presente pesquisa.

A autora sistematiza o método em três etapas principais, sendo: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Assim, antes de partir para a aplicação do método vinculada ao acervo deste estudo, mostra-se fundamental apresentar os principais pilares que a metodologia abarca, de modo a indicar como se estrutura o processo analítico posteriormente detalhado. Abaixo apresenta-se com ilustrações o sistema esquematizado por Bardin em relação a como proceder uma Análise de Conteúdo.

A pré-análise corresponde à fase organizacional do método e, segundo Cardoso, Oliveira e Ghelli (2021, p. 104), “geralmente, esta primeira fase possui três missões: a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final”. Essa etapa abrange a leitura geral do *corpus* eleito para a análise e a organização do material que será investigado, contemplando ainda atividades não estruturadas dentro de si, consideradas “abertas”, mas fundamentais para a condução do método, sendo: a) Leitura flutuante; b) Escolha dos documentos; c) Formulação de hipóteses e objetivos; d) Referenciação dos índices e elaboração de indicadores; e) Preparo do material.

a) Leitura flutuante: a atividade corresponde ao contato com os materiais e fontes de conteúdo coletados durante a pesquisa. É um primeiro momento para ler e conhecer os textos, a fim de deixar emergir impressões acerca dos documentos. Então, a partir da aproximação com os textos, a leitura é feita de modo mais rigoroso, devido à formulação de hipóteses e teorias levantadas acerca do material.

b) Escolha dos documentos: nesta atividade é importante a demarcação do universo dos documentos - correspondendo ao gênero desses materiais. É realizada a definição do *corpus* de análise da pesquisa, sendo esse *corpus* entendido como o conjunto de documentos escolhidos para a submissão ao processo analítico. Importante frisar que a seleção final do *corpus* desta investigação deve seguir a orientação de quatro regras propostas pela autora: 1) Exaustividade, 2) Representatividade, 3) Homogeneidade e 4) Pertinência.

1) Exaustividade: diz respeito à necessidade de não excluir nenhum elemento do *corpus*, a menos que essa exclusão possa ser justificada de forma cabível no plano do rigor. De forma clara, Bardin (2011) descreve essa regra, firmando-se no fato de que, nesse sentido, “exaurir” significa não deixar de fora do *corpus* de análise nenhum de seus elementos, sejam quais forem as razões.

2) Representatividade: em caso de escolha de um número muito elevado de

dados, pode haver a seleção de uma amostra, desde que os documentos a isto se prestem de maneira adequada. Para Bardin (2011, p. 123), “a amostragem diz-se rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicial”.

3) Homogeneidade: nesta regra, os documentos selecionados devem ser homogêneos, seguindo critérios determinantes de escolha e não apresentar demasiada singularidade fora desses critérios (BARDIN, 2011).

4) Pertinência: tem o sentido de checar se a fonte documental corresponde de forma adequada ao objetivo proposto pela análise.

Após expostas as regras de seleção dos materiais constituintes do *corpus* durante a escolha dos documentos, retoma-se as atividades não estruturadas seguintes que compõem a pré-análise.

c) Formulação de hipóteses e objetivos: esta atividade é feita a partir da leitura inicial dos dados da pesquisa, quando se levantam suposições e afirmações provisórias acerca dos documentos, a fim de serem verificadas - seja para confirmá-las ou infirmá-las - durante o processo de análise.

d) Referenciação dos índices e elaboração de indicadores: nas palavras de Cardoso, Oliveira e Ghelli (2021, p. 105), “Se se considerarem os textos uma manifestação que contém índices que a análise explicitará, o trabalho preparatório será o da escolha destes - em função das hipóteses, caso elas estejam determinadas - e sua organização sistemática em indicadores”. De forma objetiva, visa classificá-los em categorias ou temas que auxiliem no entendimento do discurso ou discursos contidos de forma coesa aos objetivos da análise.

e) Preparo do material: por fim, essa atividade precede os processos de análise em si, compreendendo a preparação formal do material.

Após exposta a breve descrição da abordagem metodológica proposta por Bardin (2011) e seus principais cuidados em relação à construção do *corpus* de análise, torna-se pertinente partir para a aplicação dos processos pertencentes à AC no objeto de análise desta pesquisa. Esses processos serão detalhados e descritos em sua totalidade no subtópico posterior.

4.2 Aplicação da análise de conteúdo no corpus da pesquisa

Em maio de 2019, São Luís, capital do Maranhão, foi palco de várias manifes-

tações, compondo uma agenda nacional e com enfoques distintos. Durante os dias 15 e 30 de maio, especificamente, aconteceu na cidade e em grande parte do país os atos em repúdio ao contingenciamento de verbas na educação básica e superior pública anunciado pelo Governo Federal, refletidas diretamente no orçamento das universidades públicas, bem como as polêmicas declarações lançadas por Abraham Weintraub, ex-Ministro da Educação, em relação às instituições de ensino superior no país. Weintraub afirmou que as universidades são nada mais que espaços de “balbúrdia”, dentre outras falas a respeito desses espaços educacionais. Por esse motivo, essas datas foram intituladas de #15MpelaEducação e #30MpelaEducação.

É importante localizar em relação ao contexto educacional a posição ideológica do presidente Jair Bolsonaro acerca da educação superior e das ações afirmativas de promoção do ingresso democrático. Desde o período de entrevistas na campanha pré-eleitoral, o presidente Bolsonaro mostrou-se diversas vezes contrário às políticas de cotas nas universidades, afirmando se tratar de “coitadismo” e negando a existência do racismo estrutural no Brasil. Em entrevista para a TV Cidade Verde, Bolsonaro afirmou: “Você não tem que ter uma política para isso. Isso não pode continuar existindo, tudo é coitadismo. Coitado do negro, coitada da mulher, coitado do gay, coitado do nordestino [...] Tudo é coitadismo no Brasil. Vamos acabar com isso”³⁴.

A partir dessa reflexão, compreende-se que o corte de verbas na educação pública e o posicionamento do presidente em relação à política de cotas impacta diretamente na democratização do acesso ao ensino superior, em especial de grupos considerados marginalizados a partir de seus recortes sociais, como negros e indígenas.

Em paralelo, no dia 26 de maio, ocorreu uma manifestação de teor distinto e com uma quantidade de manifestantes reduzida, dessa vez, em solidariedade ao governo Bolsonaro e para reafirmar o apoio às pautas difusas presentes na agenda discursiva do presidente, como o pedido pela CPI “Lava Toga”. Essa CPI teria o objetivo de investigar condutas, violações éticas e desvios operacionais por parte de integrantes do Supremo Tribunal Federal (STF) e, também, de tribunais superiores pelo país.

Em suma, uma característica marcante que converge entre esses atos de protesto corresponde ao massivo uso de redes sociais como *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*, além de aplicativos de mensagens, como *WhatsApp*, para mobilizar e articular a participação nesses eventos. Retomando a abordagem das manifestações midiati-

³⁴ A partir de entrevistas concedidas em 2018, em particular durante o período eleitoral, ao ser questionado a respeito do assunto, o atual presidente posicionou-se abertamente de forma contrária às políticas de cotas. Conferir como no exemplo: “Bolsonaro diz que política de cotas é ‘equivocada’ e que política de combate ao preconceito é ‘coitadismo’”. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/24/bolsonaro-diz-ser-contra-cotas-e-que-politica-de-combate-ao-preconceito-e-coitadismo.ghtml>>. Acesso em: 14 dez. 2021.

zadas, ressalta-se que essas ferramentas tiveram um papel expressivo e fundamental na organização e na reverberação dos protestos, como, inclusive, aconteceu em outras regiões do mundo na história recente (BURNS; ELTHAM, 2009; BASTOS; TRAVITZKI; RAIMUNDO 2012).

4.2.1 Abordagem metodológica

Nesta pesquisa, o objetivo é compreender o significado das mensagens presentes nos cartazes empunhados nesses atos através de uma análise de conteúdo. Assim, as questões de investigação que guiam o trabalho são: (1) Quais são as pautas e discursos presentes nos cartazes destes protestos, manifestados a partir dos conteúdos?; (2) Quais as diferenças dos discursos entre as antagônicas manifestações?; (3) Em termos de linguagem visual, de que forma se constrói o significado presente nesses conteúdos, ou seja, a partir de quais recursos comunicacionais e como? Para discutir essas questões, empregou-se a análise de conteúdo pautada no pensamento de Bardin (2011).

Neste estudo, o procedimento investigatório possui caráter qualitativo e quantitativo, dado o fato que o cômputo dos dados obtidos pela análise se apresenta fundamental para a assimilação de determinados aspectos observados no material. Em relação à sua finalidade, esta pesquisa está inserida no âmbito descritivo, tendo em vista que, por se tratar de uma análise do conteúdo, todas as hipóteses, inferências e resultados obtidos não afetaram os materiais originais.

Dito isto, o foco referencial é composto por 47 imagens de cartazes presentes nos protestos ocorridos entre os dias 15 e 30 de maio de 2019, sendo o acervo composto tanto por fotografias de autoria própria quanto por imagens cedidas por fotógrafos e manifestantes presentes nos atos.

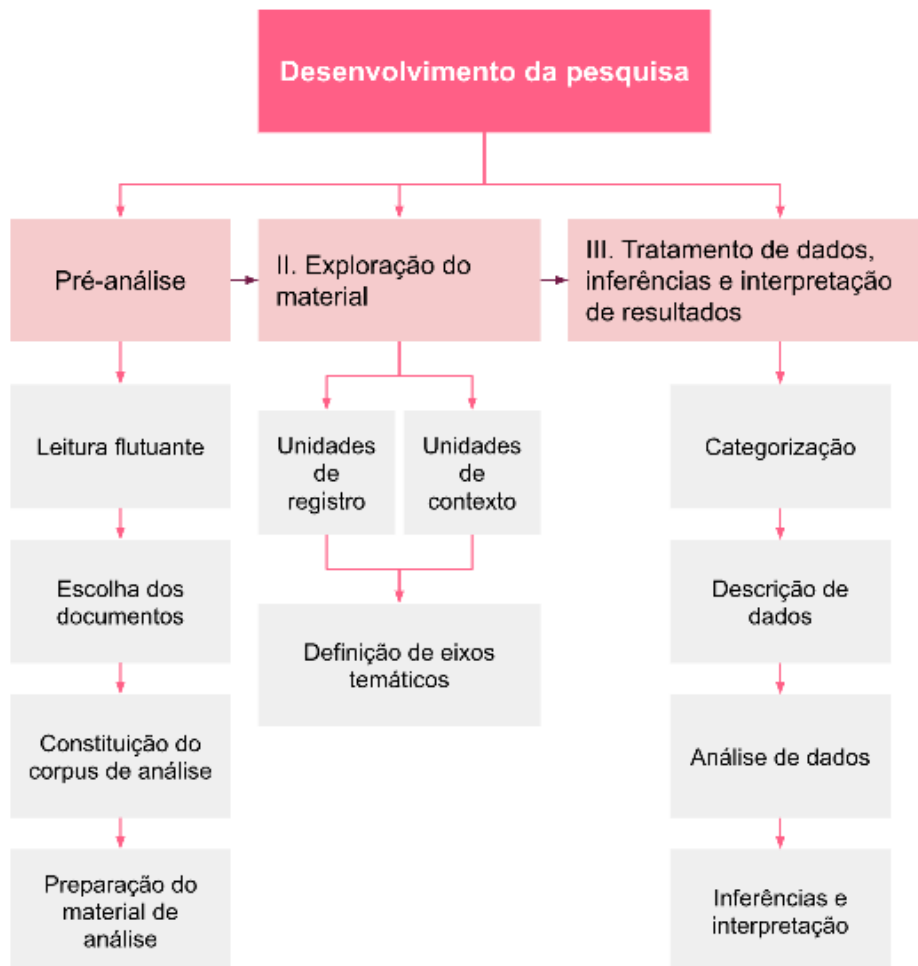
4.2.2 Procedimentos metodológicos

Com o objetivo de elucidar as questões de pesquisa elencadas, primeiramente começou-se pelas etapas pertinentes à: I) pré-análise, a partir do levantamento de bibliografia, organização dos documentos a serem investigados e delimitação precisa dos conteúdos que passarão pelo processo analítico, o qual será nomeado como *corpus* de análise; posteriormente, partiu-se para II) descrição analítica, estruturando o que corresponde à codificação e categorização do acervo final escolhido durante a primeira etapa,

sendo essa seleção de documentos exposta a um exame minucioso guiado pelas hipóteses formuladas, caso se façam presentes; e, por fim, III) interpretação inferencial, como o próprio nome sugere, traçando uma série de inferências sobre o acervo de análise já submetido às etapas anteriores para dissecá-las de forma acurada, levando em conta o conteúdo dos documentos e objetivando a reflexão final sobre o *corpus* investigado, produzindo sua conclusão.

Assim, cada procedimento metodológico obedeceu a uma série de etapas e regras objetivas propostas por Bardin (2011) e, em dados momentos, em diálogo com Triviños (1987). Nesse contexto, apresenta-se na Figura 28 o desenvolvimento do estudo baseado na abordagem proposta pela autora.

Figura 28 - Fluxograma de desenvolvimento da pesquisa



Fonte: Elaborada pela autora com base em Bardin (2011).

4.2.3 Coleta de dados e pré-análise

Durante o primeiro contato com o acervo de documentos apanhados, mostrou-se importante identificar os domínios possíveis para a análise de conteúdo deste material. Sendo assim, aos moldes propostos pela autora, compreendeu-se que estes, em relação à quantidade de pessoas implicadas na comunicação, se configuram como pertencentes à comunicação de massa. Já em relação ao código e suporte, pertencem aos domínios “linguístico escrito” e, também, “icônico”. Ainda assim, em determinados documentos, existe a coexistência dos dois domínios em um mesmo conteúdo, como no caso das imagens de cartazes que possuem texto verbal e ícones em sua constituição.

Quadro 1 - Domínios da Análise de Conteúdo da pesquisa

Domínios possíveis da aplicação de análise de conteúdo	
Quantidade de pessoas implicadas na comunicação	
Código e suporte	Comunicação de massa
Linguístico Escrito	Cartazes de protesto
Ícônico (sinais, grafismos, imagens, fotografias, filmes etc.)	Cartazes de protesto

Fonte: Elaborada pela autora com base em Bardin (2011).

Após esse entendimento inicial e realização de leitura flutuante sobre o acervo em si, realizou-se uma das etapas fundamentais da pré-análise:

- a) **Amostra de Materiais:** para esta pesquisa foram considerados como materiais todas as imagens de cartazes capturadas quanto cedidas pelos devidos autores (vide Quadro 2) e recolhidas durante a coleta de dados, durante o mês de maio de 2019, nos atos de protesto em São Luís, no Maranhão.

As imagens foram coletadas de forma manual e devido à ocorrência de manifestações em variados dias, totalizaram-se quatro coletas ao todo entre os dias 15 e 31 de maio de 2019. As imagens de autoria própria foram capturadas através de equipamento fotográfico pessoal e as imagens cedidas por outros autores passaram por um processo de autorização de uso de imagem para fins de pesquisa. Para isso, solicitou-se o acervo total de capturas de cada fotógrafo-manifestante, sem mediação pessoal da pesquisadora na escolha dessas imagens, de modo a não interferir na análise da pesquisa e na composição do acervo final, totalizando, assim, um material formado por 84 fotografias.

Entretanto, para corresponder às demandas e objetivos desta pesquisa, empregaram-se os critérios de inclusão propostos por Bardin (2011). No primeiro crivo foram selecionadas apenas as imagens que continham cartazes, sendo este o foco do estudo. Desse modo, fotografias que continham apenas a figura dos manifestantes ou outros elementos secundários distantes da categoria inclusiva foram descartadas, totalizando 58 fotografias.

Após realizar leitura flutuante, outra etapa assinalada pela autora, a fim de melhor compreender o fenômeno da pesquisa e a materialidade do *corpus* de análise definido *a posteriori*, descartaram-se as imagens que não atenderam corretamente aos objetivos básicos para uma correta aplicação do método, como: desfoque manual da imagem no momento de registro, mau enquadramento que impossibilita a legibilidade e visibilidade do conteúdo do cartaz registrado, repetição de cartazes já registrados em outras fotografias e portados pelos mesmos manifestantes, o que atende ao princípio de exaustividade e exclusão.

Dessa maneira, para documentar precisamente o processo de coleta de dados em relação à quantidade de materiais e particularidades identificadas, optou-se por tabelar o mesmo, como apresentado no Quadro 2.

Quadro 2 - Documentação de coleta de dados

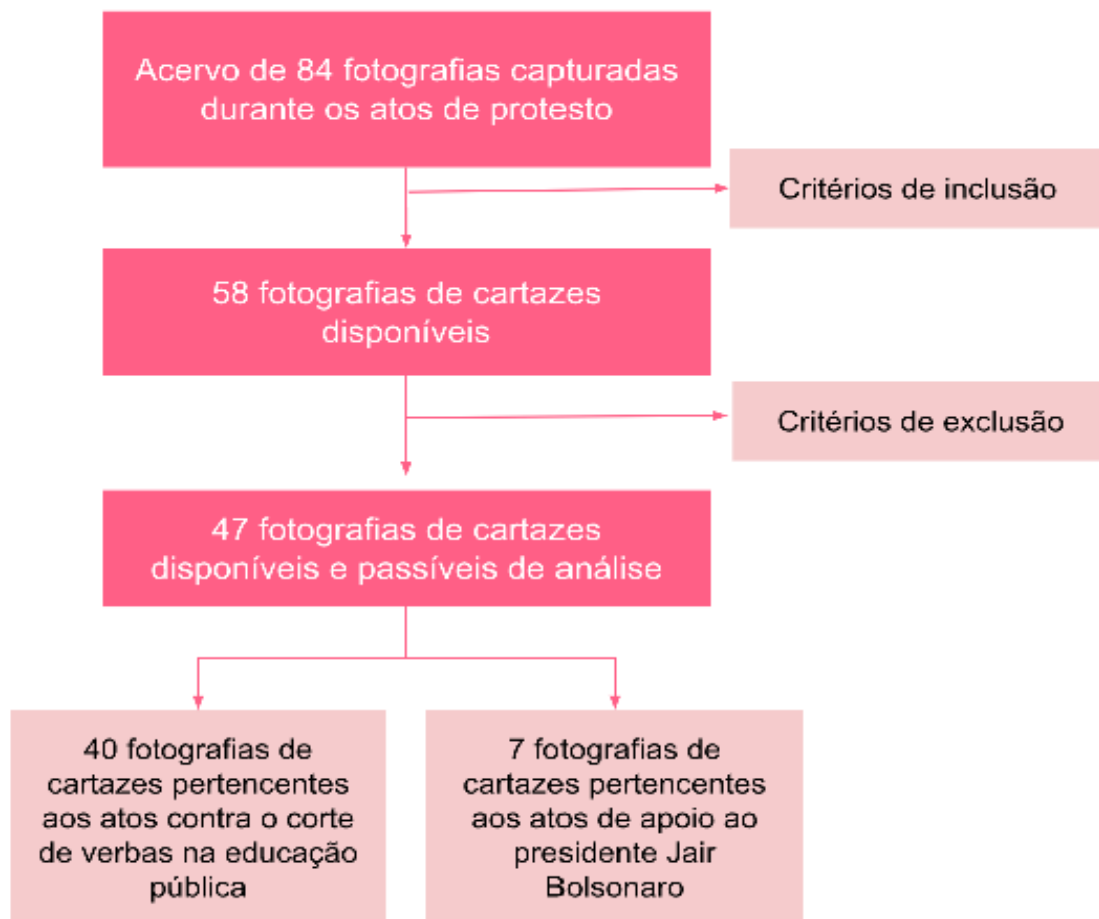
Quantidade de imagens	Situação	Evento de ocorrência	Explicação
40	Passíveis de análise	Atos contra o corte de verbas na educação pública federal	Imagens atendem aos objetivos básicos para aplicação do método de análise
7	Passíveis de análise	Atos em apoio ao presidente Jair Bolsonaro	Imagens atendem aos objetivos básicos para aplicação do método de análise
4	Descartadas	Atos contra o corte de verbas na educação pública federal	Cartazes presentes nas imagens já registravam ocorrência em outras fotografias do acervo
3	Descartadas	Atos contra o corte de verbas na educação pública federal	Enquadramento inadequado das imagens impossibilitou a legibilidade dos cartazes
1	Descartada	Atos contra o corte de verbas na educação pública federal	Desfoque da imagem
3	Descartadas	Atos em apoio ao presidente Jair Bolsonaro	Cartazes presentes nas imagens já registravam ocorrência em outras fotografias do acervo
58			

Fonte: Elaborada pela autora.

No total, após as quatro coletas e feitos os crivos das imagens durante a escolha dos materiais, com respeito às regras de representatividade, homogeneidade e pertinência, foram agrupadas 47 imagens únicas, sendo 40 pertencentes aos atos contra o corte de verbas na educação pública e 7 ocorridas durante as manifestações em apoio ao presidente Jair Bolsonaro. Ainda a respeito desse crivo e dentro dessa quantidade, 18 imagens são de autoria própria e 29 foram compartilhadas e cedidas por outros autores para utilização neste estudo.

Desse modo, o fluxograma de coleta e organização dos dados, respeitando os princípios de inclusão e exclusão descritos, resulta na visualização do fluxograma ilustrado na Figura 29, seguido da compilação que constitui a materialidade do *corpus* de análise.

Figura 29 - Fluxograma de coleta e organização de dados



Fonte: Elaborado pela autora.

Neste caso, para aprofundar a investigação a respeito de como se estrutura o discurso e os pontos de divergência entre as pautas dos protestos elencados e visando facilitar a localização das imagens e entendimento dos recortes, categorizou-se os eventos analisados em A) Atos contra o corte de verbas na educação pública federal

e B) Protestos em apoio ao presidente Jair Bolsonaro.

Figura 30 - Corpus de análise da pesquisa - Categoria A



Figura 31 - *Corpus* de análise da pesquisa - Categoria B

Fonte: Compilação da autora³⁶

Após exposto o *corpus* de análise na íntegra, retoma-se aos objetivos desta

³⁶ Montagem do *corpus* de análise - categoria B a partir de imagens coletadas ao vivo e em portais locais de jornalismo, bem como cedidas por outros autores durante a coleta de dados, assim, da esquerda para a direita e em sentido de leitura ocidental, têm-se autoria de Marcello Diaz, Douglas Pinto.

pesquisa. Neste caso, para aprofundar a investigação a respeito de como se estrutura o discurso e os pontos de divergência entre as pautas dos protestos elencados e visando facilitar a localização das imagens e entendimento dos recortes, categorizou-se de modo alfanumérico os eventos analisados em A) Atos contra o corte de verbas na educação pública federal e B) Protestos em apoio ao presidente Jair Bolsonaro.

Assim, primeiramente, será realizada uma análise de conteúdo de cada categoria de forma isolada, com avaliação dos códigos dos cartazes referentes ao seu respectivo eixo. Com essa etapa, visa-se extrair o máximo de inferências e validações antes de partir para uma análise conjunta de ambas, culminando na conclusão da análise e da investigação em si.

4.2.4 Análise descritiva e resultados

Posteriormente à etapa de pré-análise e preparação do material, parte-se para o conjunto de etapas que compõem a análise descritiva. Logo, para introduzir essa fase do processo, optou-se por iniciar pela categoria que abarca o maior número de imagens de cartazes recolhidas, neste caso nomeada como “Protestos contra o corte de verbas na educação pública”.

Apesar de contidas no mesmo eixo temático principal e com grande parte dos conteúdos registrados sendo relacionados à educação e repúdio ao corte emitido pelo Governo, identificam-se ainda outras pautas em jogo, como nos cartazes com as mensagens “*Sr. Ministro, devolva minhas 30 barras de chocolate*” e “*Meninas boas vão ao céu, meninas más vão à luta*”. Há também formas distintas de comunicar o discurso a partir de múltiplas estruturas do conteúdo, seja em relação à forma textual (texto, ícones, ilustrações, entre outros) ou ao contexto histórico, social e político ao qual se referem, como nos cartazes “*Mariele semente, Paulo Freire presente*” e “*+ Paulo - Jair*”.

Considerando esse recorte do *corpus*, em primeiro lugar foram avaliados os aspectos de conteúdo dos cartazes integrantes dessa categoria. Assim, fez-se necessário categorizar quais as “demandas” abordadas pelos cartazes e suas respectivas frequências, conforme representado no Quadro 3.

Quadro 3 - Avaliação de tópicos dos cartazes da categoria “Protestos contra o corte de verbas na educação pública”

Tópico	Frequência	Porcentagem do total
Educação	30	75%
Repúdio ao presidente Jair Bolsonaro	13	32,5%
Política	11	27,5%
Direitos LGBTQIA+	4	10%
Feminismo e direitos das mulheres	3	7,5%
Reajuste salarial de professores	2	5%
Melhores condições de infraestrutura nas instituições de ensino federais	2	5%

Fonte: Elaborada pela autora.

A partir da observação dos dados contidos no Quadro 3, valida-se a existência de um leque diverso de pautas presentes nesses cartazes³⁷, apesar do foco principal dessa categoria de protestos corresponder ao #15M e #30M pela Educação. Portanto, retoma-se ao mesmo comportamento observado nas manifestações midiáticas mais latentes da última década no Brasil, ou seja, apesar de motivadas por um estopim inicial, a agenda de eventos passa a assumir reivindicações de tópicos difusos.

Há, ainda, um ponto que chama a atenção nesta etapa da análise e que não se enquadra em nenhum dos tópicos anteriormente tabelados. Verifica-se, portanto, a existência de cartazes cuja temática corresponde ao próprio ato de poder se manifestar por algo, correspondendo a 7,5% do total pertencente à categoria. Esses cartazes não possuem o intuito de exigir ou objetar-se em relação a algo, mas sim de demarcar posição em relação ao tema principal de alguma forma. Como exemplo, observou-se:

- (1) Hoje é dia de balbúrdia, bb³⁸
- (2) Há perigo na esquina e o sinal está fechado para nós que somos jovens
- (3) O futuro é nosso

Apesar de outras demandas fora da questão educacional, a avaliação confirma a expectativa criada acerca do tema “educação” enquanto gatilho para a agenda de protestos de maio de 2019 em São Luís, cuja pauta esteve presente em 75% da amostra de cartazes levantada.

³⁷ Em caso de soma da frequência encontrada em cada tópico, será encontrado um resultado maior do que os 40 cartazes analisados e que compõem este recorte específico do *corpus*, já que determinados cartazes abordam mais de uma pauta.

³⁸ A frase do cartaz manteve-se escrita tal qual fora apresentada pelos autores durante a manifestação. Assim, há ocorrência de linguagem informal e abreviações.

O suporte utilizado na confecção desses cartazes também é ponto de atenção para a análise, sendo todos os objetos feitos manualmente em cartolina e utilizando canetas marcadoras. A utilização desses materiais indicam uma produção de baixo-custo e de fácil aquisição, cujas dimensões normalmente correspondem a uma empunhadura individual por manifestante. Os cartazes presentes nesses atos se assemelham aos observados nas Jornadas de Junho no Brasil, em 2013, bem como em outras grandes mobilizações políticas anteriormente citadas.

Outro ponto relevante para posterior análise das divergências entre os discursos corresponde à linguagem empregada nos cartazes. Neste caso, categorizaram-se os principais aspectos e frequências em relação a essa questão. Aqui se tem como entendimento de “texto não verbal” todos os recursos que possibilitam a construção da mensagem fora do campo das palavras, como ícones, ilustrações e símbolos. Portanto, obteve-se o seguinte quadro³⁹.

Quadro 4 - Avaliação das linguagens utilizadas nos cartazes da categoria “Protestos contra o corte de verbas na educação pública”

	Frequência	Porcentagem do total
Linguagem verbal	40	100%
Linguagem não verbal (ícones, ilustrações, símbolos etc.)	12	30%

Fonte: Elaborada pela autora.

A partir dos dados obtidos, constata-se que, neste recorte, o conteúdo em sua maioria faz uso exclusivamente da linguagem verbal, assim, a linguagem não verbal assume um uso secundário e menos expressivo, registrado em apenas 30% do material analisado.

Após aprofundada a análise da primeira categoria, seguiu-se para o eixo antagônico nesse enfoque, correspondente ao que será nomeado de “Protestos em apoio ao presidente Jair Bolsonaro”, composta por 7 imagens. Essa temática também conta com uma agenda diversificada de pautas e reivindicações presentes. Antes de partir para a aplicação metodológica em si, é fundamental suscitar um apontamento acerca da quantidade de imagens e sua diferença em relação à categoria anterior.

No caso dos eventos em prol das políticas bolsonaristas, observou-se durante a coleta de dados que os cartazes presentes foram impressos e replicados em massa

³⁹ Se somada a frequência encontrada em cada linguagem, será encontrado um resultado maior que os 40 cartazes analisados que compõem este recorte específico do *corpus*, devido à ocorrência de mais de uma linguagem na maioria dos cartazes.

na multidão, ou seja, apresentavam o mesmo conteúdo gráfico e textual em diversos momentos. Ao retomar os critérios de análise desta pesquisa, os quais envolvem, dentre outros, o princípio da exaustividade, obtém-se uma quantidade reduzida de material único, mas sem comprometer a qualidade do emprego da metodologia. Esse princípio elucida uma prática de potencialização discursiva a partir da repetição do conteúdo e distribuição em massa, empregada pelos manifestantes desses atos.

Outro ponto crucial que surge para essa categoria diz respeito à matéria-prima e modo de veiculação dos cartazes circulantes nesses atos. Em contraste com o que foi observado durante a análise dos protestos de cunho contrário, observa-se a maioria como sendo produzido através de impressão gráfica seriada e dotado de recursos digitais, como ilustrações vetoriais, diferentes pesos para uma mesma família tipográfica (através do uso de itálico e negrito, por exemplo) e destaque textual a partir da diferenciação por cores em material semelhante à lona. O resultado é a confecção de cartazes de média a grandes dimensões, normalmente adequados para a empunhadura de mais de um manifestante por material, como mostra a Figura 32.

Figura 32 - Cartazes em ato de apoio ao presidente Bolsonaro em São Luís



Fonte: TV Mirante.

A partir disso, retoma-se o mesmo procedimento analítico aplicado anteriormente. O Quadro 5 ilustra as pautas em destaque observadas nos cartazes e analisadas nesta categoria, bem como suas respectivas frequências. Reitera-se a possibilidade de que determinadas imagens assumam mais de um conteúdo em si.

Quadro 5 - Avaliação de tópicos dos cartazes da categoria "Protestos em apoio ao presidente Jair Bolsonaro"

Tópico	Frequência	Porcentagem do total
Repúdio ao Supremo Tribunal Federal	5	71,4%
Repúdio à corrupção	3	42,8%
Amor à pátria	3	42,8%
Apoio ao presidente Jair Bolsonaro	2	28,5%
Apoio à prisão do ex-presidente Lula	2	28,5%
Apoio a Sérgio Moro, ex-ministro da Justiça	2	28,5%
Operação Lava-Toga	1	14,2%
Pacote Anticrime	1	14,2%
MP 870	1	14,2%

Fonte: Elaborada pela autora.

Ao avaliar os resultados obtidos, legitima-se neste caso uma agenda de abundantes reivindicações⁴⁰, cujo material analisado, em sua maioria, apresenta mais de um tópico presente por cartaz. Ainda que o foco desses eventos se refira ao apoio às políticas e ideologias bolsonaristas, possui novamente comportamento similar aos protestos midiáticos registrados no Brasil em 2013. Em relação à avaliação de tópicos, nota-se que, apesar da pluralidade de assuntos levantados, todos os cartazes possuem conteúdos que se referem a uma reivindicação, proposição ou demanda objetiva.

Diante do exposto, parte-se para a avaliação das linguagens utilizadas neste recorte, como demonstra o Quadro 6. Assim, atingiu-se a seguinte apuração:

Quadro 6 - Avaliação de linguagens utilizadas nos cartazes da categoria "Protestos em apoio ao presidente Jair Bolsonaro"

	Frequência	Porcentagem do total
Linguagem verbal	7	100%
Linguagem não verbal (ícones, ilustrações, símbolos etc.)	5	71,4%

Fonte: Elaborada pela autora.

Um ponto de destaque em relação aos resultados observados nesse quadro diz respeito à frequência da linguagem não verbal utilizada, que acomete 71,4% da quantidade total, ou seja, a maioria dos cartazes dessa categoria estrutura o conteúdo

⁴⁰ Caso efetuada a soma da frequência encontrada em cada tópico, será encontrado um resultado maior do que os 7 cartazes coletados que compõem este recorte específico do *corpus*, devido ao fato de que, neste caso, a maioria dos cartazes aborda mais de uma pauta.

e reforça a construção do discurso com o auxílio de elementos visuais, fora do uso exclusivo do campo verbal.

Ao observar a Figura 32, por exemplo, visualiza-se em um dos cartazes a ilustração vetorial correspondente ao ex-presidente Lula replicada, trajado em vestes similares ao código visual de um presidiário, reforçando o texto “Luladrão, teu lugar é na prisão”. Ainda nessa imagem, o destaque em vermelho para a palavra “Luladrão” remete diretamente à cor do logotipo do PT - partido do ex-presidente -, muitas vezes mencionado no discurso do campo de direita na guerra cultural vigente.

Figura 33 - Cartazes políticos de conteúdo bolsonarista em protesto na capital maranhense



Fonte: G1 Maranhão.

Vale ressaltar que a questão do simbolismo das cores se materializa de forma muito nítida e potencializadora na construção do discurso nos protestos em apoio ao atual presidente, entrando não somente no mérito dos cartazes, como também de maneira mais ampla e sólida, desde vestimentas até o porte da bandeira brasileira. Segundo Dondis (2003), cada uma das cores tem inúmeros significados associativos e simbólicos e, por meio do uso massivo das cores verde e amarelo, recurso que solidifica uma rima visual como forma de reiterar os sentimentos de patriotismo e apoio a Bolsonaro, ocorre o apoderamento da imagem da bandeira do país como recurso de fixação e identificação do discurso.

Nessas condições de polarização política, esse elemento transmutou-se de sua semiótica e sentido original para adquirir o simbolismo imagético associado ao

presidente e suas ideologias, gerando identidade e similaridade visual entre os manifestantes apoiadores.

Após apresentar o memorial descritivo dos processos empregados, a fim de expor transparência e clareza nos procedimentos e diante dos dados e resultados obtidos ao analisar o conteúdo presente nos cartazes de cada eixo antagônico de maneira isolada, com o rigor dos mesmos critérios quantitativos e qualitativos de categorização para ambos, parte-se para a discussão dos resultados e o diálogo das divergências discursivas refletidas entre essas duas unidades focais. Nessa seção, retomam-se e replicam-se os objetivos específicos propostos.

4.2.5 Discussão dos resultados

Considerando-se os insumos gerados pela análise de conteúdo executada sob o *corpus*, introduz-se o processo de interpretação e discussão dos resultados obtidos. Ao abordar quais são as principais características dos conteúdos que compõem os discursos pertencentes aos protestos enfocados, a partir da análise, chega-se a um resultado intrigante, em que, apesar de ambos empregarem a linguagem verbal na totalidade de produções de seus respectivos eixos temáticos, encontra-se uma notável divergência em relação ao uso da linguagem não verbal, ou seja, a partir do uso de ilustrações, símbolos e ícones.

Ao visualizar os dados, valida-se que o discurso contido nas manifestações em apoio ao presidente Bolsonaro apresentam conteúdos com recursos visuais e imagéticos presentes de maneira mais expressiva, compondo mais de 70% dos materiais de análise do eixo. Dito isto, infere-se que um dos motivos para essa presença mais acentuada se refere ao meio de produção empregado. Por serem artes confeccionadas em softwares digitais, a empregabilidade de imagens, recursos vetoriais e adornos gráficos se torna mais fácil e de rápida replicabilidade, ao contrário de uma produção manual e individual, como no caso do eixo em antagonia.

Outra característica de divergência corresponde aos meios de produção desses cartazes. No eixo temático de atos em protesto contra o corte de verbas na educação pública é identificada uma confecção de cartazes majoritariamente manual, com o uso de materiais de baixo custo, como cartolina e canetas marcadoras, o que facilita a empunhadura individual e dificulta a replicabilidade em massa, ou seja, esses suportes foram confeccionados em unidade.

Já nos atos em apoio ao presidente, nota-se que a maioria foi produzido atra-

vés de impressão em lona e em série, característica comum de produção em gráficas, em grandes dimensões, para serem empunhados por dois ou mais manifestantes e utilização de recursos gráficos tecnológicos, como diferenciação de peso e cor em famílias tipográficas e, também, o uso de ilustrações vetoriais. Já em relação ao aspecto da linguística, ambos convergem ao trazerem cartazes com frases e reivindicações imperativas, e em tom informal, expressando suas ideologias de maneira direta aos receptores.

Ao retomar as agendas e discursos revelados pelo *corpus* de análise, o cruzamento dos dados torna legítima a convergência entre ambas no sentido de apresentarem igualmente um leque de pautas difusas. Portanto, apesar de “motivados” por suas respectivas questões, ao ocuparem as ruas em si, os manifestantes passam a reivindicar uma agenda de temáticas mais amplas, como, por exemplo, os direitos LGBTQIAP+ e repúdio ao presidente Jair Bolsonaro. Já no eixo antagônico, os pedidos de prisão ao ex-presidente Lula e apoio ao ex-ministro da Justiça, Sérgio Moro, são recorrentes.

Em relação às principais diferenças entre os discursos construídos pelos dois grupos, os dados e a leitura flutuante do *corpus* apontam uma perspectiva interessante acerca da maneira como ambos se estruturam. Então, de um lado, observa-se uma postura discursiva e ideológica mais próxima de um cunho punitivista, como nos cartazes “Luladrão teu lugar é na prisão” e “STF - O Brasil exige justiça!”, enquanto em contraponto, no outro eixo, aponta-se uma forte aderência a cartazes que replicam as declarações emitidas pelo presidente, invocando a perspectiva metafórica do direito de resposta, como, por exemplo, os cartazes que traziam os dizeres “Balbúrdia é fechar universidade” e “Corte suas regalias, não minha educação”.

Em suma, revela-se particularmente curiosa a forma como se traçam os paralelos de convergência e divergência do discurso e conteúdo entre ambos os eixos temáticos dos protestos que compõem o foco deste estudo, desde o modo de mobilização até o ápice, nas ruas, com a empunhadura de cartazes políticos de luta. Essas ações demonstram forte aderência a características inerentes às manifestações midiáticas, como também apresentam as próprias particularidades discursivas de um país que enfrenta um cenário de polarização política e guerras culturais de modo acentuado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste estudo abarcou, dentre inúmeros assuntos acerca da temática, as várias funções e comportamentos do cartaz ao longo da história, desde o seu surgimento até as transmutações motivadas por cunho político em grandes marcos históricos mundiais e nacionais. Com o intuito de aprofundar acerca das possibilidades que circundam o objeto, extrapolou-se a função primária de comunicação, partindo-se para núcleos mais complexos de construção do discurso ideológico, com fins diversos, entre eles sensibilização, persuasão e, até mesmo, expressões de rejeição. Neste caso, são expressões muitas vezes advindas de demandas e manifestações emitidas pela própria voz popular, descontente com o cenário vigente em seus recortes temporais.

Para elucidar questões sobre a concepção desses acervos de materiais, debruçou-se sobre as relações existentes entre a produção de cartazes e a linguagem da comunicação visual, trazendo a abordagem para o design gráfico. Por conseguinte, valorizaram-se os diversos aspectos da literatura a respeito da temática, de modo a enriquecer a perspectiva em torno do assunto, ou seja, para além de uma perspectiva voltada para questões técnicas, como o uso e arranjo de recursos visuais.

Ademais, percebeu-se a necessidade de abordar aspectos sociológicos e culturais, visto que o cartaz político é a materialização de uma mensagem enrustida por signos e discursos de sua época. Assim, o próprio discurso e o seu posterior entendimento e assimilação não se geram de forma aleatória pelo emissor, tampouco pelo receptor e seu meio, mas depende do contexto histórico, social, cultural e de outras vertentes para a produção de significado.

Entretanto, para além de situar o cartaz político como um objeto circulante dotado de signos e particularidades, exemplificado a partir de diversas aplicações em campanhas políticas mundiais, direcionou-se o olhar para o contexto contemporâneo, de manifestações midiáticas. A atuação do objeto assume caráter diferente, inclusive a respeito de sua vida útil, visto que, neste cenário, estende seu pós-vida para a captura de imagens e reprodução nas redes sociais, tanto constituindo acervos de memória coletiva de luta, quanto massificando o alcance da mensagem de forma orgânica.

A respeito das manifestações midiáticas, elucida-se no debate não somente o que caracteriza o cenário de midiatização, mas também as principais movimentações mundiais ocorridas na última década sobre o assunto aqui explorado, como a Primavera Árabe, em 2010, e o Occupy Wall Street, em 2011, nos Estados Unidos.

Essas movimentações apresentam um conjunto de particularidades também presentes tanto no posterior cenário brasileiro, a partir das Jornadas de Junho de 2013, quanto no próprio recorte e enfoque de análise desta pesquisa.

Os protestos de maio de 2019 em São Luís, sendo eles uma retomada ao que propõe Muller e Sanfelice (2016), correspondem à questão da horizontalidade e descentralização de uma liderança nas manifestações, à mobilização ativa e espontânea dos ativistas, à participação majoritária de um público jovem e, também, à importância e reflexo das redes sociais para a mobilização e repercussão desses atos.

O contexto de realidade virtualizada apresenta influência direta no novo comportamento dos cartazes de manifestação de rua e no seu entendimento e concepção, traçando aspectos de mudanças não somente movidos por razões geracionais, como também por transfigurações de cunhos social e cultural. Dito isto, ao aproximar ainda mais o desenvolvimento da pesquisa à realidade brasileira atual, insere-se no debate o fenômeno conhecido como “Guerra Cultural”, inclusive em vigor no país. Tal fenômeno foi pautado pela polarização política sob o antagonismo de ideologias e valores dos campos “direita *versus* esquerda”. O entendimento acerca das motivações e do modo como se estrutura atualmente esse fenômeno traz à tona um campo de luta discursiva assimilada nos cartazes e possibilita o levantamento de inferências para a aplicação do processo metodológico.

A contribuição desta pesquisa para o campo do design e comunicação reside na visibilidade lançada sobre uma questão latente, presente e de impacto histórico para o Brasil, pois aborda a guerra cultural e a polarização política vigente no país, além da sua intersecção com a construção de símbolos e discurso por meio do conteúdo e da linguagem visual. Nesta pesquisa, o cartaz é um suporte focal e os atos de protesto são formas de veiculação dessas reivindicações e mensagens ideológicas, sobretudo nos recortes históricos e temporais delimitados para este estudo.

Por fim, a investigação concede subsídios e evidencia a necessidade de reflexão sobre o papel do cartaz no cenário de manifestações políticas polarizadas e midiáticas no Brasil. Em adição, incentiva futuras análises a partir de acervos constituídos por outras manifestações de teor político antagônico, questão que já se faz presente após as eleições de 2022 no Brasil.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Alzira Alves de. **Dicionário histórico-biográfico da propaganda no Brasil**. [S. L.]: FGV, 2011.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo, SP: Edições 70, 2011.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, Georgs (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- BOHÓRQUEZ, Karen. Pedras que contam história. **Ciência hoje**, v. 35, n. 209, p. 50-51, 2004.
- BOTTÉRO, Jean; MORRISON, Ken. **Cultura, pensamento e escrita**. São Paulo, SP: Ática, 1995.
- BRAGA, Marcos da Costa. **Papel social do design gráfico: história, conceitos e atuação profissional**. São Paulo, SP: SENAC, 2019.
- BURNS, Alex; ELTHAM, Ben. **Twitter Free Iran: an Evaluation of Twitter's Role in Public Diplomacy and Information Operations in Iran's 2009 Election Crisis**. Sydney: Record Of The Communications Policy And Research Forum 2009, 2009.
- CALHEIROS, Marcelo da Silva. **Litografia: uma Genial Invenção**. Pelotas: Universidade Federal de Pelotas, 2012.
- CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Bras. Enferm.**, Brasília, DF, v. 57, n. 19, p. 611-614, set. 2004.
- CARDOSO, Márcia Regina Gonçalves; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; GHELLI, Kelma Gomes Mendonça. Análise de Conteúdo: uma metodologia de pesquisa qualitativa. **Cadernos da Fucamp**, Uberlândia, v. 20, n. 43, p. 98-111, mar. 2021.
- CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (org.). **A Sociedade em Rede: do conhecimento à ação política**. Belém, Portugal: Imprensa Nacional, 2005
- CÉSAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. São Paulo, SP: Futura, 2004.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo, SP: Contexto, 2006.
- COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. 21ª reimpressão. São Paulo, SP: Editora Brasiliense, 2006. 97p.
- CONDE, Amanda. **Neonazismo na internet: reinterpretação dos símbolos nazistas no Brasil**. Brasília, DF: Uniceub - Centro Universitário de Brasília, 2006.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2003.

FABRES, Paola Mayer. Arte e Design: uma análise sobre a comunicação visual aplicada aos trabalhos da vanguarda Construtivista Russa. **Strategic Design Research Journal**, v. 5, n. 3, 2012.

FONSECA, Carlos. **Glossário de comunicação visual**. Porto Alegre, RS: Sulina, 1995.

GALLEGO, Esther Solano; ORTELLADO, Pablo; MORETTO, Márcio. Guerras culturais e populismo antipetista nas manifestações apoio à Operação Lava Jato e contra a reforma da previdência. **Em Debate**, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 35-45, ago. 2017. Disponível em: <opiniaopublica.ufmg.br/site/files/artigo/7.pdf>. Acesso em: 01 set. 2021.

GRUSZYNSKI, Ana Claudia. **Design gráfico: do invisível ao ilegível**. São Paulo, SP: Edições Rosari, 2008.

HARVEY, David. **Cidades rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana**. Tradução Jeferson Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

HELLER, Eva. **A psicologia das Cores: Como as Cores Afetam a Emoção e a Razão**. 1. ed. São Paulo, SP: Garamond Ltda, 2014.

HELLER, Steven. **Compreendendo o design gráfico**. São Paulo, SP: Edições Rosari, 2009.

HELLER, Steven; DRENNAN, Daniel. **The Digital Designer: The Graphic Artist's Guide to the New Media**. [S. L.]: Watson-Guptill, 1997. 244 p.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2000.

KUPPER, Agnaldo. A Revolução Paulista de 1932 como possível precursora da participação política popular no Brasil. **Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa**, [S. l.], v. 31, n. 60, p. 141-156, jul. 2018.

LIMA, Venício A. de. Mídia, rebeldia urbana e crise de representação. *In*: VAINER, Carlos B. **Cidades Rebeldes: passe livre e manifestações que tomaram as ruas do Brasil**. São Paulo, SP: Boitempo, 2013.

MACDONALD, Dwight. **Masscult and Midcult: Essays Against the American Grain**. [S. L.]: New York Review Of Books, 1962.

MEDEIROS, Eliane Cristina Gomes de. **O blog jornalístico como ambiente interativo. A construção coletiva da informação**. 2011. 125 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2011.

MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. **História do design gráfico**. 4. ed. São Paulo, SP: Cosac Naify, 2009.

MESQUITA, Francisco. **Do Paleo-Cartaz ao Cartaz Camaleônico: Design, Criatividade, Inovação e Tecnologia**. 1. ed. Aveiro: Adverte, 2018.

- MEUNIER, Jean-Pierre; PERAYA, Daniel. **Introdução às teorias da comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- MOLES, Abraham. **O cartaz**. São Paulo, SP: Editora da Universidade de São Paulo, 1969.
- MONTEIRO, José Ribamar. Manifestações pró-Bolsonaro também irão acontecer no Maranhão. [Entrevista concedida a] José Linhares Jr. **O Estado**, São Luís, 24 maio 2019.
- MOTA, Carlos Eduardo Lossio. **O design gráfico e o nazismo: os cartazes do partido e o valor de cada um para sua ideologia**. 2016. 103 f. TCC (Graduação) - Curso de Design, Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2016.
- MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). **O jornal**. Da forma ao sentido. 2. ed. Brasília: Editora UnB, 2002.
- MOURA, Keren Franciane; MANDAJI, Carolina Fernandes da Silva. A relação das hashtags com as palavras de ordem presentes nas Manifestações Brasileiras de 2013. In: XV CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 15., 2014, Curitiba. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. Curitiba: [S.l.], 2014. p. 1-14.
- MÜLLER, Ivan Daniel; SANFELICE, Gustavo Roesse. Enquadramentos e cobertura do jornal Folha de São Paulo acerca das midiaticizadas manifestações sociais de junho de 2013: crise jornalística e o papel das pesquisas Datafolha. **Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 1, set. 2019. ISSN 2675-4169. Disponível em: <<https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiaticizacao-resumos/article/view/675>>. Acesso em: 30 set. 2022.
- NETO, Vulmeron Borges. **A propaganda nazista: seus instrumentos e estratégias**. São Paulo, SP: USP, 2003.
- NEVES, Manoella. **Muito além da cartolina: Cartazes circulantes de manifestações midiaticizadas**. [S. l.]: Appris, 2018.
- OLIVEIRA, Bruno Genuino de. **Publicidade em Guerra: a Propaganda no Brasil Durante a Segunda Guerra Mundial**. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Faculdades Integradas Hélio Alonso, Rio de Janeiro, 2015.
- OLIVEIRA, Vinicius Martins Carrasco de; BERTOLLI FILHO, Claudio. Ruas, @tivismo em rede, espaço público e protestos de 2013. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 6, p. 46-65, jul. 2015.
- POSHAR, Andréa. A influência estética dos cartazes artísticos na publicidade moderna. **Revista Eletrônica Temática**, 2007.
- QUEIROZ, Shirley Gomes; CARDOSO, Cristina Luz; GONTIJO, Leila Amaral. **Design Emocional e Semiótica: caminhos para obter respostas emocionais dos**

usuários. [S.l]: Universidade Federal de Santa Catarina, 2009.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação.** Rio de Janeiro, RJ: Campus, 1995.

RAMIREZ, Juan Antonio. **Médios de massas e história del arte.** Madrid: Cátedra, 1981.

ROLNIK, Raquel. As vozes das ruas: as revoltas de junho e suas interpretações. *In:* MARICATO, Ermínia *et al.* **Cidades Rebeldes – Passe Livre e as Manifestações que tomaram as ruas do Brasil.** São Paulo, SP: Boitempo e Carta Maior, 2013.

SAKAMOTO, Leonardo. Em São Paulo, o Facebook e o Twitter foram às ruas. *In:* MARICATO, Ermínia *et al.* **Cidades Rebeldes – Passe Livre e as Manifestações que tomaram as ruas do Brasil.** São Paulo, SP: Boitempo e Carta Maior, 2013.

SANSON, César. #15M: A insurreição estudantil e o país sem respostas às questões contemporâneas. [Entrevista concedida a] Patricia Fachin, João Vitor Santos e Ricardo Machado. **Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, RS, 17 maio 2019.

SANTOS, Leonardo Schwertner. **Construtivismo russo: A arte e o design gráfico dos cartazes soviéticos.** 2014. 114f. TCC (Bacharel em Design) - Centro Universitário UNIVATES, Lajeado, RS, 2014.

SCARTEZINI, Natalia. A fascistização da indignação: as manifestações de 2015 no Brasil. **Revista de Ciências Sociais: Labor, poiesis e práxis: as (re)configurações do mundo do trabalho**, n. 20, 2016.

SILVA, Adriana de Souza e. **O construtivismo no Brasil: Uma solução europeia... Ou numa não solução?** São Paulo, SP: [s. n.] 2015.

SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. Análise de Conteúdo: Exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. **Qualit@S Revista Eletrônica**, Campina Grande, PB, v. 17, n. 4, p. 1-13, jan. 2015.

SILVA, Rubens Rangel; VENEROSO, Maria do Carmo de Freitas. Arte gráfica de protesto: reflexões acerca dos cartazes políticos das jornadas de junho. **Blucher Design Proceedings**, v. 9, n. 2, p. 607-617, 2016.

SINGER, André. Brasil, junho de 2013: classes e ideologias cruzadas. **Revista Novos Estudos CEBRAP**, São Paulo, n. 97, p. 23-40, nov. 2013. Dossiê Mobilizações, Protestos e Revoluções. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002013000300003&script=sci_arttext&tlng=p#q3. Acesso em: 12 dez. 2021.

SOUSA JUNIOR, José Geraldo. #15M: A insurreição estudantil e o país sem respostas às questões contemporâneas. [Entrevista concedida a] Patricia Fachin, João Vitor Santos e Ricardo Machado. **Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, RS, 17 maio 2019.

SOUZA, Mailson Fernandes Cabral de; AZEVEDO, Nadia Pereira da Silva Gonçal-

ves de. Guerras culturais e formações imaginárias da polarização política brasileira: um estudo discursivo. **Revista Humanidades e Inovação**, [S.l.], v. 4, n. 5, p. 210-226, abr. 2018.

SZANIECKI, Barbara. **Estética da Multidão**. Rio de Janeiro, RJ: Civilização Brasileira, 2007.

SZNITER, Celia. **Dimensão visual da propaganda nazista: as imagens do judeu e do ariano**. 1996. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996. . Acesso em: 30 dez. 2022.

THOMSON, Irene Taviss. **Culture Wars and Enduring American Dilemmas**. Michigan: University of Michigan Press, 2010.

TRAVITZKI, R.; BASTOS, M. T.; RAIMUNDO, R. L. G. O perspectivismo como fundamento para metodologias de análise das redes sociais: alguns resultados com o Twitter. **E-Compós**, [S. l.], v. 15, n. 3, 2013. DOI: 10.30962/ec.809. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/809>. Acesso em: 30 set. 2022.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

TRUFFI, R. Quem são os manifestantes de 16 de agosto. **Carta Capital**, Sociedade, São Paulo, ago. 2015. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/sociedade/quem-sao-os-manifestantes-de-16-de-agosto-9588.html/>>. Acesso em: 12 dez. 2021.

VAINER, Carlos. Quando a cidade vai às ruas. In: MARICATO, Ermínia *et al.* **Cidades Rebeldes** – Passe Livre e as Manifestações que tomaram as ruas do Brasil. São Paulo, SP: Boitempo e Carta Maior, 2013.

VIANA, Fernanda. **O cartaz e o outdoor ao serviço da comunicação política**. Covilhã, PT: UBI, 2003.

VILLAS-BOAS, André. **O que é e o que nunca foi design gráfico**. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2000.

WILLIAMS, Robin. **Design Para Quem Não é Designer: Noções Básicas de Planejamento visual**. 8. ed. São Paulo, SP: Callis Editora Ltda, 1995.

ZARDO, Guilherme Luthemaier. **A Propaganda Política Soviética: Uma análise de dez cartazes de 1917 a 1945**. 2010. 83p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação Comunicação Social – Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.