

# Propaganda e Democracia: Panorama dos partidos políticos Brasil-2016

## INTRODUÇÃO

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

Este estudo desenvolve-se vinculado à pesquisa *Propaganda e Democracia: Campanhas vencedoras para o governo do Rio Grande do Sul entre 1982 e 2014*, cujo objetivo 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.

## OBJETIVOS

Contribuir com a pesquisa *Propaganda e Democracia* 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, distinguindo suas semelhanças e diferenças para refletir sobre os sentidos produzidos e seu uso na propaganda política.

## JUSTIFICATIVA

Justifica-se este recorte dada a importância das agremiações partidárias para o regime democrático. Porém, a atual crise política envolvendo partidos, coligações e governos, suscita indagações: a quantidade de siglas corresponde em pluralidade de ideias e propostas de governos?

Foi buscado 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. A questão não é se os partidos servem ou não à democracia - pois estes são intrínsecos à democracia representativa -, mas problematizar as relações que esses mantêm com esta.



## METODOLOGIA

- Revisão teórica e busca documental;
- Análise de caráter semiótico: técnica de análise da sintaxe visual (Dondis, 1997).

## ANÁLISE

- Cor: predominam amarelo, azul, vermelho e verde em grande saturação;
- Fontes tipográficas: simples, sem serifa, fácil legibilidade, em tamanho que dá destaque à sigla do partido;
- Número de registro dos partidos: não aparece em 18 dos 35 logotipos;
- Símbolos: usados por 16 partidos - animais (tucano, pomba, peixe); elementos referentes ao Brasil (bandeira, estrelas, faixas verde e amarelo) e símbolos universais (coração, estrela, triângulo, trevo);
- Siglas: 17 logos não trazem decodificação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verificando-se a importância das agremiações políticas para a democracia (Seiler, 2000), esta pesquisa utilizou-se de elementos visuais dos partidos políticos brasileiros - seus logotipos oficiais - para refletir sobre semelhanças e diferenças em suas composições.

Foi possível observar que há semelhanças entre os logotipos dos 35 partidos registrados até este semestre no TSE quanto a cor, tipografia e simbolismos,

além de apropriação de elementos da bandeira do Brasil para compor logos partidários.

Os elementos visuais que representam oficialmente os partidos, seus logos, como agentes de distinção e suporte para produção de sentido, poderiam ser mais bem trabalhados em suas composições, como forma de fortalecimento da pluralidade de ideias e da própria democracia.

## Francisco Menegat

Bolsista de Iniciação Científica  
 shicomenegat@gmail.com

Maria Berenice Machado  
 Coordenadora Pesquisa

FABICO/UFRGS

## REFERÊNCIAS

- DONDIS, D. A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.  
 PINHO, J. B. *Propaganda Institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas*. São Paulo: Summus, 1990.  
 RUBIM, A. A. *Comunicação e Política: conceitos e abordagens*. São Paulo: Hacker, 2000.  
 SEILER, D-L. *Os partidos políticos*. Editora UnB: Brasília, 2000.