



SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA XXVIII SIC

paz no plural



Evento	Salão UFRGS 2016: SIC - XXVIII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2016
Local	Campus do Vale - UFRGS
Título	Propaganda e democracia: panorama dos partidos políticos Brasil-2016
Autor	FRANCISCO MENEGAT CASTILHOS
Orientador	MARIA BERENICE DA COSTA MACHADO

Título: Propaganda e democracia: panorama dos partidos políticos Brasil-2016

Autor: Francisco Menegat

Orientadora: Maria Berenice da Costa Machado

Instituição de origem: FABICO/UFRGS

Este estudo desenvolve-se no âmbito da bolsa de Iniciação Científica, vinculada à pesquisa *Propaganda e Democracia: Campanhas vencedoras para o governo do Rio Grande do Sul entre 1982 e 2014*. O objetivo desta é produzir conhecimento sobre as estratégias discursivas de texto e imagem das nove campanhas eleitorais vencedoras para o governo do Estado durante o período chamado redemocratização. Nesta proposta pretende-se contribuir com o projeto apresentando o conjunto dos 35 partidos políticos registrados no Tribunal Superior Eleitoral (TSE), até maio de 2016, com análise a partir de suas marcas visuais. Assim, identificaremos os elementos que compõem os logotipos dos partidos políticos, distinguindo suas semelhanças e diferenças para refletir sobre os sentidos produzidos e seu uso na propaganda política.

Justifica-se este recorte dada a importância das agremiações partidárias para o regime democrático. Desde o final da ditadura militar, na década de 1980, o Brasil voltou ao pluripartidarismo, o que poderia ser um indicador positivo para a qualidade da sua democracia. Entretanto, a atual crise política envolvendo partidos, coligações e governos, suscita indagações: tantos partidos fortalecem a democracia? A quantidade de siglas corresponde em pluralidade de ideias e propostas de governos? Buscamos em Seiler (2000) fundamentos que auxiliam a reflexão: o fenômeno partidário é totalmente inevitável, já que os partidos políticos constituem a condição sem a qual não há o funcionamento do regime representativo. Assim, por mais que a opinião pública possa inclinar-se a culpá-los por tudo o que vai mal no governo do país, a questão não é se os partidos servem ou não à democracia - pois estes são intrínsecos à democracia representativa -, mas problematizar as relações que estes mantêm com esta.

A inserção das marcas visuais dos partidos nas peças de propaganda cumpre função fundamental para a difusão de ideologias, programas e filosofias partidárias (Pinho, 1990). Os logotipos representam os partidos, acompanham as candidaturas nas campanhas eleitorais, momento acelerado e de máxima visibilidade do campo político (Rubim, 2000).

O percurso metodológico desta pesquisa inclui, além de revisão teórica, busca dos 35 logotipos nos sites oficiais dos partidos. A análise, de caráter Semiótico, identifica os elementos estéticos que compõem os logos, como cor, tipografia e símbolo, e os categoriza a partir do que têm em comum. É possível observar que os logotipos pouco se diferenciam na cor, predominando o uso de amarelo, azul, vermelho e verde. Sobre a tipografia, a maioria das fontes utilizadas é simples, sem serifa, de fácil legibilidade, em tamanho que dá destaque à sigla do partido no logo. Há o uso de símbolos por 16 partidos, e estes variam entre animais (tucano, pomba, peixe), elementos referentes ao Brasil (bandeira, estrelas representando os estados brasileiros, faixas verde e amarelo) e outros símbolos universais (coração, estrela, triângulo, trevo de quatro folhas). Nem todos os partidos preocupam-se em decodificar as suas siglas: 17 deles trazem somente letras no logo. Observa-se o mesmo em relação ao número de registro dos partidos, que não aparece em 18 dos 35 logotipos.