



DESENHANDO IDENTIDADES:
(RE)EXISTÊNCIAS, DISSIDÊNCIAS E CULTURAS
XV Seminário do Programa de Pós-Graduação
em Desenho, Cultura e Interatividade.



XV Seminário do Programa de Pós-Graduação em Desenho, Cultura e Interatividade – 2020

A SEMIÓTICA EM CARTAZES DE CONVOCAÇÃO DE JOVENS PARA A REVOLUÇÃO PAULISTA DE 1932 E PARA O ALISTAMENTO MILITAR EM 1939

Valéria Nanci de Macêdo Santana¹

UFBA – Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências
valeriananci@gmail.com

Resumo

Foi em uma recente atividade para o curso de graduação em *Design* Gráfico da Universidade Salvador (UNIFACS) que me vi diante do desafio de fazer a análise imagética de dois cartazes de momentos diferentes da história brasileira: um feito em meio à Revolução Paulista de 1932 e outro em pleno governo de Getúlio Vargas, em 1939, no contexto da II Guerra Mundial. A ideia era, através da leitura e compreensão semiótica, identificar o que determinados signos comunicavam na composição dessas peças visuais, comparando-as a partir de três pontos de vista – qualitativo-icônico, singular-indicativo e convencional-simbólico – do estudo teórico-metodológico de Lucia Santaella (2007), desenvolvido através das construções de Charles Sanders Peirce (o fundador da semiótica norte-americana).

Palavras-chave: *Design*, semiótica, cartazes, revolução paulista, governo Getúlio Vargas.

Abstract / resumen / résumé

It was in a recent activity for the undergraduate course in Graphic *Design* at Universidade Salvador (UNIFACS) that I found myself faced with the challenge of making the image analysis of two posters from different moments in Brazilian history: one made in the midst of the 1932 Revolution in São Paulo and another in full government of Getúlio Vargas, in 1939, in the context of World War II. The idea was, through reading and semiotic understanding, to identify what certain signs communicated in the composition of these visual pieces, comparing them from three points of view - qualitative-iconic, singular-indicative and conventional-symbolic - of the theoretical-methodological study by Lucia Santaella, developed through the constructions of Charles Sanders Peirce (the founder of North American semiotics).

Keywords: *Design*, semiotics, posters, paulista revolution, Getúlio Vargas government.

¹ Doutora em Cultura e Sociedade (UFBA - BA). Mestre em Desenho, Cultura e Interatividade (UEFS - BA). Especialista em Mídias na Educação (UESB - BA). Especialista em Métodos e Técnicas de Ensino (UNIVERSO - RJ). Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (UNEF - BA). Licenciada em Geografia (UEFS - BA). Graduada em Design Gráfico (UNIFACS). Docente da SEC-BA.

1 Introdução

A história do Brasil é lembrada por diversos contextos sócio-políticos que fizeram época e deixaram marcas ao longo do tempo. Muitas dessas marcas se devem aos mais diversos presidentes que governaram o país, tais como: Marechal Deodoro da Fonseca (1889-1891); Marechal Floriano Peixoto (1891-1894); Prudente de Moraes (1894-1898); Manuel Ferraz de Campos Salles (1898-1902); Rodrigues Alves (1902-1906); Afonso Augusto Moreira Pena (1906-1909); Nilo Procópio Peçanha (1909-1910); Marechal Hermes da Fonseca (1910-1914); Wenceslau Braz (1914-1918); Delfim Moreira da Costa Ribeiro (1918-1919); Epitácio Pessoa (1919-1922); Arthur Bernardes (1922-1926); Washington Luís (1926-1930); Getúlio Vargas (1930-1945); José Linhares (1945-1946); Eurico Gaspar Dutra (1946-1951); Getúlio Vargas (1951-1954); João Fernandes Café Filho (1954 – 1955); Carlos Luz (1955); Nereu Ramos (1955-1956); Juscelino Kubitschek (1955 – 1961); Jânio quadros (1961); Ranieri Mazzilli (1961 e 1964); João Goulart (1961 – 1964); Castello Branco (1964-1967); Costa e Silva (1967 -1969); Junta Governativa Provisória (1969); Emílio Garrastazu Médici (1969 -1974); Ernesto Geisel (1974-1979); João Baptista Figueiredo (1979-1985); José Sarney (1985-1990); Fernando Collor de Melo (1990-1992); Itamar Franco (1992-1995); Fernando Henrique Cardoso (1995-2003); Luís Inácio Lula da Silva (2003-2011); Dilma Rousseff (2011-2016); Michel Elias Temer (2016 – 2018).

Dentre esses presidentes, um se destacou por gerar diversas controvérsias, como: o fechamento do Congresso Nacional, a invalidação da Constituição vigente (a primeira da república, anunciada em 1891) e o aniquilamento dos partidos políticos. Seu nome? Getúlio Vargas – que administraria por meio de decreto-lei, logo após o triunfo da Revolução de 1930, chegando ao Palácio do Catete, sede do Poder Executivo.

O problema é que passados quase dois anos do seu governo, o então presidente Getúlio Vargas “(...) não havia concretizado sua promessa, feita logo após a vitória da revolução, de convocar uma Constituinte para elaborar uma nova Constituição para o Brasil e uma eleição geral”. Desse modo, “(...) sua forma de governar, por decretos-lei, desagradou a São Paulo”².

Nesse cenário os paulistas começaram a acusar Vargas de ditador e em 1932 passaram confrontá-lo, até mesmo com armas, reivindicando uma nova Constituição para o Brasil³. Ao final desse acontecimento, “(...) mesmo com a derrota para as tropas federais”, os paulistas chegaram ao objetivo pretendido: “(...) em 1934, o Congresso

² Fonte: <https://brasilescola.uol.com.br/historiab/governo-vargas.htm>

³ Os paulistas, em especial a elite afastada do poder pela Revolução de 1930, tinham por objetivo a derrubada do Governo Provisório de Vargas e a promulgação de uma nova constituição para o Brasil. Fonte: https://www.al.sp.gov.br/repositorio/bibliotecaDigital/21675_arquivo.pdf

Nacional promulgava uma nova Constituição que trazia algumas novidades, como o voto feminino, o voto secreto e as primeiras leis trabalhistas”⁴.

Em meio a esse contexto, diversos cartazes foram produzidos para divulgação convocações e/ou campanhas. Dois deles se destacaram por motivações opostas: o cartaz de convocação de jovens paulistas para a revolução de 1932 e o cartaz produzido pelo Departamento de Imprensa e Propaganda do governo de Getúlio Vargas, em 1939, no contexto da II Guerra Mundial (**figura 1**),



Figura 1 – À esquerda o cartaz de convocação de jovens paulistas para a revolução de 1932 e à direita o cartaz produzido pelo Departamento de Imprensa e Propaganda do governo de Getúlio Vargas, em 1939, no contexto da II Guerra Mundial

Fonte: https://unifacs.blackboard.com/webapps/late-Course_Landing_Page_Course_100-BBLEARN/Controller

Neles aspectos imagéticos se revelam e nos revelam detalhes que só análises detalhadas nos são capazes de tornar visível: análises estas da semiótica aplicada ao *Design*. É através de elementos semióticos que as multiplicidades de utilização dos conceitos se mostram inúmeras, bem como a vastidão de possibilidades de minúcias.

⁴ Fonte: <https://brasilecola.uol.com.br/historiab/governo-vargas.htm>

Conforme Santaella (2007), a análise semiótica, quando aplicada ao *Design* ou à Publicidade, tem o objetivo de tornar nítido o potencial comunicativo que um produto, peça ou imagem apresenta. Deste modo, a partir de pontos de vista semióticos qualitativo-icônico, singular-indicativo e convencional-simbólico), da teoria metodológica de Lucia Santaella, desenvolvida através dos pensamentos de Charles Sanders Peirce, propõe-se a análise comparativa dos cartazes supracitados, a partir do estruturalismo e do desenho de produto com foco no usuário, considerando, primordialmente, o contexto espaço-tempo (Brasil: 1932/1939). A ideia aqui é oportunizar a observação do contexto sócio-político brasileiro impresso em peças gráficas: é uma certa busca de explicações do processo criativo através de uma estratégia em que se tem a possibilidade de esclarecer, subjetivamente, aos poucos, como se deu a feitura desses cartazes a partir dos seus exames.

2 Pontos de vista semióticos (qualitativo-icônico, singular-indicativo e convencional-simbólico)

Santaella (2007) definiu três pontos de vista semióticos que podem ser utilizados para análise de peças e imagens: qualitativo-icônico, singular-indicativo e convencional-simbólico. Mas, afinal, do que tratam os pontos de vista?

Bem, o ponto de vista qualitativo-icônico aborda os aspectos qualitativos presentes, como, por exemplo, o *Design*, a estética, as cores, as formas, dentre outros. “[...] Essas qualidades visíveis (...) também sugerem qualidades abstratas, tais como leveza, sofisticação, fragilidade, pureza, severidade, elegância, delicadeza, força, monotonia etc.” (p. 70). É através deste ponto de vista que identificamos os elementos responsáveis pelo primeiro julgamento que é provocado no receptor. É quando há ligações das ideias despertada pela semelhança, através da analogia, denominadas relações icônicas.

Por sua vez, o ponto de vista singular-indicativo dá indicação do que está sendo comunicado. O encadeamento do discurso a que pertence, seu propósito. “As qualidades de que esse existente se compõe - cores, forma, tamanho, matéria passam a ser vistas em função da sua manipulação e uso” (p. 70). Os aspectos que formam a sua identidade - cada elemento do conjunto (peça ou imagem) é examinado como algo que há em um espaço-tempo específico.

Já no ponto de vista convencional-simbólico Santaella define que o objeto é analisado como um tipo de produto, em que o convencional responde aos padrões de *Design* e os respectivos padrões de gosto. Essa forma de análise nos propicia a

compreensão holística da imagem ou peça examinada, em que a investigação é feita no produto através de seu caráter de tipo, considerando suas acepções, suas importâncias.

2.1 Exame qualitativo-icônico

2.1.1 Cartaz de convocação de jovens paulistas para a revolução de 1932

De pronto vemos a imagem de um soldado, num primeiro plano, com a bandeira do estado de São Paulo ao fundo.

O cartaz apresenta uma divisão cromática no produto: há o uso mais incisivo do marrom, tanto na roupa, mão e detalhes do rosto do personagem, como na tipografia. Há o uso do bege no pescoço, mão, rosto do personagem, bem como no canto superior direito do cartaz. Ao fundo, na bandeira do estado de São Paulo, vemos o preto, o branco, o amarelo, o vermelho e o azul.

As linhas sinuosas são predominantes, e a forma é majoritariamente assimétrica, tanto na bandeira, quanto nas curvas do desenho do personagem, e na maior parte das fontes tipográficas (à exceção das palavras VOCÊ, CUMPRIR e a sigla M.M.D.C.).

Quanto à distribuição dos elementos no espaço ela se faz de uma forma uniforme, apesar de não haver simetria. A composição acompanha uma sequência com a entrada de informação contendo a bandeira do estado de São Paulo, o início do texto, passando pelo personagem, ao centro, e finalizando com um sinal de exclamação. Há uma sequência da forma, o que não compromete a harmonia estética.

A composição retangular vertical, em tamanho grande, é semelhante à de outros cartazes, fazendo uso de uma impressão em papel.

O material do qual foi feito, aparentemente, talvez tenha sido o papel *couché*, ou algum outro tipo de papel aproximado, resistente, com textura lisa e de ótima qualidade para impressão.

A metáfora observada está na imposição e seriedade exposta no rosto do personagem convocando pessoas (jovens paulistas) para participarem do ato que aparece no cartaz.

2.1.2 Cartaz produzido pelo Departamento de Imprensa e Propaganda do governo de Getúlio Vargas, em 1939, no contexto da II Guerra Mundial

Tem-se, logo como imagem principal, quase que num plano médio longo, um rapaz fardado aparentemente marchando. Ao fundo vemos pessoas acenando em sua direção, um tanque de guerra e homens armados.

O cartaz, feito em preto e branco, apresenta uma divisão cromática simples. A mistura de ambos resultou numa peça com a predominância do cinza: mais escuro na roupa do personagem principal e mais neutro nos outros elementos.

As linhas sinuosas são predominantes e a forma é majoritariamente assimétrica, tanto no corpo do rapaz, quanto nas curvas do desenho inteiro, e em parte das fontes tipográficas (à exceção das palavras O BRASIL e a sigla DIP, que assina o cartaz).

Quanto à distribuição dos elementos no espaço ela se faz de uma forma uniforme, apesar de não haver simetria. A composição acompanha uma sequência com a entrada de informação contendo as palavras O BRASIL, o início do texto, passando pelo contexto da cena ao fundo, e depois enfocando, ao centro, o personagem principal, e finalizando com as palavras “ESTÁ PRESENTE”. Há uma sequência da forma, o que não compromete a harmonia estética.

A composição retangular vertical, em tamanho grande, é semelhante à de outros cartazes, fazendo uso de uma impressão em papel.

O material do qual foi feito, aparentemente, talvez tenha sido o papel *couché*, ou algum outro tipo de papel aproximado, resistente, com textura lisa e de ótima qualidade para impressão.

A metáfora observada está na sugestão de felicidade de um rapaz incentivado ao alistamento militar.

2.2 Exame singular-indicativo

2.2.1 Cartaz de convocação de jovens paulistas para a revolução de 1932

Do ponto de vista singular-indicativo os elementos aqui passam a ser vistos em função da sua manipulação e uso.

Este é um cartaz alusivo ao espaço do estado de São Paulo (o que fica claro através do uso da bandeira) no período da revolução paulista de 1932 (expressada através do texto e da imagem de um rapaz fardado através de uma ação convocatória).

Em relação ao uso das cores a predominância do marrom indica a função do cartaz ao assumir seriedade e ares de luta (o que se percebe ter a ver com a cor dos uniformes militares do período).

A forma como foi feito o cartaz auxilia na divulgação do ato: por ser retangular vertical, provavelmente em tamanho grande, com uma imagem enfocando um jovem uniformizado apontando o dedo na direção do leitor, bem como nas palavras em caixa alta VOCÊ, CUMPRIR e a sigla M.M.D.C. (referente aos rapazes assassinados Martins, Miragaia, Dráusio e Camargo, contrários ao governo Vargas).

Uma peça gráfica que, destinada a uma convocação revolucionária, funciona como chamariz dos jovens a participarem do ato, conforme o proposto na imagem.

As figuras gráficas relacionadas à função utilitária atingem seus objetivos através de um *mix* de elementos identificadores da proposta convocatória.

2.2.2 Cartaz produzido pelo Departamento de Imprensa e Propaganda do governo de Getúlio Vargas, em 1939, no contexto da II Guerra Mundial

Do ponto de vista singular-indicativo os elementos aqui passam a ser vistos em função da sua manipulação e uso.

Esta é uma peça gráfica alusiva ao Brasil (o que fica claro através do texto inicial na zona de entrada de informação) no período do governo de Getúlio Vargas, em 1939, no contexto da II Guerra Mundial (expressado através de elementos como: um rapaz fardado – em primeiro plano – e, ao fundo, um tanque de guerra, com homens armados e pessoas que acenam se despedindo do personagem principal do cartaz).

Em relação ao padrão cromático a predominância do preto e branco/cinza dificulta a visão clara da variedade de elementos se olhado de forma rápida. Entretanto, este foi um período em que o preto e branco/cinza era usual, logo, adequado ao período, e, inclusive, nos remetendo a ele.

Já a forma como foi feito o cartaz, enfocando, claramente, um jovem feliz caminhando rumo às suas “obrigações militares”, mesmo que em meio a armas, tanque de guerra e deixando a família, auxiliou na divulgação da proposta a que se destinava.

A tipografia em caixa alta (O BRASIL) do início do texto posiciona bem o espectador. Já a tipografia na base do cartaz ajuda a tornar leve uma informação não tão leve assim, induzindo o jovem a ver “com bons olhos” a peça gráfica.

Um cartaz que feito pelo governo Vargas, destinando a uma convocação de jovens para o alistamento do serviço militar, cumpriu seus objetivos, através de figuras relacionadas à função utilitária através de um *mix* de elementos identificadores da proposta convocatória.

2.3 Exame convencional-simbólico

2.3.1 Cartaz de convocação de jovens paulistas para a revolução de 1932

Esse é um tipo de cartaz de cunho político que segue os modelos gráficos da época (1932) e se direciona aos moldes do *design* e os padrões do gosto do público alvo.

Ele representa o movimento paulista que conspirou contra Getúlio Vargas, com os ânimos exaltadíssimos, pela revolução, com a adesão das tropas federais da 2ª Região Militar e da Força Pública.

Os valores foram agregados culturalmente e revelam o desejo de mudança e a insatisfação popular.

O cartaz possui *status* cultural quando assume a ideia de expandir sua revolta por meio de uma peça gráfica impactante.

O *status* cultural foi construído pelo uso de elementos que traduzem a função de convocar a população para um ato de revolução.

O cartaz contribui para a construção e consolidação da ideia no seu tempo, e na história do Brasil.

Essa peça visava interagir com uma geração, e parece ter conseguido, ao assumir significados aos valores agregados a esse produto gráfico em relação ao seu público-alvo.

Um cartaz de caráter convocatório/contestatório em que os atributos de *design* presentes neste são capazes de exercer seu apelo característico para o público-alvo.

2.3.2 Cartaz produzido pelo Departamento de Imprensa e Propaganda do governo de Getúlio Vargas, em 1939, no contexto da II Guerra Mundial

Esse é um tipo de cartaz de cunho político que segue os modelos gráficos da época (1939) e se direciona aos moldes do *design* e os padrões do gosto do público alvo.

Ele representa o tipo de material produzido pelo Departamento de Imprensa e Propaganda do governo de Getúlio Vargas, em 1939, no contexto da II Guerra Mundial.

Os valores agregados culturalmente revelam incentivar jovens para o alistamento no serviço militar do período.

O cartaz possui *status* cultural quando assume a ideia de expandir sua persuasão por meio de uma peça gráfica aparentemente “alegre” em meio a um cenário de guerra.

O *status* cultural foi construído pelo uso de elementos que traduzem a função de convencimento de uma “felicidade” prometida aos possíveis jovens alistados no serviço militar.

O cartaz contribui para a construção e consolidação da ideia no seu tempo, e na história do Brasil.

De certo uma peça que visava interagir com uma geração, e parece ter conseguido, ao assumir significados aos valores agregados a esse produto gráfico em relação ao seu público-alvo.

Como cartaz de caráter indutor, os atributos de *design* presentes neste são capazes de exercer seu apelo característico para o seu público-alvo.

3 Conclusão

Os pontos de vista semióticos qualitativo-icônico, singular-indicativo e convencional-simbólico revelaram algumas poucas similaridades e variadas diferenças entre as peças gráficas aqui destrinchadas – o que se torna compreensível se imaginarmos que um cartaz, o de convocação de jovens paulistas para a revolução de 1932, foi feito para chamar jovens para uma revolução contra o governo vigente; e o outro, o cartaz produzido pelo Departamento de Imprensa e Propaganda do governo de Getúlio Vargas, em 1939, no contexto da II Guerra Mundial, foi produzido com o intuito de angariar jovens para atuar ao lado do governo no serviço militar. Desse modo, a partir da semiótica aplicada na análise de peças gráficas/imagens, percebe-se que, de fato, o *design* possui uma variedade de utilizações dos seus conceitos e elementos para uma determinada finalidade.

Referências

PEIRCE, C. S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

SANTAELLA L. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thomson Learning, 2007

Sites visitados:

FIGUEIRA, Maurícia; GOUVEIA, Thalita Ruotolo; HORTA, Mônica Cristina Araujo Lima;

LAUAR, Silmara de Oliveira. **O que foi falado no plenário de 1932**. Informativo da Divisão de Acervo Histórico. São Paulo, nº 7, p. 3-8, junho/julho, 2016. Disponível em: https://www.al.sp.gov.br/repositorio/bibliotecaDigital/21675_arquivo.pdf. Acesso em: 12.12.2020.

<http://memorialdademocracia.com.br/card/a-cobra-esta-fumando>. Acesso em: 23.11.2020.

<https://br.pinterest.com/pin/737183032730234343/>. Acesso em: 23.11.2020.

<https://educador.brasilecola.uol.com.br/estrategias-ensino/as-imagens-revolucao-constitucionalista-1932.htm>. Acesso em: 23.11.2020.

https://unifacs.blackboard.com/webapps/late-Course_Landing_Page_Course_100-BBLEARN/Controller. Acesso em: 23.11.2020.

<https://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=358013>. Acesso em: 23.11.2020.