

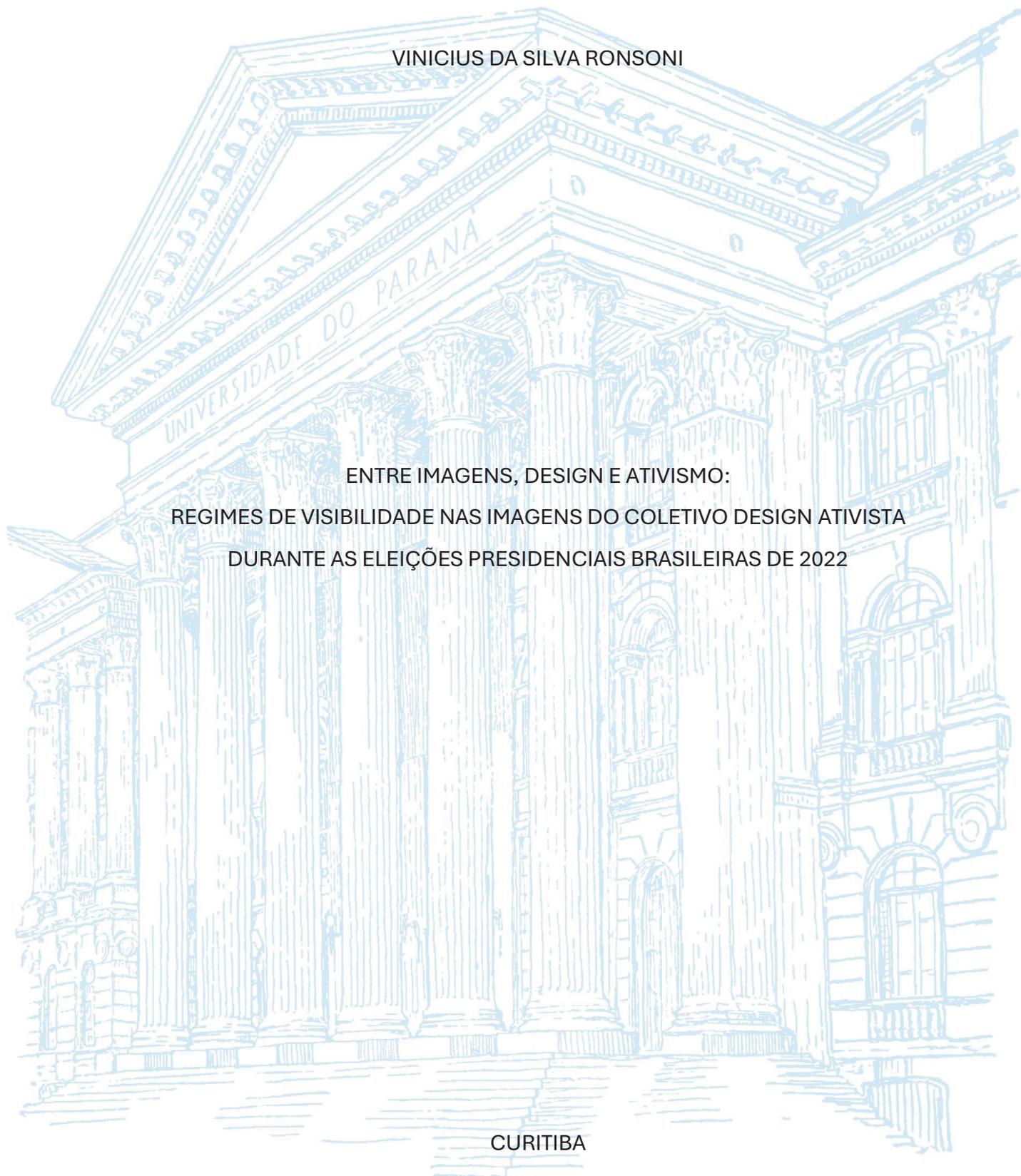
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

VINICIUS DA SILVA RONSONI

ENTRE IMAGENS, DESIGN E ATIVISMO:
REGIMES DE VISIBILIDADE NAS IMAGENS DO COLETIVO DESIGN ATIVISTA
DURANTE AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS DE 2022

CURITIBA

2025



VINICIUS DA SILVA RONSONI

ENTRE IMAGENS, DESIGN E ATIVISMO:
REGIMES DE VISIBILIDADE NAS IMAGENS DO COLETIVO DESIGN ATIVISTA
DURANTE AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS DE 2022

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Design, Setor de Artes, Comunicação e Design, da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Design.

Orientadora: Profa. Dra. Gheysa Caroline Prado

CURITIBA

2025

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SISTEMA DE BIBLIOTECAS
BIBLIOTECA DE ARTES COMUNICAÇÃO E DESIGN - CABRAL

R774 Ronsoni, Vinicius da Silva
Entre imagens, design e ativismo: regimes de visibilidade nas
imagens do coletivo design ativista durante as eleições presidenciais
brasileiras de 2022. / Vinicius da Silva Ronsoni. – 2025.
1 recurso online: PDF

Orientadora: Profa. Dra. Gheysa Caroline Prado

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de
Artes, Comunicação e Design, Programa de Pós-graduação em Design.
Inclui referências.

1. Design ativismo. 2. Imagens. 3. Política. 4. Regimes de
visibilidade I. Prado, Gheysa Caroline. II. Universidade Federal do
Paraná. Setor de Artes Comunicação e Design. Programa de Pós-
graduação em Design. III. Título.

CDD: 745.2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR DE ARTES COMUNICAÇÃO E DESIGN
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DESIGN -
40001016053P0

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação DESIGN da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado de **VINICIUS DA SILVA RONSONI** intitulada: **Entre Imagens, Design e Ativismo: Regimes de visibilidade nas imagens do coletivo Design Ativista durante as Eleições Presidenciais Brasileiras de 2022**, sob orientação da Profa. Dra. GHEYSA CAROLINE PRADO, que após terem inquirido o aluno e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 20 de Fevereiro de 2025.

Assinatura Eletrônica

25/02/2025 07:37:16.0

GHEYSA CAROLINE PRADO

Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

24/02/2025 14:28:20.0

CLAUDIA REGINA HASEGAWA ZACAR

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica

24/02/2025 18:57:53.0

KANDO FUKUSHIMA

Avaliador Externo (PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA E SOCIEDADE - UTFPR)

RUA GENERAL CARNEIRO, 460 - CURITIBA - Paraná - Brasil

CEP 80060-150 - Tel: (41) 3360-5238 - E-mail: ppgdesign@ufpr.br

Documento assinado eletronicamente de acordo com o disposto na legislação federal Decreto 8539 de 08 de outubro de 2015.

Gerado e autenticado pelo SIGA-UFPR, com a seguinte identificação única: 423736

Para autenticar este documento/assinatura, acesse <https://siga.ufpr.br/siga/visitante/autenticacaoassinaturas.jsp> e insira o código 423736

À minha família.

AGRADECIMENTOS

Registro aqui meus sinceros agradecimentos à todas e todos que contribuíram para que esta pesquisa se fizesse possível.

Primeiramente, agradeço à minha orientadora, Dra. Gheysa Prado, quem me mostrou o que é a pesquisa, seus caminhos e desafios. Agradeço o olhar sempre atento, as conversas provocadoras não apenas sobre a pesquisa, mas também sobre a vida, o que somos, fazemos e deixamos como marca nesse mundo. Agradeço o conforto nos momentos necessários, a compreensão e os ensinamentos.

Agradeço imensamente à minha família. Minha mãe Rosa, meu pai Vanderlei, minha irmã Débora e meu irmão Mateus, pelo apoio, amor e conforto incondicionais durante essa caminhada. Sem seus esforços eu não estaria aqui, obrigado por tudo o que fizeram e fazem por mim. Da mesma forma, agradeço aos meus companheiros felinos, Cookie e Paçoca, por estarem sempre perto, e por serem meus companheiros inseparáveis. E ao Lucas, por estar comigo desde que esta pesquisa se iniciou, por me ouvir, ser meu lugar de afeto, me amparar nos momentos difíceis, e comemorar junto cada conquista.

Agradeço à professora Dra. Mônica Moura, presente na banca de Qualificação, e à professora Dra. Cláudia Zacar e professor Dr. Kando Fukushima, presentes nas bancas de Qualificação e Defesa, pela atenciosa avaliação, pelas provocações e por compartilharem seus conhecimentos.

Agradeço às amigas, amigos e colegas que a pesquisa me deu, especialmente à Rachel Hoppe, Fernanda Massi, Thais Dyck, Lariane Casagrande, Elizabeth Resende, Julio Teodoro, Ariadne Grabowski, Ana Beatriz, Danielle Comitre, Washington Filho, Mariana Hermanson, Marcelle Mello e Marcela Gonçalves. Obrigado pelo apoio, conversas, risadas e ensinamentos. Com vocês esta caminhada se tornou muito mais fácil.

Agradeço à Universidade Federal do Paraná, ao Programa de Pós-Graduação em Design e às suas professoras, professores e servidoras/os. Obrigado pelas trocas de conhecimento e por me mostrarem uma infinidade de possibilidades. Agradeço também à Capes, por apoiar e fomentar a presente pesquisa, bem como tantas outras neste país, onde fazer ciência é um constante desafio.

Agradeço especialmente às amigas e amigos pelo apoio e por acreditarem em mim. À Gadiel Gonçalves, Carol Garbin, Bruna Petri, Fernanda Gauer, Eduarda Lazzari, Patrícia Mussoi, Carol Souza, Bruna Farina, Diana Pains, Isamara Baumgratz, Gabriela Ambros, Juliana Milkiewicz e Eduarda Carvalho. Obrigado pelas conversas, por estarem do meu lado mesmo à distância, pelos anos de amizade, e por me inspirarem.

E por fim, àquelas e aqueles que fizeram parte, de uma forma ou de outra, dessa pesquisa. Obrigado.

“Tomar posição é desejar, é exigir algo, é situar-se no presente e visar um futuro. Contudo, tudo isso só existe sobre o fundo de uma temporalidade que nos precede, que nos engloba, chamando por nossa memória até em nossas tentativas de esquecimento, de ruptura, de novidade absoluta.”

(Didi-Huberman, 2017)

RESUMO

As Eleições de 2022 no Brasil foram marcadas por uma ampla discussão sobre a erosão da estrutura democrática e a intensa polarização política no país. No contexto das eleições presidenciais, o cenário era de acirramento, com uma disputa central entre Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Jair Messias Bolsonaro (PL). Nesse contexto, o coletivo Design Ativista promoveu a campanha “Circuito Eleições 2022”, com o objetivo de derrotar Bolsonaro nas urnas, dar visibilidade a pautas do ativismo brasileiro e incentivar a eleição de representantes comprometidos com a democracia representativa. Diante disso, esta pesquisa tem por objetivo explorar os modos de constituição e identificar os regimes de visibilidade formados pelas séries de imagens produzidas e veiculadas na campanha “Circuito Eleições 2022”, proposta pelo coletivo Design Ativista no Instagram durante as eleições presidenciais brasileiras de 2022. Para atingir esse objetivo, estabeleço um recorte temático centrado nas eleições presidenciais, com foco em Lula e Bolsonaro, analisando três séries de imagens que abrangem o primeiro e o segundo turno, bem como os desdobramentos após a divulgação do resultado eleitoral: “Contagem Regressiva”, “Design Contra Bolsonaro” e “Seu Slogan do Governo Lula”. Metodologicamente, recorro à pesquisa documental, mobilizando documentos imagéticos e textuais extraídos dos arquivos online do coletivo, a fim de analisar narrativas, temporalidades e visualidades presentes nesses documentos e discutir como e quais regimes foram constituídos naquele contexto. Para tanto, afilio-me às discussões da disciplina do Design sobre design ativismo, aproximando-me também de perspectivas sobre política e imagem oriundas da Filosofia e da História da Arte, bem como de debates da Comunicação e da Ciência Política sobre as Eleições de 2022, o Lulismo e o Bolsonarismo. Como resultado, caracterizo os modos de constituição e identifico quatro regimes de visibilidade: (i) a polarização das Eleições de 2022; (ii) a reificação de Lula como herói nacional; (iii) a representação de Bolsonaro como uma ameaça fascista à democracia brasileira; e (iv) a complexidade e heterogeneidade do Design. Ao final, discuto como a formação desses regimes está atravessada pela instauração de uma dicotomia entre os dois candidatos, mobilizando temporalidades e visualidades que extrapolam o contexto das Eleições de 2022. Argumento que tais regimes operam a partir de memórias e narrativas pautadas pelo lulismo e pelo bolsonarismo, evidenciando a polarização e as disputas políticas que marcaram o cenário eleitoral.

Palavras-chave: design ativismo; imagens; política; regimes de visibilidade.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

ABSTRACT

The 2022 Brazilian elections were marked by widespread discussions on the erosion of democratic structures and the intense political polarization in the country. In the context of the presidential elections, the scenario was highly contested, with a central dispute between Luiz Inácio Lula da Silva (PT) and Jair Messias Bolsonaro (PL). Within this framework, the collective Design Ativista launched the campaign Circuito Eleições 2022, aiming to defeat Bolsonaro at the polls, bring visibility to Brazilian activist agendas, and encourage the election of representatives committed to representative democracy. Accordingly, this research seeks to explore the modes of constitution and identify the visibility regimes shaped by the series of images produced and disseminated in the Circuito Eleições 2022 campaign, promoted by the Design Ativista collective on Instagram during the 2022 Brazilian presidential elections. To achieve this objective, I establish a thematic scope focused on the presidential elections, with an emphasis on Lula and Bolsonaro, analysing three series of images spanning the first and second rounds, as well as the aftermath of the election results: Contagem Regressiva (Countdown), Design Contra Bolsonaro (Design Against Bolsonaro), and Seu Slogan do Governo Lula (Your Slogan for Lula's Government). Methodologically, this study relies on documentary research, examining visual and textual documents extracted from the collective's online archives to analyse the narratives, temporalities, and visualities present in these materials and to discuss how and which regimes of visibility were constituted in that context. To this end, I engage with design scholarship on design activism, while also drawing from perspectives on politics and imagery from Philosophy and Art History, as well as debates in Communication and Political Science regarding the 2022 Elections, lulismo, and bolsonarismo. As a result, I characterize the modes of constitution and identify four visibility regimes: (i) the polarization of the 2022 Elections; (ii) the reification of Lula as a national hero; (iii) the representation of Bolsonaro as a fascist threat to Brazilian democracy; and (iv) the complexity and heterogeneity of Design. Finally, I discuss how the formation of these regimes is shaped by the establishment of a dichotomy between the two candidates, mobilizing temporalities and visualities that extend beyond the 2022 Elections. I argue that these regimes operate through memories and narratives informed by lulismo and bolsonarismo, highlighting the polarization and the political disputes that defined the electoral landscape.

Keywords: design activism; images; politics; visibility regimes.

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: RGS - Visão Geral do Desenvolvimento da Pesquisa	26
Figura 2: Representação Gráfica do Percurso Metodológico	30
Figura 3: Perfil do Instagram do Coletivo Design Ativista	34
Figura 4: Site da campanha “Circuito Eleições 2022”	35
Figura 5: Manifesto da campanha “Circuito Eleições 2022”	35
Figura 6: Site da chamada “Design Contra Bolsonaro”	36
Figura 7: Galeria do Site “Design Contra Bolsonaro”	37
Figura 8: Pasta do Drive da campanha “Circuito Eleições 2022”	37
Figura 9: Processo de análise dos dados	42
Figura 10: Aproximação de imagens da série "Design Contra Bolsonaro"	45
Figura 11: Lula nos braços do povo.	47
Figura 12: Análise de relações entre as imagens.....	53
Figura 13: Canais criados pelo coletivo Design Ativista	60
Figura 14: Publicações sobre o 4º ReEncontro Design Ativista de 2021.....	62
Figura 15: Post carrossel “Circuito Eleições 2022”	63
Figura 16: Cronologia da campanha "Circuito Eleições 2022"	67
Figura 17: Post de parabenização do “Circuito Eleições 2022”	70
Figura 18: Publicação Convocatória da Posse de Lula	73
Figura 19: Informações sobre o funcionamento do CE22	76
Figura 20: Informações sobre a organização do CE22	76
Figura 21: Cronologia das séries de imagens trabalhadas na pesquisa	83
Figura 22: Publicação da convocatória "Contagem Regressiva" para o 1º turno das eleições. .	97
Figura 23: Publicação da convocatória "Força Tarefa Design" para o 2º turno das eleições	99
Figura 24: Amor x Ódio.....	102
Figura 25: Fotografia de Lula com óculos de estrela	105
Figura 26: Curativo Antifascista	107
Figura 27: Bolsonaro segurando a bandeira do Brasil em posse no dia 01 de janeiro de 2019	110
Figura 28: Clique 13 pela Democracia	111
Figura 29: Lula utilizando óculos juliet.	113
Figura 30: Lula Presidente, Felicidade Novamente	114
Figura 31: Lula nos braços do povo.	117
Figura 32: Lula abraçando senhora	119

Figura 33: Sem medo de ser feliz.....	121
Figura 34: Publicação da convocatória "Design Contra Bolsonaro"	129
Figura 35: BolsoHitler.....	132
Figura 36: Genocida.....	135
Figura 37: Bolsonaro tossindo durante discurso em manifestação.....	136
Figura 38: Canibal	139
Figura 39: Entrevista de Bolsonaro a repórter Simon Romen do The New York Times.....	140
Figura 40: Envenenamento	142
Figura 41: Bolsonaro erguendo caixa de cloroquina para apoiadores	145
Figura 42: Falso Messias.....	147
Figura 43: Adolf Hitler em cena do filme "A Queda"	148
Figura 44: Bolçonaria.....	151
Figura 45: Bolsonaro em loja maçônica.....	153
Figura 46: Ele Voltou!.....	161
Figura 47: Lula durante campanha em 2006	162
Figura 48: Reencontro de Lula e Everton durante a caravana Lula pelo Brasil em 2017.....	163
Figura 49: Publicação da Convocatória "Seu Slogan do Governo Lula".	166
Figura 50: O país feliz de novo.....	167
Figura 51: Logo do Governo Lula entre 2003 e 2010	168
Figura 52: Nação e Dignidade.....	171
Figura 53: Acima de tudo	174
Figura 54: Unidos pelo futuro do Brasil.....	177
Figura 55: Síntese do regime de visibilidade das Eleições 2022	188
Figura 56: Síntese do regime de visibilidade de Lula.....	191
Figura 57: Síntese do regime de visibilidade de Bolsonaro.....	193
Figura 58: Síntese do regime de visibilidade do Design/Ativismo	196

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Relação entre arquivos e materiais coletados	39
Quadro 2: Protocolo de Registro de Documentos	40
Quadro 3: Relação de dados para composição das séries	46
Quadro 4: Roteiro de Análise de Imagens - Descrição	48
Quadro 5: Roteiro de Análise de Imagens - Relação	50

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 CAMINHOS DA PESQUISA: MÉTODO	29
2.1 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA.....	31
2.2 PESQUISA DOCUMENTAL EM ARQUIVOS ONLINE.....	32
2.3 DAS FORMAS DE OLHAR OS DOCUMENTOS: A ANÁLISE DE DADOS.....	41
3 O CIRCUITO ELEIÇÕES 2022 E O DESIGN ATIVISTA: CONTEXTUALIZAÇÕES	57
3.1 A CAMPANHA, O COLETIVO E AS ELEIÇÕES DE 2022	57
3.2 DESIGN, ATIVISMO E PRODUÇÃO DE IMAGENS: AS TÁTICAS DO COLETIVO	74
4 ENTRE IMAGENS, DESIGN E ATIVISMO: DISPUTAS E TEMPORALIDADES NA CONSTITUIÇÃO DO VISÍVEL	82
4.1 FALTAM POUCOS DIAS PARA O 13: SÉRIE “CONTAGEM REGRESSIVA”	96
4.2 DESIGNERS DE TODO O MUNDO, UNÍ-VOS: SÉRIE “DESIGN CONTRA BOLSONARO”	129
4.3 ELE VOLTOU!	160
4.4 TODOS FELIZES (OU QUASE): SÉRIE “SEU SLOGAN DO GOVERNO LULA”	165
4.5 SOBRE VISIBILIDADES CONSTITUÍDAS EM DISPUTA.....	186
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	199
REFERÊNCIAS	210
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ANÁLISE DE IMAGENS DO ARTIGO “IMAGENS DO DISSENSO: PROPOSIÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS PARA UM MODELO ANALÍTICO DE IMAGENS ATIVISTAS”	226
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ANÁLISE DE DOCUMENTOS IMAGÉTICOS	228
APÊNDICE C – ROTEIRO DE ANÁLISE DE DOCUMENTO TEXTUAIS	230
APÊNDICE D – EXEMPLO DE CODIFICAÇÃO TEMÁTICA CIRCUITO ELEIÇÕES 2022	231
APÊNDICE E – EXEMPLO PLANILHA DE CATALOGAÇÃO DE DOCUMENTOS	232
ANEXO 1 – COLETÂNEA “CONTAGEM REGRESSIVA”	233
ANEXO 2 – COLETÂNEA “DESIGN CONTRA BOLSONARO”	242
ANEXO 3 – COLETÂNEA “SEU SLOGAN DO GOVERNO LULA”	244
ANEXO 4 – BRIEFINGS/MENSAGENS TELEGRAM – CIRCUITO ELEIÇÕES 2022	247

1 INTRODUÇÃO

Esta é uma pesquisa sobre imagens. E sendo mais específico, sobre a capacidade das imagens, produzidas por designers ativistas, de constituir regimes de visibilidade. Logo, tomo por objeto de pesquisa três séries de imagens (“Contagem Regressiva”, “Design Contra Bolsonaro” e “Seu Slogan do Governo Lula”), produzidas e veiculadas na campanha “Circuito Eleições 2022”, empreendida pelo coletivo Design Ativista na rede social Instagram. Tal campanha se deu em meio ao processo eleitoral para cargos representativos de 2022, cenário marcado por uma polarização intensa na política brasileira. Assim, interessa-me compreender como tais imagens, em seus acionamentos narrativos, temporais e visuais, desenharam determinadas “configurações do visível” (Rancière, 2012), em torno da disputa para a Presidência da República, mandato 2023-2026, entre Lula e Bolsonaro.

O percurso desta pesquisa parte de inquietações e acontecimentos que atravessam minha trajetória formativa e profissional, desde o período da graduação. Sou designer gráfico¹, e em meio aos caminhos para o projeto final do curso, procurei pesquisar a relação entre design ativismo, imagens e semiótica². Durante essa pesquisa, as inquietações sobre o que eu, como designer, produzo e as implicações disto no meio onde me insiro se tornaram cada vez mais evidentes, sendo ainda mais tensionadas pelo cenário sociopolítico em meio às eleições presidenciais no Brasil em 2022.

Em 2023, ingressei no Mestrado em Design no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Paraná (PPGDesign - UFPR) com a intenção de pesquisar a atuação do coletivo Design Ativista nas Eleições de 2022. Em conversas com minha orientadora, Professora Dra. Gheysa Caroline Prado, decidimos por seguir com o tema de pesquisa, porém com os olhos voltados para as imagens produzidas por aquelas/es designers e artistas durante a campanha das Eleições de 2022 promovida pelo coletivo. Esta escolha, de pesquisar design ativismo por meio das imagens, é o que delinea os caminhos e decisões tomadas neste estudo. Ademais, entendo que minhas

¹ Graduação em Tecnologia do Design Gráfico pela Universidade de Passo Fundo (UPF).

² O projeto de conclusão deu fruto a um artigo, apresentado no 14º P&D Design e publicado na revista Projética, disponível em: <https://doi.org/10.5433/2236-2207.2022v13n3p268>.

posições políticas nunca foram desassociadas do exercício da profissão e o que pesquisei sobre design, e por isso, pesquisar a área do design ativismo é o que me instiga a questionar as práticas e artefatos produzidos neste processo.

Prado (2021), afirma que o design ativismo atua onde “a lógica capitalista falha, contestando o status quo nas áreas sociais, ambientais, econômicas e políticas, buscando formas de diluição do poder e estratégias de participação política da sociedade nas esferas públicas de decisão, para além dos processos eleitorais.” (Prado, 2021, p. 53). Em vista disso, julgo válido um pequeno comentário. Entendo que uma atuação ativista e política no design é permeada por uma tomada de posição da/o profissional da área em relação à compreensão sobre o contexto em que estão inseridas/os. Logo, entendo que o coletivo Design Ativista, ao posicionar-se em meio ao cenário que se desenhava nas eleições, buscava abrir formas para uma participação política, tanto de designers quanto do público em geral, em uma decisão onde a democracia estava em jogo (Messagi Junior, 2023). Dessa forma, compreendo que uma prática ativista no e por meio do design pode ser uma das estratégias possíveis de emancipação de profissionais do design e das pessoas que utilizam produtos e serviços oriundos dessa prática, uma forma de questionamento das estruturas de poder e da proposição de outras realidades e estruturas sociais.

Nos últimos anos, conforme apontam Fukushima e Ferraz (2021), vemos um avanço de movimentos de extrema-direita na política mundial, de natureza neoliberal e conservadora. Estes movimentos, ao incentivarem o individualismo e uma polarização política cada vez mais violenta e exacerbada, ameaçam as estruturas das democracias no cenário contemporâneo. Como exemplos, temos a eleição de Viktor Orbán na Hungria em 2010, Rodrigo Duterte nas Filipinas em 2016, Donald Trump nos Estados Unidos em 2016 e 2024, Jair Bolsonaro em 2018 no Brasil, Giorgia Meloni na Itália em 2022. Além do avanço de candidaturas de extrema-direita na Europa, como Marine Le Pen na França e o partido Alternativa para a Alemanha (AfD) na Alemanha, e outros países como Finlândia, Suécia, Grécia e Espanha (Adler, 2023).

No Brasil, o cenário político após o Golpe de 2016³, que removeu a então presidenta Dilma Roussef e levou a tomada de posse de seu vice, Michel Temer, deu abertura para uma série de medidas neoliberais e conservadoras que enfraqueceram a legitimidade do sistema político brasileiro (Chaloub, 2023). Nesse contexto de uma governança tradicional desacreditada pela população, aliada a prisão de Luís Inácio Lula da Silva em abril de 2018 (Mestre, 2023), Jair Messias Bolsonaro, então candidato às eleições de 2018 pelo Partido Social Liberal (PSL), despontou como a opção da terceira via. Figurando-se como um *outsider* com discurso conservador e liberal⁴, e chegando à presidência no pleito de 2018 (Guimarães, 2019).

O processo eleitoral em 2018 foi marcado por um intenso uso dos meios digitais de comunicação, onde Bolsonaro e seus apoiadores, utilizando-se de um amplo engajamento online da direita, movimentaram fortemente as redes sociais. A disseminação de fake news esteve em voga, assim como estratégias de um populismo digital, calcado na mobilização contínua “de antagonismos e de ameaças (ainda que inexistentes) do comunismo e da dissolução dos bons costumes.” (Beiguelman, 2021, p. 181). Contudo, as redes também foram utilizadas por movimentos da esquerda, mesmo que menores comparados ao uso das redes pela direita, que se opuseram a candidaturas como a de Bolsonaro.

Dentre os exemplos dos movimentos de oposição, temos o caso do movimento #EleNão, encabeçado por um grupo de mulheres intitulado “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” (Faca, 2022). Tal mobilização fomentou diversas outras manifestações de oposição a candidatura Jair Messias Bolsonaro à presidência do Brasil, como é o caso da campanha “Vira Voto”. A campanha, como resgata Assis (2022), reuniu designers e artistas que contribuíram produzindo materiais gráficos para serem utilizados nas redes e nas ruas com objetivo de apoiar candidaturas como a de Fernando Haddad (PT), e mudar o voto dos possíveis eleitores de Bolsonaro. No mesmo cenário, o coletivo Design

³ Utilizo o termo “golpe” para me referir ao Impeachment da presidenta Dilma Roussef pautando-me pelo artigo desenvolvido por Desirée Guichard Freire, Floriano José Godinho de Oliveira, Guilherme Ribeiro e Leandro Dias de Oliveira, intitulado “2016, ano em que o país sofreu um golpe político-institucional, não termina” (Freire et al., 2016).

⁴ Ressalto que, apesar de Bolsonaro ter sido considerado um outsider nas eleições de 2018, o então candidato já estava na política desde 1989, quando tomou posse como vereador no Rio de Janeiro (Câmara..., [s.d.]).

Ativista foi um dos grupos que se opôs à candidatura do referido presidencial, divulgando e produzindo materiais que circularam pelas redes, em um espaço “de crítica e vigilância, um elo entre a denúncia e a ação.” (Ibidem, p. 19).

As ações de oposição e resistência ao governo de Bolsonaro por parte do coletivo continuaram, bem como o apoio a diversas áreas do ativismo brasileiro, como educação, saúde, direitos humanos. Quatro anos após os atos de 2018, este mesmo coletivo foi responsável por mobilizar diversas/os designers e artistas visuais para a produção de peças gráficas em meio às Eleições de 2022. A campanha “Circuito Eleições 2022”, que ocorreu entre os meses de junho e novembro de 2022 por meio de convocatórias temáticas. Os temas variaram para que o coletivo e as/os participantes pudessem agir em diversas frentes durante o período eleitoral através da produção de materiais gráficos. Assim, foram trabalhadas pautas atreladas a movimentos sociais, como a demarcação de terras indígenas, a derrubada dos vetos da cultura, e manutenção das cotas, além de convocatórias específicas voltadas ao pleito eleitoral com foco nos candidatos Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro. É importante salientar que o projeto Design Ativista faz parte da rede Floresta Ativista⁵ — composta por Mídia NINJA, NINJA.Foto, Xepa, Ella, Pretas e Pretos no Poder, dentre outras. O movimento, cuja atuação extrapola o período eleitoral, integra ações nos âmbitos online e presencial, que vão desde a produção de peças gráficas de cunho ativista para divulgação nas redes até a realização de eventos presenciais como os “Encontrões”.

Num contexto de eleições muito acirradas em que, Luciana Panke e Messagi Jr (2023) definiram como uma “guerra brutal”, Lula e Bolsonaro “protagonizaram a campanha presidencial de 2022, numa disputa real pelo poder.” A polarização se deu em um cenário semidemocrático (Avritzer, Santana e Bragatto, 2023). Na esteira de 2018 a 2020, a conjuntura era de um risco de mais desgaste nas instituições democráticas e com alto potencial de violência e turbulência (Rennó, 2022).

⁵ Na aba “quem somos” em seu site, a rede Floresta Ativista se define como: “um ecossistema ativista de coletivos, redes, iniciativas e pessoas com vontade de construir e estar em comunidades. Um lugar onde os mais diferentes temas, lutas e causas se encontram e se misturam. Um terreno fértil de onde brotam agendas comuns e projetos que fortalecem as principais LUTAS CIVILIZATÓRIAS da nossa geração. Na floresta, a inteligência coletiva é regra, a diversidade é lei e a colaboração é livre. Este é um ambiente para conhecer pessoas e lugares, trocar saberes e experimentar novas aventuras. Um novo mundo para construirmos juntos!” (Floresta Ativista, 2024).

A movimentação ativista por parte do coletivo neste contexto contribuiu para a instituição de uma arena de disputas no âmbito das redes sociais, já que essa atuação, assim como a de outros grupos ativistas, possui potencialidades de tensionamento na esfera pública (Beiguelman, 2012). A autora (2021) aponta que é preciso reconhecer a própria materialidade dos espaços virtuais e entendê-los não como uma dimensão apartada da realidade, mas sim conjunta para poder discutir os acontecimentos nos espaços públicos de decisão política a partir desses espaços virtuais de subjetivação e disputa. Espaços esses onde, a partir da posição política e do “repertório cultural de quem media a produção e a circulação da imagem”, os diversos sujeitos produtores e circuladores de artefatos e discursos constituem regimes de visibilidade, regulando o que deve ser visto, quando e como é visto (Prata, 2022, p. 176).

Tendo isso em vista, afilio-me ao pensamento de Jacques Rancière (1996a) para pensar a imagem enquanto um espaço de disputa de narrativas entre grupos distintos. Uma vez que nelas e a partir delas, há a possibilidade que sejam constituídos determinados regimes de visibilidade, estruturalmente heterogêneos entre si, e que ao entrarem em conflito, tem um potencial político de produzir um desentendimento capaz de reconfigurar as estruturas do tecido social. Parto desta noção para pensar as séries de imagens que constituem o objeto desta pesquisa, as peças gráficas veiculadas pelo coletivo durante as eleições presidenciais de 2022. Como elas, enquanto elemento material do design, e produzidas por designer e artistas ativistas em meio a uma disputa eleitoral, constituem determinados regimes de visibilidade. Como argumenta Rancière (2012, p. 101), a partir da prática projetual,

traçando linhas, dispondo palavras ou repartindo superfícies, desenham-se também partilhas do espaço comum. A maneira como, reunindo palavras ou formas, definem-se não só formas de arte, mas ainda certas configurações do visível e do pensável, certas formas de habitação do mundo sensível. Essas configurações, que são ao mesmo tempo simbólicas e materiais, atravessam as fronteiras entre as artes, os gêneros e as épocas.

Nesse sentido, julgo necessário definir e apresentar a compreensão sobre “regime de visibilidade” que tangencia esta pesquisa. Mateus (2014, p. 260) compreende, no contexto dos dispositivos tecnológicos de mediação simbólica como a televisão, que a visibilidade possui um “valor de transparência como suplemento da crença: acredita-se no que se vê e em tudo o que se vê.”. Para o autor, a visibilidade

pode ser compreendida em dois sentidos. O primeiro trata-se de um sentido perceptivo e sensorial como aquilo que é dado a ver e a ser observado, já o segundo trata-se de como algo ou alguém “adquire um conjunto de significados simbólicos relacionados a acontecimentos particulares.” (Mateus, 2014, p. 261). É nesse sentido que visibilidade e visualidade se aproximam. A visibilidade é uma extensão do “visual imbuído do simbólico” (Ibidem). Logo, entendo que a imagem, enquanto rastro visual do tempo (Didi-Huberman, 2012) reflete articulações do visível, que, uma vez inserida e fruto de um determinado contexto e conjunto de relações e formas simbólicas, produz regimes de visibilidade (Mateus, 2014).

Dessarte, tomarei aqui o que Conde (2017) argumenta sobre essa noção. Segundo ele, em diálogo com Rancière, um regime pode ser entendido como “sistemas históricos de condições de possibilidades” (Conde, 2017, p. 44). Ou seja, um regime institui um conjunto de condições que são historicamente variáveis, possibilitando que determinados discursos, modos de conhecer, ver e dizer, manifestações artísticas e campos do conhecimento sejam reconhecidos como tal (Idem).

O conceito de regimes, então, refere-se ao esforço de “mapear uma lógica de modulações imanentes às obras e aos contextos com os quais elas interagem, estabelecendo certos critérios de distinção entre diferentes modos de se conceber o que distingue ou não tais obras em relação ao restante do tecido social.” (Conde, 2017, p. 48) O autor também pontua que, os regimes seriam constituídos por meio de um conjunto maleável de “relações entre múltiplos elementos, cada um deles dotados de temporalidades diversas” (Conde, 2017, p. 45). Em vista disso, compreendo a noção de regimes de visibilidade enquanto um conjunto de condições de possibilidade que congregam a interação entre diversas condições sociais e históricas que, ao mesmo tempo que carregam outras temporalidades. Tais regimes permitem que certo objeto ou sujeito produza e regula certos modos de ver e ser visto, bem como formas de compreender algo daquela maneira em um determinado recorte temporal e espacial da estrutura social.

Saliento que, por mais que sejam elas, as séries de imagens, o **objeto** desta pesquisa, é a partir do que Rancière (2015) e Didi-Huberman (2015) falam sobre as imagens que compreendo suas operações. O que elas dão a ver, o que acionam e modulam quando estamos diante delas, só acontece nessa instância do olhar, quando

emprestamos nossa vida a elas. Olhar que é construído nas relações sociais que traçamos em nosso tempo e contexto social e político. Logo, reconheço que abordo aqui artefatos constituídos e constituidores de relações sociais, advindos e formadores de afetos, disputas, desejos e contradições da subjetividade humana. Assim, falarei de imagens compreendo que falo das relações sociais que permearam aquela eleição. Esse posicionamento implica também em minha compreensão desta pesquisa como uma versão, dentre todas as versões possíveis de serem construídas, uma vez que, como argumenta Cellard (2014), é o que possibilita a diversidade de achados em uma pesquisa qualitativa.

Com estas perspectivas em mente, as **perguntas** que norteiam esta pesquisa são: *“Como as séries de imagens veiculadas na campanha ‘Circuito Eleições 2022’, proposta pelo Coletivo Design Ativista no Instagram, constituíram regimes de visibilidade durante as Eleições de 2022? E quais regimes foram constituídos?”*

De modo a buscar responder tais problemáticas, o **objetivo geral** consiste em *explorar os modos de constituição e identificar os regimes de visibilidade formados pelas séries de imagens produzidas e veiculadas na campanha “Circuito Eleições 2022”, proposta pelo coletivo Design Ativista no Instagram durante as eleições presidenciais brasileiras de 2022.*

No que concerne aos **objetivos específicos**, pretendo:

- a) Caracterizar o coletivo Design Ativista e a campanha “Circuito Eleições 2022”, contextualizando-os no cenário sociopolítico das eleições brasileiras de 2022;
- b) Descrever as condições, processos e formas de organização do coletivo durante as convocatórias para a produção das séries de imagens;
- c) Localizar, registrar e sistematizar as imagens veiculadas na campanha “Circuito Eleições 2022”, filtrando os documentos coletados e estabelecendo séries de imagens para análise;
- d) Mapear narrativas, temporalidades e visualidades acionadas pelas séries de imagens, analisando as visibilidades que elas produziram;
- e) Identificar quais os regimes de visibilidades presentes e discutir como se deram seus modos de constituição.

Tendo em vista tais objetivos, adotei uma perspectiva interdisciplinar, afiliando-me a estudos e pesquisas sobre Design Ativismo, Imagens e Política, em um diálogo com áreas como a Filosofia e a História da Arte, bem como contribuições advindas da Comunicação e da Ciência Política.

Em relação aos estudos sobre design ativismo, de antemão, julgo necessário salientar sobre qual concepção de ativismo, e conseqüentemente de design ativismo, me apoio. De acordo com Thorpe (2011), em diálogo com Jordan, em termos sociológicos, o ativismo se consolidou como um “empreendimento moral”, que busca apresentar uma visão para melhorias na sociedade, podendo ser tanto progressista, quando conservador (Thorpe, 2011). Dessa forma, a definição de ativismo que trabalharei dentro das perspectivas do design está alinhada às concepções de viés progressistas, que procuram questionar e desalinhar as estruturas de poder e dominação existentes, oferecendo alternativas melhores ao status quo. Sendo assim, tomo por base o estudo de Thorpe (2011, p. 6) para a qual o design ativismo “revela publicamente ou enquadra um problema ou questão desafiadora”, de modo que possa ser feita uma “reivindicação contenciosa de mudança”. Além disso, ele pode “trabalhar em nome de grupos negligenciados”, bem como perturbar “práticas rotineiras, ou sistemas de autoridade, o que lhe confere a característica de ser não convencional ou não ortodoxo - fora dos canais tradicionais de mudança”.

Em vista a perspectiva que apresento, teço aqui dois comentários que julgo importante acerca da limitação do estudo. Primeiro, entendo que a definição apresentada por Thorpe (2011) possui, pelo menos parcialmente, uma compreensão do design ancorada num discurso solucionador da disciplina e da profissão. Contudo, é necessário ressaltar que a autora, em obras posteriores (2012), atualiza o estudo, argumentando que atuar pelas vias do design ativismo não significa buscar por soluções, mas alternativas melhores ao *status quo*. Ou seja, formular proposições de mundos melhores e mais justos. O segundo comentário aponta para uma limitação. Compreendo que ao me filiar a tais posicionamentos, incorre numa limitação sobre as potencialidades de se explorar outras óticas dessas imagens, como por exemplo as relações entre arte e ativismo, ou artivismo, deixando de fora outros aspectos que as imagens da campanha “Circuito Eleições 2022” (CE22) produzem. Uma vez que, como aponta Grindon (2020, p. 12), este tipo de nomenclatura tende a realizar uma

demarcação de valor cultural, autenticidade e impacto, colocando em invisibilidade outros recortes sobre os objetos. Logo, tendo em vista as limitações de escopo e tempo de pesquisa, julgo válido ressaltar que a ótica que tomarei aqui, a proposição e contestação presente no design ativismo, produz uma versão de leitura sobre os acontecimentos das eleições, dentro todas as outras possíveis.

Tendo tecido tais comentários, e pensando as séries de imagens que compõem o objeto desta pesquisa, apoio-me em Didiana Prata (2022), para pensar estes artefatos sob a ótica do design gráfico. Em sua tese de doutoramento, a autora propõe o conceito de “imagem-mensagem” para pensar as peças gráficas estáticas ou animadas que são produzidas para circular no meio virtual, criadas no “calor dos acontecimentos sociopolíticos”, e que “representam manifestações coletivas, ativistas de diversos grupos.” (Prata, 2022, p. 40). Esta “imagem-mensagem” é entendida em sua circulação nos ambientes virtuais pela sua efemeridade, estando diretamente ligada ao comportamento do usuário das redes sociais. São artefatos que carregam “manifestações poéticas, ideologias e desobediências” (Prata, 2022, p. 41). A “imagem-mensagem”, no pensamento da autora, circula e é reinterpretada em sua interação com o usuário, possui múltiplas funções, informa contextos e aspectos tecnológicos e visões de mundo, é usada pelos sujeitos para informar e se representar (Prata, 2022).

A partir disso, penso que é possível conceber a imagem não somente sob a ótica do design gráfico, mas também pela sua abertura a outras potencialidades que não somente representar, mas informar, acionar memórias, e desobedecer às estruturas de poder. Logo, as imagens funcionam como um dispositivo, nos moldes que Rancière (2021) argumenta, que ligam temporalidades, discursos, eventos, modos de vida e outros registros, resultando e sendo resultado das disputas que se dão sobre o tecido comum da sociedade (Marques et al, 2020).

Feita essa exposição teórica inicial, sublinho que pude observar, a partir de uma revisão bibliográfica em bases de dados online, pesquisas no Design e em outras áreas que analisaram o coletivo Design Ativista, seja como objeto de estudo ou caso específico. Destaco as dissertações: “Ativismo em Design: A dimensão política e social

na contemporaneidade”, de José Magro Junior (2022), vinculada ao PPGDesign UNESP⁶; “Midiativismo e estética como resistência: uma análise do Design Ativista”, de Fernanda Assis (2022), do PPGEUT UTFPR⁷; e “A vida social das imagens políticas: técnica e economia a partir do Design Ativista”, de Fábio de Oliveira Martins, do PPGAS UnB⁸. Além destas, há também algumas produções divulgadas em artigos, que buscam realizar uma análise sobre o coletivo e sua atuação no design e ativismo brasileiro⁹.

Logo, demarco que esta pesquisa parte da investigação das ações de um coletivo já consolidado no âmbito brasileiro, tanto como ator social ativista, quanto como objeto e sujeito de pesquisa. Contudo, tendo em vista as pesquisas anteriormente realizadas, saliento que meu estudo visa olhar para as imagens derivadas de uma produção ainda não abordada nas pesquisas recentes, ou seja, as imagens do “Circuito Eleições 2022”. Nos trabalhos supracitados, os escopos tenderam a ser delineados a partir de as ações desenvolvidas pelo coletivo, com pouco foco nas visualidades em si, salvo a pesquisa de Fernanda Assis, que explora de forma mais atenta, através do midiativismo, produções do coletivo entre os anos de 2018 e 2021 (Assis, 2022). Apesar de trabalhar com peças gráficas advindas da mobilização de um coletivo já estudado, procuro compreendê-las a partir do que elas possibilitaram, construíram e tensionaram no contexto em que estavam inseridas.

Ainda, a partir da revisão bibliográfica realizada, pude verificar nas pesquisas identificadas como o conceito de ativismo atrelado ao design tem sido desenvolvido em pesquisas muito recentes, não compreendendo um tempo maior do que 10 anos. Também, a própria nomenclatura para essa área do design se coloca como algo ainda em discussão em nosso contexto brasileiro, diferentemente das pesquisas que ocorrem

⁶ Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Estadual Paulista.

⁷ Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

⁸ Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade de Brasília.

⁹ Destaco em especial os artigos: Queiroz, André Vieira; Boas, André Villas; "Design visual, hegemonia e ativismo", p. 681-696. In: **Anais do Colóquio Internacional de Design 2020**. São Paulo: Blucher, 2020; JUNIOR, José Carlos Magro; MOURA, Mônica; HENRIQUES, Fernanda. Design ativista em quarentena: uma perspectiva brasileira. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 2, p. 131-146, 2021; ASSIS, Fernanda. Design ativista e as narrativas de resistência: um percurso entre causas, algoritmos e efeitos. In: **Simpósio Internacional História do Tempo Presente**, IV, 2021, Florianópolis. Anais [...]. Florianópolis: UDESC, 2021; e SILVA, Tarcisio Torres. Image alternatives to the attention economy: Design and activism in Brazil. **DATJournal Design Art and Technology**, São Paulo, v. 6, n. 4, p. 156-172, 2021.

no exterior, que tendem a utilizar o termo “*design activism*” (Prado, 2021). Também, o número de pesquisas na disciplina do design que discutem, tensionam e refletem sobre táticas e artefatos oriundos do design ativismo é algo que não está saturado, estando em paralelo com outras áreas do conhecimento.

Dessa forma, compreendo que há uma visível, e necessária, variação das concepções sobre os termos, usos e perspectivas de abordagem nas relações entre design e ativismo. Por encontrar-se ainda em consolidação no cenário brasileiro, o tema “design ativismo” segue com pesquisas em desenvolvimento dentro da própria disciplina do design, no que tange o desenvolvimento de Teses e Dissertações da área (Magro Junior, 2022; Batista, 2023; Albuquerque, 2018; Santana, 2019). Nesse sentido, esta pesquisa procura contribuir para o desenvolvimento dentro deste campo de estudos, além de ampliar o escopo de discussões da área. Como aponta Magro Junior (2022), devido a contemporaneidade do tema, há-se a necessidade de investigar o desdobramento de práticas ativistas em design e quais discussões serão geradas na disciplina a partir disso.

Compreendo também que este estudo colabora para a historiografia do design gráfico no cenário nacional e latino-americano, bem como para os estudos do design em contextos de movimentos sociais e políticos nas mídias digitais, local que pode ser entendido como “um espaço comunitário de discussão de ideias e ações para a sociedade.” (Magro Jr, 2022, p. 179). Ainda, entendo que há uma contribuição substancial à prática do design gráfico, principalmente no que diz respeito a uma prática humanista e emancipatória do design, algo que Bonsiepe (2006) já afirmou sua necessidade, ainda que modesta, de “fomentar uma consciência crítica” da(o) designer para que se enfrente “o desequilíbrio enorme entre os centros de poder e as pessoas submetidas a esses poderes, [...]” (Bonsiepe, 2006, p. 30).

A partir dessas perspectivas, entendo que esta pesquisa possui relevância para a linha de pesquisa em Teoria e História do Design do PPGDesign UFPR, e para a disciplina do Design, uma vez que busco também investigar, tensionar e discutir como essa concepção ativista de se pensar e fazer design opera (ou não) na construção de artefatos, ações e concepções de sociedades mais democráticas.

De modo a alcançar tais contribuições, lancei mão da pesquisa com documentos imagéticos e textuais, que compreendem imagens, publicações, briefings, mensagens e

manifestos. Logo, adotei para a pesquisa procedimentos que visam a exploração (Gil, 2008) do tema e objeto investigados, através de uma pesquisa qualitativa (Creswell, 2014) e de base documental (Flick, 2008; Cellard, 2014). O percurso metodológico da pesquisa foi estruturado a partir de três etapas, realizadas de forma paralela em algumas fases no decorrer do estudo. A figura 1 abaixo demonstra, de forma geral, o desenvolvimento da pesquisa e suas etapas, bem como sua relação com os objetivos específicos anteriormente apresentados.

VISÃO GERAL DO DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

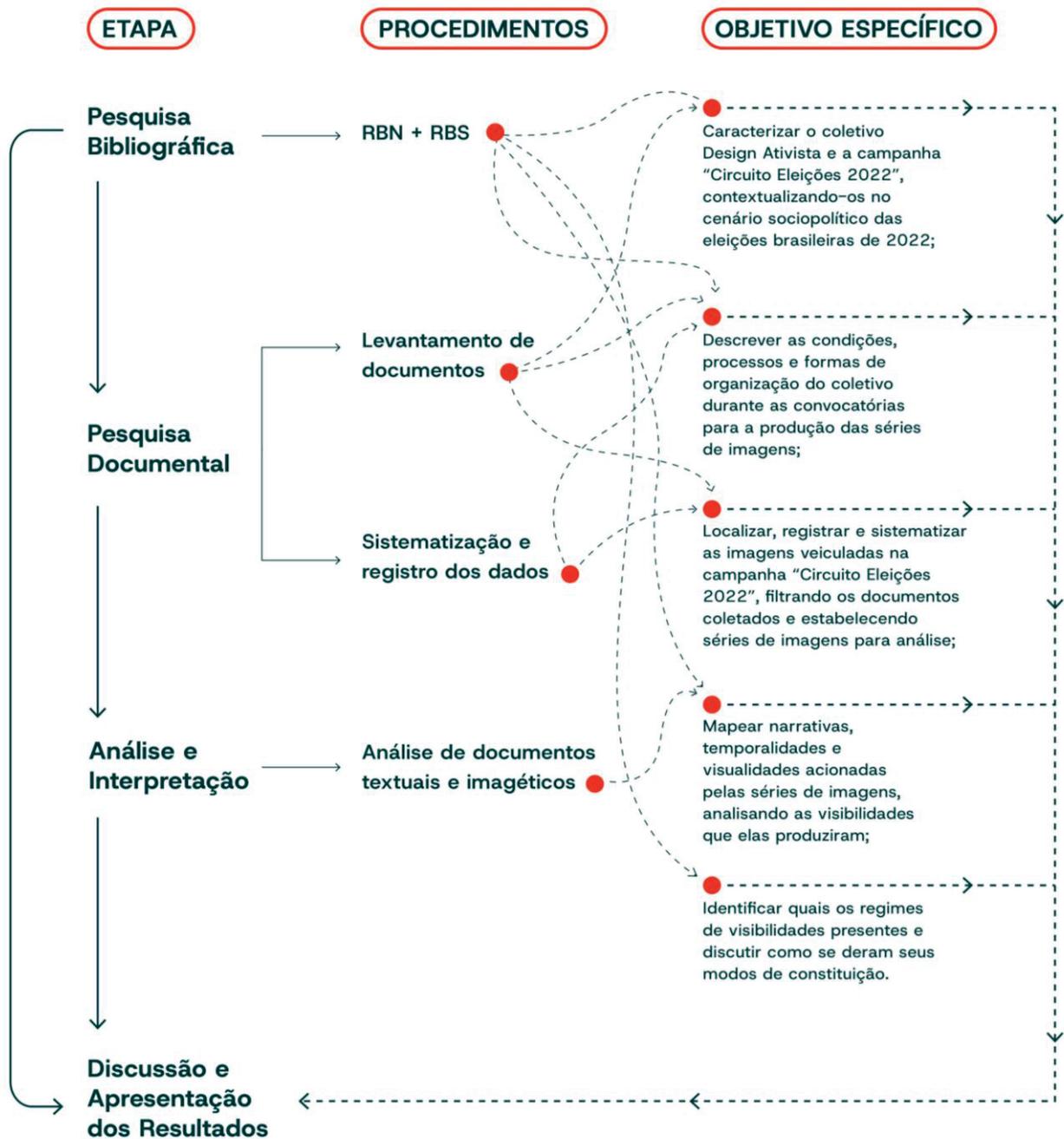


Figura 1: RGS - Visão Geral do Desenvolvimento da Pesquisa. **Fonte:** O autor (2025).

Inicialmente, realizei uma revisão bibliográfica narrativa, como forma de aproximar-me do tema e identificação de temas-chaves. Posteriormente, adotei procedimentos sistemáticos de busca de pesquisas sobre design e ativismo, explorando potencias de pesquisa, além de contribuições teóricas e metodológicas. A pesquisa documental, etapa seguinte, foi realizada visando gerar os dados necessários para

análise, envolvendo o processo de levantamento de documentos e sistematização e registro desses materiais.

Na pesquisa documental, acessei plataformas do coletivo Design Ativista, como o Instagram, o site da campanha “Circuito Eleições 2022”, o Telegram, o Google Drive e o site “Design Contra Bolsonaro”. Defini critérios para a coleta dos documentos e organizei os dados através de ferramentas de catalogação e registro. A última etapa do percurso metodológico compreendeu a análise dos materiais coletados, combinando dois procedimentos, a pré-análise e um exame posterior mais aprofundado de exemplos selecionados, a partir do uso de ferramentas como roteiros e a codificação temática. Os resultados da análise foram interpretados e discutidos com base em referenciais advindos das disciplinas do Design, Filosofia, História da Arte, Comunicação e Ciências Políticas.

Posto isto, a presente dissertação está dividida em cinco capítulos. O primeiro compreende esta introdução, onde expus a contextualização do tema, bem como as perguntas, objetivos, adesões teóricas, justificativa e visão geral do desenvolvimento da pesquisa. O segundo capítulo, “Caminhos da pesquisa”, compreende a apresentação do percurso metodológico do estudo, as etapas e procedimentos adotados na pesquisa bibliográfica e documental, bem como a estruturação da análise dos documentos aqui abordados.

No terceiro capítulo, intitulado: “O Circuito Eleições 2022 e o Design Ativista: contextualizações”, procuro realizar uma caracterização geral da campanha e do coletivo, inserindo-os no contexto das Eleições de 2022. Primeiramente, traço uma certa genealogia do coletivo, caracterizando-o a partir dos eventos que suscitaram em seu surgimento e atuação. Por conseguinte, procuro evidenciar quais acontecimentos estavam em curso naquele período, e como as movimentações do coletivo eram articuladas nesse cenário, de modo a abordar as principais convocatórias realizadas. Ademais, analiso e discuto algumas táticas utilizadas na produção e disseminação das imagens da campanha, aproximando-as de táticas ativistas no design (Thorpe, 2012) no ambiente virtual (Beiguelman, 2021).

“Entre imagens, design e ativismo: disputas e temporalidades na constituição do visível”, penúltimo capítulo desta dissertação, é onde apresento as análises das três séries de imagens que compõem a pesquisa, “Contagem Regressiva”, “Design Contra

Bolsonaro” e “Seu Slogan do Governo Lula”. Ainda, abordo uma breve análise da imagem divulgada em 30 de outubro de 2022, quando Lula venceu o pleito à presidência. Em meio a tais apresentações, abordo e discuto aspectos específicos de cada série, quais temporalidades e visualidades são acessadas pelas imagens, e quais narrativas estão presentes em cada série. Tomando cada série como heterogênea, articulo um diálogo com referenciais de áreas diversas além do Design, de modo a contemplar aspectos específicos que as três séries de imagens evocam. Ao final das exposições, realizo uma síntese dos regimes de visibilidade identificados e dos seus modos de constituição abordados a partir das séries de imagens analisadas.

No último capítulo, apresento as considerações finais da pesquisa, retomando as problemáticas apresentadas e tecendo comentários sobre contribuições, limitações e possíveis desdobramentos decorrentes do estudo que aqui apresento.

2 CAMINHOS DA PESQUISA: MÉTODO

No presente capítulo, tenho por objetivo expor como se deu a estruturação e realização da pesquisa. Para isso, abordo a caracterização da pesquisa, além de explicitar o percurso traçado para atingir os objetivos anteriormente apresentados.

No que concerne a abordagem da pesquisa, entendo-a como de natureza qualitativa, tendo em vista que, assim como aponta Creswell (2014) em diálogo com Denzin e Lincoln (2011), ao desenvolver um estudo qualitativo sobre o meu objeto, as séries de imagens do coletivo Design Ativista, busco compreendê-lo a partir de seu contexto natural, tentando entender ou interpretar os acontecimentos em termos dos significados que as pessoas atribuem a elas (Creswell, 2014, p. 49). Além disso, compreendo também minha própria subjetividade na pesquisa, uma vez que as reflexões e formas de condução da pesquisa situam-se através do contexto social, político e cultural em que estou inserido (Creswell, 2014), informando diretamente as escolhas e processos desenvolvidos.

Quanto aos objetivos, consiste em uma pesquisa exploratória (Gil, 2008), uma vez que procuro aprofundar conceitos e desenvolver entendimentos a respeito do tema estudado. Dentre os tipos de pesquisa, a pesquisa exploratória é a que apresenta menor rigidez no planejamento, comumente envolvendo pesquisas bibliográficas e documentais (Gil, 2008). Em razão do processo de consolidação que a pesquisa sobre design ativismo se encontra na disciplina de Design, o caráter exploratório do estudo intenciona formular também "problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores." (Gil, 2008, p. 27). Em relação ao método, consiste em uma pesquisa de base documental (Flick, 2014), uma vez que trabalho com fontes documentais que funcionam "como dispositivos comunicativos metodologicamente desenvolvidos na construção de versões sobre eventos." (Flick, 2008, p. 234).

O percurso do método da pesquisa foi delineado a partir de 3 etapas: *pesquisa bibliográfica*, *pesquisa documental* e *análise e interpretação dos dados*. Na figura abaixo (figura 2) apresento como se deu o percurso metodológico da pesquisa.



Figura 2: Representação Gráfica do Percurso Metodológico. **Fonte:** O autor (2025).

Na imagem acima, apresento as etapas realizadas, bem como seus processos internos de constituição, e as ferramentas utilizadas em cada uma das etapas. Julgo

importante salientar que as três etapas do estudo ocorreram, em determinados momentos, de modo simultâneo. Logo, a pesquisa se desenvolveu pouco a pouco, na medida em que avançava nas análises de imagens e seus documentos adjacentes. Dessa forma, as etapas que apresento a seguir, por mais lineares que se mostrem no presente documento, foram atravessadas umas pelas outras conforme seu andamento.

2.1 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Inicialmente, procurando me aproximar do tema de pesquisa, realizei uma revisão bibliográfica de caráter exploratória, com o objetivo de mapear possíveis temáticas e palavras-chave relevantes. Esse mapeamento orientou a realização de uma Revisão Bibliográfica Narrativa (RBN), voltada para identificar possíveis lacunas na literatura. Para tanto, utilizei como bases de dados as plataformas: Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, Catálogo de Teses e Dissertações CAPES, Google Acadêmico, Portal de Periódicos da CAPES, bem como as plataformas internacionais Web of Science e Scopus. Esse procedimento possibilitou uma maior delimitação do tema de pesquisa, contribuiu para o contato com perspectivas teórico-conceituais relevantes e permitiu a formulação do problema de pesquisa (Gil, 2008).

Em paralelo a este processo, a confrontação com o objeto de estudo e as discussões em disciplinas como a de Seminário de Qualificação do PPGDesign UFPR, ministrada pelo Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa, me levaram a uma compreensão maior dos conceitos que atravessavam as imagens do Circuito Eleições 2022. Nesse sentido, ao compreender essas imagens como um artefato de uma produção ativista no design, inscritos em um contexto político evidente, aproximei-me de pesquisas não somente da disciplina do Design, além de outras áreas como a Filosofia, a História e História da Arte.

Esta etapa também compreendeu outras experiências, discussões e atividades que ocorrem no Programa de Pós-Graduação em Design da UFPR, a partir das disciplinas realizadas no programa e externamente¹⁰, e o desenvolvimento de pesquisas no grupo de

¹⁰ Entre os meses de junho e setembro de 2022 cursei a disciplina Imagem e Tecnologia no Programa de Pós-Graduação em Tecnologia e Sociedade da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A disciplina

pesquisa “Teoria, História e Crítica do Design e Atividades Projetuais” (UFPR), no qual estou vinculado. Outras indicações de obras ocorreram durante as orientações e discussões com a Dra. Gheysa Prado. Essas leituras serviram de base para a construção de um pensamento mais conciso sobre as relações que as imagens estabeleciam com o design, bem como o potencial político (ou não) delas tensionarem e produzirem (outras) estruturas sociais.

Saliento que o desenvolvimento da pesquisa bibliográfica foi contínuo, sendo ampliado durante a fase de análise dos dados. Ao analisar as imagens e observar determinados acionamentos calcados em discursos como o Lulismo e o Bolsonarismo, procurei realizar constantes revisões acerca do tema, de forma que pudesse me aprofundar nas análises dessas imagens. O mesmo processo ocorreu em relação a tentativa de contextualizar as imagens, a campanha e o coletivo. Por estar trabalhando com um recorte temporal recente, senti dificuldades em acessar pesquisas científicas e acadêmicas que tratassem das Eleições de 2022 e seus desdobramentos. Dessa forma, evidenciando a interdisciplinariedade da pesquisa, acessei trabalhos realizados por pesquisadoras e pesquisadores das áreas da Comunicação e da Ciência Política, recorrendo ainda a matérias de jornais e revistas sobre o contexto das Eleições de 2022.

Em suma, a realização da pesquisa bibliográfica partiu de uma visão macro e micro do objeto de pesquisa. Assim, iniciei com a compreensão sobre os conceitos de “imagem”, “design ativismo” e “política” e, posteriormente, aproximei-me de outros referenciais e produções que tratassem especificamente sobre “eleições 2022”, “lulismo” e “bolsonarismo”. Essas perspectivas e adesões encontram-se explicitadas na introdução desta dissertação, além de estarem incorporadas às análises nos capítulos 3 e 4. Na seção a seguir, detalho como se deu a pesquisa documental.

2.2 PESQUISA DOCUMENTAL EM ARQUIVOS ONLINE

Entendo a partir de Flick que os documentos não são apenas “uma representação dos fatos ou da realidade” (Flick, 2008, p. 232-234), mas comportam-se como meios de comunicação, produtos de uma versão específica de realidades

em questão foi ministrada pelas (os) docentes: Prof^a Dra. Marinês Ribeiro dos Santos, Prof^a Dra Luciana Martha Silveira, Prof^a Dra. Ana Claudia Camila Veiga de França e Prof. Dr. Kando Fukushima.

construídas para fins estabelecidos (Idem). Assim, de modo a atingir os objetivos a e c, realizei uma pesquisa documental de caráter qualitativo nas redes do coletivo Design Ativista, a saber: Instagram, Sites, Google Drive e Telegram. Nesta etapa da pesquisa, me atentei ao pensamento que Flick (2008) desenvolve sobre a pesquisa documental qualitativa em plataformas online, entendendo este local como algo mutável e de estrutura complexa, que necessita de uma adaptação dos instrumentos de coleta de dados usuais e atenção às formas de arquivamento e acesso. Dessa forma, compreendo as plataformas online às quais obtive acesso como grandes arquivos de documentação, servindo de fonte para a realização desta pesquisa.

O processo de acesso, coleta e manejo dos materiais presentes nos arquivos foi fundamentado pelas proposições de John Creswell (2014), que compreende o processo de coleta como um círculo de atividades interrelacionadas, que consistem muitos mais do que somente pensar nos tipos de dados e os procedimentos para reuni-los. Logo, este processo diz respeito às etapas de escolha do local, obtenção de acesso, a coleta dos dados, as ferramentas de registro e armazenamento dos documentos e a solução de possíveis problemas éticos que possam surgir (Creswell, 2014, p. 116). Nesse sentido, julgo importante apontar que tais procedimentos foram realizados muitas vezes em paralelo, onde uma ou mais etapas eram feitas e refeitas, conforme o seu andamento. Além disso, pontuo que alguns dos procedimentos da pesquisa foram realizados ainda no ano de 2022, tendo em vista a efemeridade de disponibilidade das plataformas online, o que poderia acarretar a perda de acesso a alguns documentos.

Ademais, compreendo a partir do que Cellard (2014) propõe sobre metodologia e análise documental, que a maior variedade de documentos possibilita uma análise e interpretação mais rica do que se pretende responder com a pesquisa. Sendo assim, para a construção desta pesquisa, levei em conta a coleta não somente das imagens que constituem o objeto de estudo, mas também de materiais adjacentes como manifestos, publicações, mensagens e briefings que foram lançados pelo coletivo durante o recorte da pesquisa.

O primeiro contato com os arquivos da pesquisa se deu ainda no ano de 2022, ano das eleições presidenciais e da campanha “Circuito Eleições 2022”, momento em que monitorei as produções e postagens do coletivo Design Ativista pela rede Social Instagram (figura 3). Cabe destacar que, nesse contexto, estava realizando o processo

seletivo para a entrada no mestrado, não estando ainda vinculado ao PPGDesign da UFPR. Porém, segui acompanhando a atuação do coletivo em meio ao contexto das eleições, registrando materiais que pudessem colaborar para os estudos futuros.

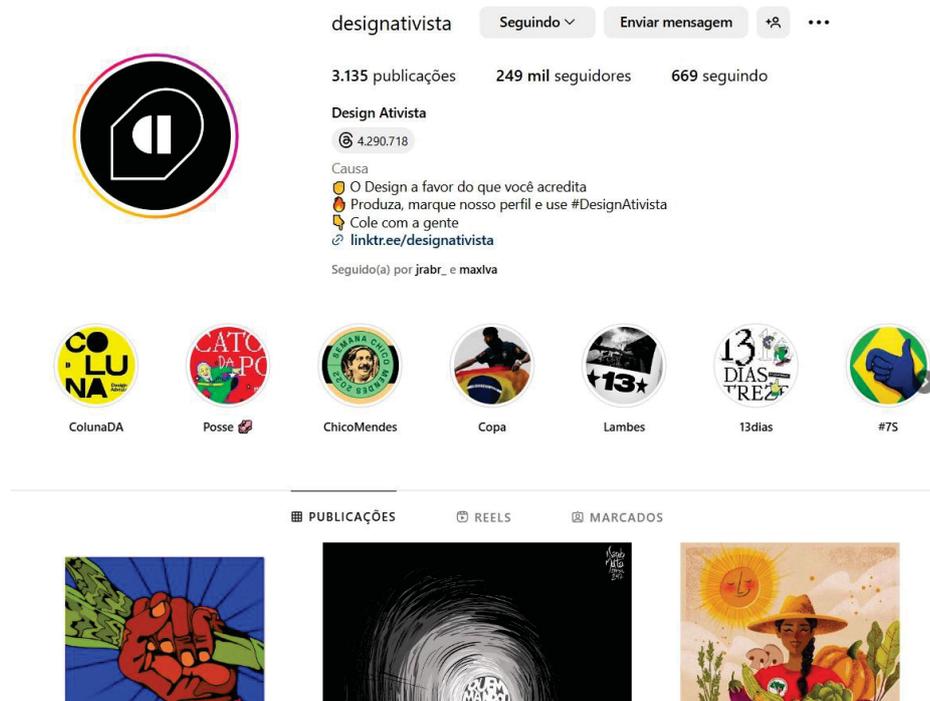


Figura 3: Perfil do Instagram do Coletivo Design Ativista. **Fonte:** Instagram (2024).

A partir dessa exploração inicial, pude perceber algumas das formas de organização do coletivo, as dinâmicas de postagens e como se davam as convocatórias para a produção das peças gráficas que foram veiculadas. Assim, acessei também o site da campanha “Circuito Eleições 2022” (figura 4), local onde foi veiculado o manifesto da campanha (figura 5), além das instruções de como ela funcionaria. No que se refere ao acesso a este arquivo e ao momento da realização da pesquisa (ano de 2024), saliento que o site da campanha não se encontra mais no ar, o que impede seu acesso por outras pessoas. Devido a isso, durante o ano de 2022 no qual monitorei as produções do coletivo, fiz o registro do site por meio de uma captura de tela da página como forma de registro do material.



Figura 4: Site da campanha “Circuito Eleições 2022”. Fonte: coletivo Design Ativista (2022).

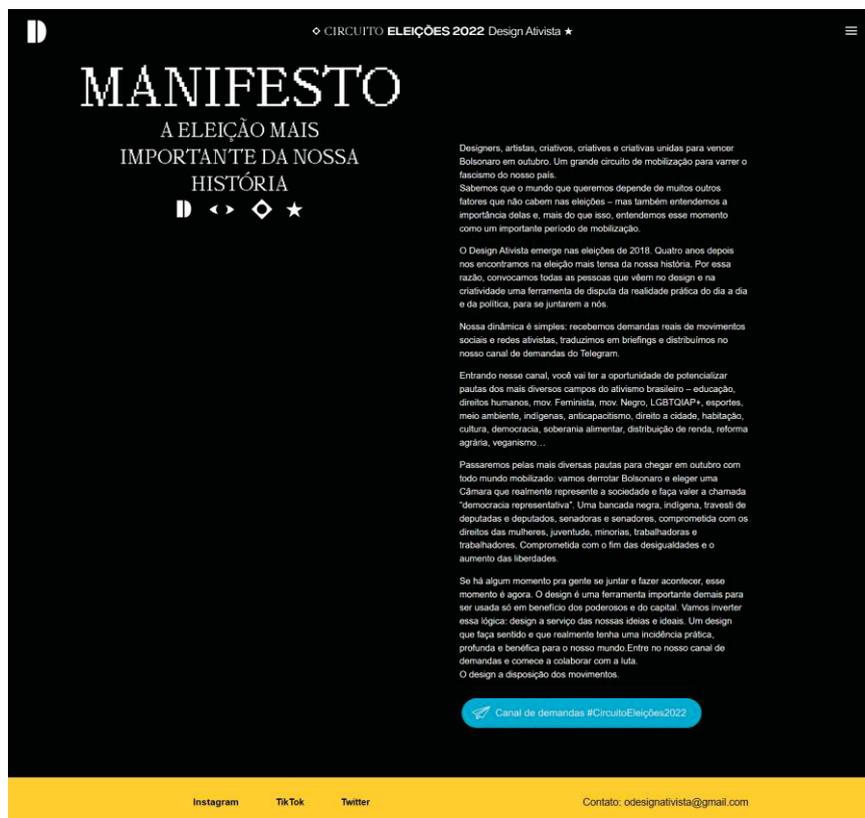


Figura 5: Manifesto da campanha “Circuito Eleições 2022”. Fonte: coletivo Design Ativista (2022).

Meu contato com o site da campanha me possibilitou entender melhor o funcionamento das chamadas para a produção das peças e por qual meio as

organizadoras (es) do coletivo Design Ativista convocavam designers e artistas para confeccionarem as peças gráficas da campanha. Os direcionamentos presentes no site indicavam para um canal de demandas no aplicativo de mensagens Telegram, onde os briefings e orientações para a confecção das imagens eram passados para os participantes. Dessa forma, ainda no ano de 2022, realizei a inscrição para participar do grupo de demandas, obtendo acesso a este outro arquivo, onde se dava a divulgação dos briefings e a estruturação dos ciclos de produção da campanha.

No decorrer do período de realização do “Circuito Eleições 2022”, o coletivo continuou a realizar articulações e chamamentos para a produção em massa de peças gráficas. Após o resultado do primeiro turno das eleições presidenciais, onde os candidatos Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro foram os mais votados e disputariam a presidência no segundo turno, o coletivo lançou a convocatória “Design Contra Bolsonaro”. Através dela, procuraram mobilizar designers e artistas para uma grande produção contra a reeleição do então presidente da época, Jair Bolsonaro, e em apoio à candidatura de Lula. Assim, acessei o então site da convocatória (figura 6), bem como sua galeria (figura 7), que contava com todas as peças produzidas para essa convocatória, organizadas em forma de um manifesto visual.



Figura 6: Site da chamada “Design Contra Bolsonaro”. **Fonte:** coletivo Design Ativista (2022).



Figura 7: Galeria do Site “Design Contra Bolsonaro”. **Fonte:** coletivo Design Ativista (2022).

Além desses caminhos, entre o perfil no Instagram e os sites, o coletivo também disponibilizou uma pasta na plataforma Google Drive (figura 8), convergindo para este local as produções realizadas, em uma tentativa de disponibilizar o acesso público às peças gráficas da campanha. A partir desse arquivo, pude acessar todas as imagens que foram produzidas para a campanha, tanto aquelas que foram veiculadas pelo coletivo em seu perfil do Instagram, quanto as que não foram. Por consequência, obtive uma dimensão do volume de produção dos participantes da campanha, o que abriu possibilidades para definir critérios mais específicos para seleção e construção do objeto de pesquisa.



Figura 8: Pasta do Drive da campanha “Circuito Eleições 2022”. **Fonte:** Google Drive (2024).

Desse modo, para o desenvolvimento da dissertação foram selecionadas 5 plataformas online para coleta dos dados da pesquisa, sendo elas: os sites “Circuito Eleições 2022”¹¹ e “Design Contra Bolsonaro”¹², a rede social Instagram do coletivo Design Ativista¹³, a pasta pública do Google Drive com as produções gráficas¹⁴, e por fim, o canal de demandas do CE22 no aplicativo Telegram¹⁵.

A partir deste contato com os arquivos da pesquisa, procurei formular critérios para a coleta de materiais que pudessem ser selecionados e analisados para responder as problemáticas de pesquisa expostas anteriormente. Para isto, realizei a exploração de cada um dos arquivos, procurando observar padrões e modos de funcionamento deles, compreendendo quais dinâmicas estavam inscritas ali. Além disso, o volume de documentos imagéticos contidos nesses locais foi um fator determinante, tendo em vista o tempo de duração e as limitações da pesquisa em um mestrado. Dessa forma, pude observar a presença de duas tipologias de documentos presentes em tais arquivos: textuais e imagéticos. Tais documentos foram acessados e pré-avaliados, e compreendiam uma coletânea de imagens, manifestos, briefings de produção, mensagens e publicações do CE22.

A observação e avaliação desses materiais permitiu-me formular critérios de seleção mais rigorosos para delimitar a pesquisa, tendo em vista o grande número de peças gráficas com que estava lidando. Neste processo, o andamento da campanha “Circuito Eleições 2022” também foi considerado, já que ela teve articulações diferentes nos três momentos do período eleitoral: o primeiro turno, o segundo turno e o momento após o resultado eleitoral.

Tendo em vista essas considerações, os critérios de seleção para a coleta dos documentos foram divididos seguindo os três momentos citados anteriormente. De forma geral, estabeleci como critérios principais a necessidade de as imagens terem sido veiculadas no Instagram do coletivo, além de se referirem a Lula ou a Bolsonaro. De

¹¹ Disponível em: <https://circuitoeleicoes2022.com.br>. (site desativado)

¹² Disponível em: <https://designcontrabolsonaro.org/>. (site fora do ar)

¹³ Disponível em: <https://www.instagram.com/designativista/>.

¹⁴ Disponível em: <https://drive.google.com/drive/folders/1W-SgY4Jm6KLYuwBUewUHQGeidCSYsuoG?usp=sharing>.

¹⁵ Disponível em: <https://web.telegram.org/>.

modo a delimitar o volume da coleta, procurei trabalhar com convocatórias específicas de cada momento das eleições. Assim, no que diz respeito a Lula, considerei as convocatórias que fossem relativas a uma contagem regressiva para ambos os turnos das eleições, bem como a convocatória “Seu Slogan do Governo Lula” realizada após o resultado das eleições. Em relação a Bolsonaro, tive como norte a convocatória “Design Contra Bolsonaro”, ocorrida entre o primeiro e o segundo turno das eleições.

Importante mencionar também que, tendo em vista a definição do critério de veiculação da imagem no perfil do coletivo, somente as imagens do Instagram foram selecionadas, mesmo que houvesse mais imagens nas pastas do Google Drive e galeria do site referentes às convocatórias estudadas. No quadro abaixo (quadro 1), sintetizo os dados coletados, e sua relação com os arquivos de pesquisa acessados.

RELAÇÃO ARQUIVOS-DADOS		
Arquivo	Material	Quantidade
Instagram	Imagens	170
Instagram	Briefings/Publicações	11
Site “Circuito Eleições 2022”	Manifesto	1
Site “Design Contra Bolsonaro”	Manifesto	1
Telegram	Briefings/Mensagens	20
Google Drive	-	-

Quadro 1: Relação entre arquivos e materiais coletados **Fonte:** O autor (2025).

Isto posto, os documentos imagéticos e textuais que obtive acesso e foram coletados compreendem: as imagens veiculadas pelo coletivo e produzidas pelas (os) designers e artistas que participaram da campanha; publicações e mensagens que foram divulgados pelo coletivo no Instagram e em seu canal do Telegram, que correspondiam a lançamentos, informações e briefings de convocatórias; e os manifestos que foram escritos e publicados pelo Design Ativista em seu perfil do Instagram e nos sites específicos da campanha. Vale comentar que a coleta de tais documentos deu origem a uma planilha de catalogação de dados, o que permitia uma filtragem destes por categorias como data, convocatória e tipologia de documento (Apêndice E). Posteriormente à essa etapa, realizei uma triagem dos documentos coletados, considerando o amplo volume de material disponível. Assim, procurei

selecionar materiais que contribuíssem para construir uma contextualização da campanha e do coletivo, bem como a montagem das três séries de imagens para análise (“Contagem Regressiva”, “Design Contra Bolsonaro”, e “Seu Slogan do Governo Lula”).

De modo a registrar as informações relativas a estes documentos selecionados na triagem, utilizei uma adaptação dos protocolos para registro de documentos (quadro 2) oriundos das teses de doutoramento das pesquisadoras Cláudia Zacar (2018) e Caroline Muller (2021). Através desse protocolo, procurei anotar detalhes e informações presentes nesses documentos, e que seriam utilizadas para as análises mais aprofundadas em um segundo momento.

FICHA DE REGISTRO DE DOCUMENTOS	
Classificação/Descrição - ARQXXX	
Título do documento	<i>Nome atribuído ao documento</i>
Categoria	<i>Tipo de documento (manifesto, briefing, imagem etc.)</i>
Formato do documento	<i>Formato de divulgação</i>
Autoria	<i>Autoria do documento</i>
Data da Publicação	<i>Dia, mês e ano que foi publicado (se possível)</i>
Local da Publicação	<i>Suporte onde foi divulgado</i>
Link da Publicação	<i>Link da postagem (para publicação no Instagram)</i>
Texto de Apoio	<i>Texto que acompanha o documento (legenda, por exemplo)</i>
Convocatória	<i>A qual convocatória do coletivo o documento faz parte</i>
Palavras-chave	<i>Palavras-chave que resumem o documento</i>
Resumo/Observações	<i>Síntese das informações de registro do documento, e observações feitas durante o registro</i>
Data do Registro	<i>Dia, mês e ano que foi registrado pela pesquisadora (o)</i>
Forma de Registro	<i>Fotografia/digitalização/captura via internet</i>
Autoria do Registro	<i>Nome da pesquisadora (o)</i>
Documento	
<i>imagem, manifesto, briefing etc.</i>	

Quadro 2: Protocolo de Registro de Documentos. **Fonte:** Adaptado de Zacar (2018) e Muller (2021).

A partir do protocolo acima, além de agrupar as informações já compiladas através da planilha de organização dos documentos, procurei também anotar informações pertinentes a respeito do material registrado. Dessa forma, a ficha de

registro de documentos serviu como uma forma de armazenar informações úteis para a análise e que poderiam ser acessadas facilmente, como uma descrição do que é o documento, observações feitas a respeito dele, a legenda ou texto que o acompanha, além de também o documento em si, em formato de imagem.

Ainda em relação ao registro dos documentos no protocolo apresentado, julgo importante ressaltar que o uso dessa ferramenta visava fazer a sistematização dos documentos selecionados que seriam utilizados na pesquisa, frutos da triagem comentada anteriormente. Dessa forma, a sistematização dos dados contribuiu para o processo de análise de exemplos específicos das séries de imagens, que detalharei na seção seguinte.

2.3 DAS FORMAS DE OLHAR OS DOCUMENTOS: A ANÁLISE DE DADOS

De acordo com Creswell (2014), em diálogo com Huberman e Miles (1994), a análise dos dados consiste em um processo feito sob medida, revisado e coreografado. Compreendo a partir do autor que o processo de análise, mesmo tendo etapas advindas de um referencial teórico-metodológico pré-existente, deve se adaptar ao problema de pesquisa investigado, sendo delineado a partir do objeto e o que se pergunta a ele. Também, entendo o processo de análise como algo paralelo à coleta dos dados, sendo realizada não somente após, mas também enquanto os dados da pesquisa foram coletados e tratados, uma vez que, assim como apontado por Creswell (2014), esses processos em um estudo qualitativo tendem a ser interrelacionados.

Flick (2008) argumenta que os documentos, enquanto uma versão específica da realidade, são sempre produzidos por alguém ou uma instituição que os produz “visando a algum objetivo (prático) e a algum tipo de uso (o que também inclui a definição sobre a quem está destinado o acesso a esses dados).” (Flick, 2008, p. 232). Dessarte, compreendendo a necessidade de situar as imagens com que trabalho no contexto em que foram produzidas, tomando-as como documentos que estão sempre em relação com outros documentos, de modo que possam ser situados e caracterizados no cenário sociopolítico e histórico ao qual pertencem. Logo, como forma de compreender melhor tais imagens e atingir os dois primeiros objetivos específicos anteriormente

estabelecidos¹⁶, analisei também documentos de natureza textual, como mensagens, publicações, briefings e manifestos.

Dessa forma, foram compreendidas 4 etapas de análise: análise preliminar, análise de documentos imagéticos, análise de documentos textuais e interpretação dos resultados. A imagem abaixo (figura 9) sintetiza o processo de análise realizado.

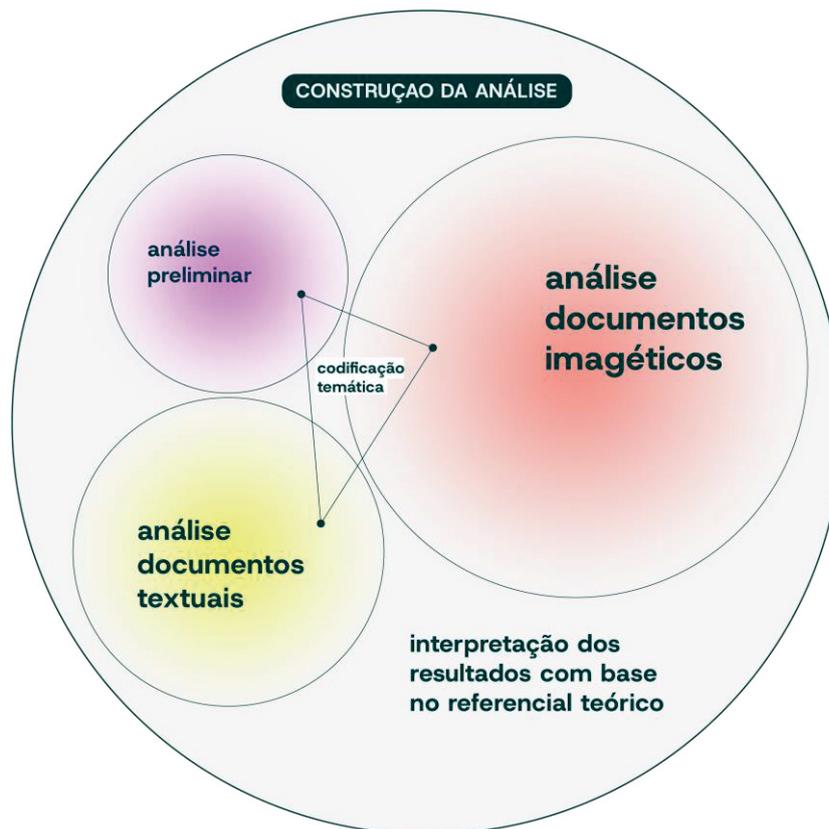


Figura 9: Processo de análise dos dados. **Fonte:** o autor (2025).

André Cellard (2014) argumenta que antes de uma análise aprofundada, o pesquisador deve avaliar com um olhar crítico a documentação que se pretende analisar, sendo esse o primeiro passo de análise (Cellard, 2014). O autor elenca cinco procedimentos para tal processo: contexto, autoria, autenticidade, natureza do texto e conceitos-chave e lógica interna do texto¹⁷. Para os fins desta pesquisa, tais

¹⁶ a. Caracterizar o coletivo Design Ativista e a campanha “Circuito Eleições 2022”, contextualizando-os no cenário sociopolítico das eleições brasileiras de 2022;

b. Descrever as condições, processos e formas de organização do coletivo durante as convocatórias para a produção das séries de imagens.

¹⁷ O autor define tais procedimentos da seguinte forma: o contexto, momento em que o pesquisador se ocupa de entender as dinâmicas históricas, culturais e políticas do período no qual o documento foi

procedimentos serviram como um direcionamento no processo de análise preliminar dos documentos da pesquisa. Assim, neste momento inicial, próximo da etapa de leituras e lembretes indicada por Creswell (2014)¹⁸, procurei observar e ler os documentos com que estava trabalhando, de modo a verificar recorrências, estruturas de funcionamento, códigos preliminares, e possíveis associações com o contexto em que estavam inseridos.

Em paralelo a esta análise preliminar dos materiais, realizei a codificação temática de cada um dos documentos analisados. O processo de codificação temática refere-se ao “procedimento que visa identificar relações entre um mesmo assunto abordado em diferentes suportes da pesquisa” (Grabowski, 2020), que neste caso, correspondem a cada dos documentos (imagéticos e textuais) que compõem o corpus de análise. Tal procedimento foi empreendido não somente nesta etapa inicial, mas também na análise aprofundada de documentos imagéticos e textuais. Assim, o processo de codificação temática atravessava todas as etapas de análise, possibilitando-me compreender como eram trabalhados os elementos acionados por tais documentos. Para esta pesquisa, foram elencados 9 temas, a saber: “eleições 2022”; “lula”; “bolsonaro”; “design”; “designers”; “democracia”; “imagens”; “movimentos ou pautas sociais”; e “disputa”. Um exemplo da relação entre os documentos e seus respectivos códigos pode ser visualizada no Apêndice D.

No que tange a análise das imagens, tomei como proposição metodológica para a análise das imagens os passos traçados por Kando Fukushima (2019) em sua tese de doutoramento. Dessa forma, procurei realizar a análise das séries de imagens desta pesquisa em dois momentos, partindo primeiro de uma análise geral da coletânea de imagens, que visava elencar exemplos específicos para a montagem das séries finais, posteriormente uma análise mais aprofundada das imagens oriundas do primeiro

produzido; os autores, onde busca-se por informações a respeito de quem produziu este documento, suas intencionalidades e a quem se dirige; a autenticidade, que diz respeito à confiabilidade do documento e dos relatos que estão expostos ali; natureza do texto, onde procura-se entender sua estruturação e como isso influencia interpretação; e por fim, conceitos-chave e lógica interna do texto, onde procura-se identificar as ideias principais contidas no documento e sua lógica de funcionamento. (Cellard, 2014).

¹⁸ O autor compreende a etapa de Leitura e Lembretes como um processo onde busca-se uma compreensão geral do corpus de pesquisa. Esta fase corresponde ao quarto passo de sua espiral de análise de dados: 1. Organização dos Dados; 2. Leitura e Lembretes; 3. Descrição, Classificação e Interpretação; e 4. Representação dos Dados (Creswell, 2014, p. 149).

processo. Para a seleção das imagens em primeiro nível tive como passo inicial a leitura geral da coletânea de imagens, procurando observar nas peças características próximas e distintas uma das outras. Esse primeiro olhar e análise foi baseado nos direcionamentos de análise de imagens elaborados por Martine Joly (2007).

Afiliada à uma abordagem semiótica, Martine Joly (2007) parte dos estudos desenvolvidos por Roland Barthes e Charles Sanders Peirce para desenhar uma metodologia de análise da imagem, ou mensagem visual. A autora elenca três tipos de mensagem, que a partir dos signos presentes em cada uma delas, realizam um processo de produção de sentido, seriam elas: mensagem linguística, mensagem icônica e mensagem plástica. Logo, este procedimento procurou ter como roteiro a identificação de características plásticas, linguísticas e icônicas nas imagens. Ao utilizar as proposições da autora, procurei não somente identificar tais elementos nas imagens, mas também perceber quais sentidos esses elementos produziam nas imagens e através delas.

Esse processo foi empreendido em cada uma das séries através da realização de uma experimentação de aproximação das imagens. Neste ponto, afiliei-me ao pensamento de Mauad (1996) a respeito da intertextualidade das imagens, entendendo a necessidade de colocar essas imagens em diálogo para uma melhor interpretação. Dessa forma, o mapeamento de elementos plásticos, icônicos e linguísticos (Joly, 2007) levou a montagem de quadros de imagens, que eram remontados a cada nova possível combinação entre os artefatos. Na imagem abaixo (figura 10), apresento uma das aproximações realizadas, correspondente ao processo de montagem da série “Design Contra Bolsonaro”. Neste exemplo, procurei realizar agrupamentos de imagens que tivessem signos icônicos próximos, apesar de suas diferenças plásticas. Assim, pude reunir imagens que versavam sobre a mesma temática, permitindo-me verificar quais narrativas se destacavam nesta coletânea.

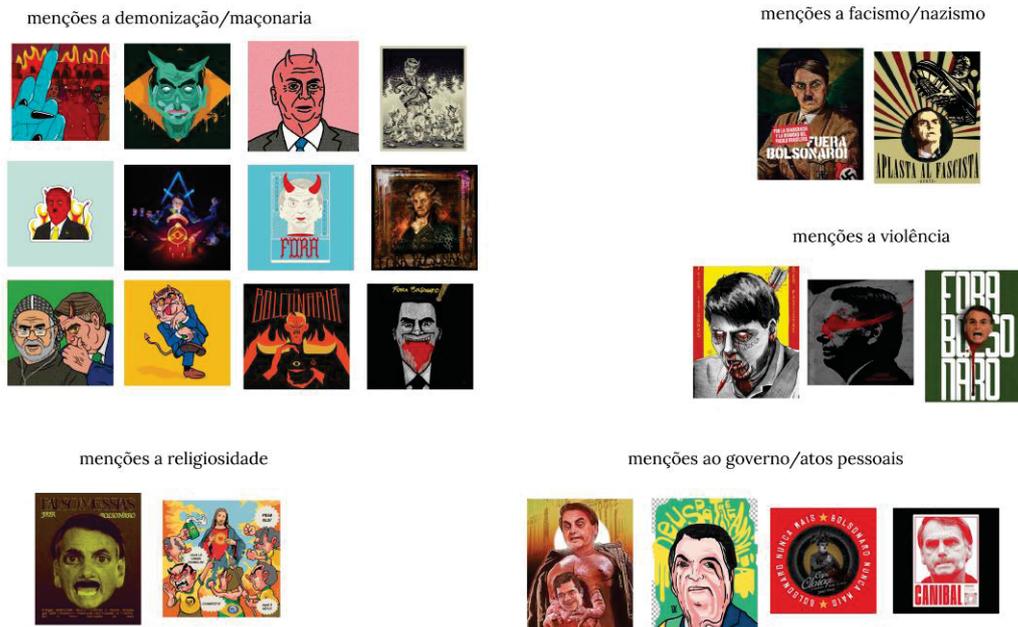


Figura 10: Aproximação de imagens da série "Design Contra Bolsonaro". **Fonte:** o autor (2025).

O primeiro momento das análises, apesar de possuir uma natureza mais exploratória e flexível, pode ser sistematizado da seguinte forma:

1. agrupamento de todas as imagens da respectiva série;
2. mapeamento e análise de elementos plásticos, icônicos e linguísticos;
3. agrupamento de imagens com características semelhantes e montagem dos quadros de imagens;
4. visualização dos quadros de imagens e escolha de exemplos específicos;
5. e montagem das séries finais.

A partir desse processo, pude visualizar nos diferentes agrupamentos semelhanças e diferenças, proporcionando uma compreensão inicial mais acurada dessas imagens. Por fim, o resultado obtido proporcionou a criação das séries de imagens com exemplos específicos para uma análise mais aprofundada. No quadro abaixo (quadro 3), sintetizo o processo de composição das séries, expondo o volume de imagens pertencentes às coletâneas e as imagens presentes nas séries analisadas nesta dissertação.

RELAÇÃO MONTAGEM DAS SÉRIES		
Coletânea/Série	Imagens Coletadas	Imagens escolhidas
Contagem Regressiva	110	6
Design Contra Bolsonaro	23	6
Seu Slogan do Governo Lula	37	4 pares (8 imagens)

Quadro 3: Relação de dados para composição das séries **Fonte:** O autor (2025).

Para a realização do segundo procedimento de análise, tomei como orientação metodológica a adaptação de um roteiro prévio de análise de imagens oriundo da tese de doutoramento da pesquisadora Cláudia Zacar (2018). Além disso, apoiei-me nos direcionamentos teórico-metodológico de outras autoras/es, levando em conta também as características e especificidades dessas imagens. Zacar (2018, p. 39) vincula-se às perspectivas dos Estudos Culturais em sua pesquisa, onde a imagem é compreendida em relação ao seu contexto cultural, práticas sociais e relações de poder em que estão inseridas. Assim, dialogando com os estudos desenvolvidos por Gillian Rose (2007), a autora argumenta que não há análises “certas ou erradas”, logo, tal procedimento revela um olhar particular sobre o que se observa nos materiais.

Apresento e detalho o referido roteiro (quadro 4) a seguir, demonstrando um exemplo de sua aplicação na imagem “Lula nos braços do povo” (figura 11), de autoria de Katira, pertencente à série “Contagem Regressiva”.

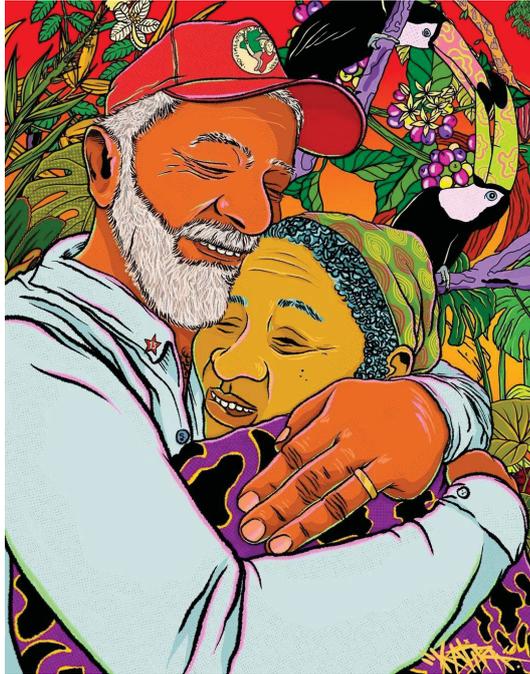


Figura 11: Lula nos braços do povo. Fonte: Katira (@ilustra.kat) (2022).

ROTEIRO PARA ANÁLISE DE IMAGENS	
INFORMAÇÕES GERAIS DA IMAGEM - ARQXXX	
Autoria / Ano de Veiculação	Autoria de Katira (@ilustra.kat) - Divulgada no dia 29 de outubro 2022
Tamanho e Formato da Imagem	Publicada em carrossel ¹⁹ - formato vertical - 1080 x 1350
Suporte	Instagram Design Ativista (@designativista) https://www.instagram.com/p/CkUS5M3LjVd/?img_index=9
Série da Imagem	Contagem Regressiva
Complemento	<p>É LULA 2022 🇧🇷🇺🇲</p> <p>@luzmariana_ @figa.ilustra @juliasoresinidesign @bimoura @Ilustra_Dani @taisndr @juvomero @guiff_designer @ilustra.kat @sabrink_</p> <p>🌟 BAIXE AGORA</p> <p>Quer espalhar artes pró Lula e anti-Bolsonaro? Acesse as artes produzidas para o Circuito Eleições 2022 clicando no nosso link da bio!</p> <p>#DesignAtivista #Vote13 #Lula #LulaPresidente13 #VaidarPT #Eleicoes2022 #EleicoesBrasil #Ilustração #Ativismo #DesignGrafico #Lula13 #BrasilFelizDeNovo #DesenhosPorLula #EquipeLula #BrasilDaEsperanca #OAmorVaiVencerOOdio #LulaSim #EleNão #ForaBolsonaro #CircuitoEleicoes2022</p>

¹⁹ O termo carrossel corresponde a um formato de postagem utilizada na rede social Instagram em que várias imagens são publicadas de forma conjunta, uma na sequência da outra, como um álbum.

DESCRIÇÃO	
Técnica empregada	<i>Ilustração</i>
Elementos Plásticos: enquadramento, camadas ou planos, hierarquia	<i>Sentido - Vertical Direção - Centro (ou esquerda para direita) Há uma composição de dois planos na imagem, onde no primeiro plano podemos perceber duas personagens se abraçando, uma delas sendo Lula, ao fundo uma composição de elementos (certa brasilidade?).</i>
Elementos Plásticos: cores, texturas, formas e volumes	<i>Há uma ampla gama de cores utilizadas, mas podem ser identificados tons mais quentes, como vermelho, amarelo, laranja... Além de alguns tons que geram um contraste de forma complementar, como o azul por exemplo. Há também o uso do preto e do branco. Há diversas estampas na imagem, sendo utilizadas na roupa da senhora, no bico dos tucanos. Há também o uso de retículas na imagem, como uma espécie de efeito de sombra.</i>
Elementos Icônicos: objetos e pessoas	<i>Podem ser elencados alguns elementos icônicos: Lula - referência ao candidato - ao mesmo tempo que parece criar uma ideia de carinho, cuidado, por conta de seu semblante ao abraçar a senhora. Senhora - moça de idade mais avançada, aparentemente, com bandana na cabeça, parece ser de origem mais humilde por conta da associação com o boné do MST do Lula (e por conta da imagem que deu origem a essa ilustração) Tucanos - animais - brasilidade Estrela - No colarinho de Lula, faz referência ao seu partido (PT) Boné MST - Referência ao movimento sem-terra reforma agrária, minorias, populismo conexão com o povo mais simples Flora (café, palmeiras...) - referência à natureza brasileira</i>
Elementos Linguísticos	<i>Assinatura de autoria no canto inferior direito</i>
Tema	<i>Cultura popular - MST/Reforma Agrária cuidado - brasilidade</i>

Quadro 4: Roteiro de Análise de Imagens - Descrição. **Fonte:** O autor (2025), adaptado de Zacar (2018).

Para a composição do roteiro, adotei inicialmente o uso de uma espécie de cabeçalho, onde utilizo algumas das informações oriundas do protocolo de registro de documentos, de forma a facilitar o acesso a informações básicas da imagem no momento da análise. Após isso, tomo por base o roteiro de Descrição elaborado pela pesquisadora Cláudia Zacar (2018), afiliando-me a outras referências, como Martine Joly (2007), Ana Maria Mauad (1996), Kando Fukushima (2019) e Ellen Lupton e Jennifer Phillips (2006). Nesse sentido, o estabelecimento de uma perspectiva histórico-semiótica da imagem se faz presente, uma vez que, como argumenta Mauad, tal abordagem permite interpretar a imagem “como resultado de um trabalho social de produção de sentido, pautado sobre códigos convencionalizados culturalmente.” (Mauad, 1996, p. 7). O que se aproxima da concepção de regimes de visibilidade que tangencia esta pesquisa (Conde, 2017; Mateus, 2014), uma vez que esses códigos se encontram dentro de um recorte espacial e temporal que os produz e regula, na medida

em que operam como parte condições de possibilidade para que algo ou alguém seja (ou não) visto e reconhecido como tal em uma dinâmica social historicamente situada.

Essa primeira parte do roteiro compreende a descrição detalhada dos elementos que compõem a imagem, entendendo a partir de Zacar (2018), em diálogo com Gervereuau (2004), “que descrever é já compreender”. Nesta primeira parte, segui alguns dos direcionamentos feitos por Zacar, apoiando-se na pesquisa de Mauad (1996), no que diz respeito à características gerais e de conteúdo da imagem, como enquadramento, cores, formas, pessoas, objetos e atributos. Contudo, ao construir o roteiro em paralelo ao processo de análise prévia das imagens, senti a necessidade de acionar outras referências que me possibilitassem lidar com as características gráficas das imagens com que trabalho²⁰.

Nesse sentido, utilizei os direcionamentos das análises dos cartazes de contestação no espaço urbano feitos por Fukushima (2019), e das concepções sobre elementos do Design Gráfico de Ellen Lupton e Jennifer Phillips (2016). Assim, características próprias das imagens, como tipografia, camadas, texturas e escala, puderam ser consideradas na construção do roteiro e realização das análises. A partir dele, pude realizar uma descrição detalhada das imagens e suas características, levando em consideração aspectos singulares em cada uma delas, uma vez que um elemento ou outro pudesse se destacar ou não estar presente na análise. A intenção aqui, residia na possibilidade de compreender não somente aspectos compositivos das imagens, mas também quais sentidos e visibilidades eles construía. Assim, ao descrever cada uma das imagens, pude visualizar quais discursos se materializavam através delas e quais elementos contextuais e visuais eram acionados.

Entendo a partir de Zacar (2018) a necessidade de se confrontar o material empírico com que trabalho e os referenciais teórico-metodológicos que fundamentam a pesquisa. Sendo assim, foi a partir dessa chave de pensamento que a segunda etapa de análise foi delineada. Com base na descrição das peças e na visualização de seus acionamentos, a segunda etapa do processo de análise estava relacionada ao conjunto

²⁰ Vale ressaltar que, em ambas as pesquisas das pesquisadoras citadas, o roteiro de análise de imagens é focado na análise de fotografias. Dessa forma, a adaptação do roteiro para análise de peças gráficas foi necessária para dar conta dos elementos contidos nestes materiais.

de artefatos e às relações que se estabelecem nas e a partir das imagens. O quadro abaixo (quadro 5) demonstra o roteiro adaptado para esta fase, preenchido conforme a análise da imagem anteriormente citada (figura 11), bem como sua relação com a série de sua origem, a série “Contagem Regressiva”.

ROTEIRO PARA ANÁLISE DE IMAGENS	
RELAÇÃO INTERNA	
Imagem x Texto escrito	<i>Complemento - quando postas em relação parece que Lula, vencendo as eleições, irá cuidar das minorias</i>
Imagem x Processos de Design (Briefing)	<i>Produzida a partir de convocatórias de apoio a Lula durante os dias anteriores ao segundo turno das Eleições de 2022. Ampla território - nível nacional – mobilização coletiva Peça de comunicação – teor de propaganda</i>
Imagem x Série	<p>Possíveis discursos: <i>lulismo (esperança e conciliação); disputa nas eleições entre amor x ódio (Lula vs Bolsonaro); fascismo x democracia (Bolsonaro enquanto ameaça e Lula enquanto herói); cultura popular; minorias (Trabalhadoras/es, MST)</i></p> <p>Significado preferencial: <i>Tentativa de mostrar Lula como um herói, como alguém que está combatendo o mal (Bolsonaro). As imagens constroem uma visibilidade de Lula enquanto um político da esquerda, protetor do povo e das minorias, bem como seu representante. Ao mesmo tempo, num jogo de mostrar e não mostrar, essas imagens instituem uma disputa direta com o discurso bolsonarista, o construindo como um fascista e detentor de ódio contra o povo.</i></p>
RELAÇÃO EXTERNA	
Imagem x Contexto	<i>Período que antecedeu o segundo turno das Eleições de 2022. Propagandas de Lula e Bolsonaro que, ao mesmo tempo que evidenciavam feitos realizados pelos candidatos, veiculavam ataques diretos ao adversário. Dia 29 de outubro – véspera do segundo turno, onde o coletivo teria que angariar os últimos votos em favor de Lula.</i>
Imagem ou Série x Outras Temporalidades/Contextos	<i>Questões agrárias no governo Lula, bem como nos outros governos, como de Bolsonaro, tendo em vista a relação da imagem com seu contexto (governo Bolsonaro).</i>

Quadro 5: Roteiro de Análise de Imagens - Relação **Fonte:** O autor (2025), adaptado de Zacar (2018).

O roteiro presente no quadro acima deriva da fase de “Relação”, presente no roteiro desenvolvido por Zacar (2018), citado anteriormente. Essa etapa, de acordo com a autora, objetiva construir possíveis significados para os artefatos analisados e seu conteúdo. Em complementação a essa adaptação, utilizei também um roteiro de análise de imagens (Apêndice A) desenvolvido durante o segundo trimestre do meu primeiro ano

de mestrado em coautoria com minha orientadora, Prof.^a Dra. Gheysa Prado²¹. Tal ferramenta foi construída e publicada em um artigo, intitulado “Imagens do Dissenso: proposições teórico-metodológicas para um modelo analítico de imagens ativistas”, publicado em 2024 na Revista AREA (Agenda de Reflexión en Arquitectura, Diseño y Urbanismo)²².

Desse modo, a etapa “Relação” foi estruturada em duas fases, uma relativa às relações internas das imagens, e outra às relações com aspectos externos a elas. Logo, explicito que tal fase buscou, como apresenta Mauad (1996), compreender a imagem enquanto uma mensagem que é processada através do tempo, “cujas unidades constituintes são culturais, mas assumem funções sígnicas diferenciadas, de acordo tanto com o contexto no qual a mensagem é veiculada, quanto com o local que ocupam no interior da própria mensagem.” (Ibidem, p. 7). Dessa forma, ao visualizar determinados acionamentos nas imagens, busquei relacioná-los com acontecimentos do período, discursos circulantes e outros contextos que as imagens acionavam.

A *fase interna* compreende inicialmente a relação estabelecida entre a imagem e seu texto de apoio, neste caso, a legenda da publicação no Instagram onde a imagem foi veiculada, onde procurei identificar contrapontos ou complementações entre elas. Saliento que tal procedimento teve menos peso nas análises, tendo em vista que quase todos as legendas buscavam fixar o significado da imagem.

Segundamente, relatei a imagem com processos de design e ativismo. Por meio da comparação com informações oriundas dos briefings de produção, busquei visualizar como o design codificava essas imagens, de modo a desvelar os possíveis funcionamentos internos, técnicas de construção e táticas utilizadas. Esta fase é pautada pelo pensamento de Thorpe (2011), onde a autora argumenta que pensar

²¹ Saliento que, o roteiro desenvolvido inicialmente para o referido artigo se deu na etapa inicial do desenvolvimento da pesquisa, onde ainda estava explorando alguns autores, conceitos e metodologia, e a pergunta de pesquisa girava em torno das representações construídas por aquelas imagens, em uma filiação aos Estudos Culturais. Contudo, no decorrer da pesquisa, ao ter contato com outras perspectivas de análise de imagens e abordagens teórico-metodológicas e ao estar imerso nos dados, novas direções foram sendo tomadas, modificando a abordagem e a pergunta de pesquisa. Dessa forma, o roteiro antes construído precisou ser revisto, sendo readaptado para os fins do presente estudo. Tal ferramenta desenvolvida encontra-se no Apêndice A deste documento.

²² O artigo em questão pode ser acessado em: https://area.fadu.uba.ar/area-3001/ronsoni_prado3001/. Acesso em: 26 dez. 2024.

categorias e táticas de ação dentro dos estudos em design ativismo permite um maior rigor na pesquisa a respeito do tema, possibilitando também que os designers possam ter ferramentas conceituais para suas ações. Longe de um pragmatismo que tente encaixar tais imagens a uma categoria de “estética ou tática ativista”, procuro pensar nos direcionamentos sobre ações ativistas que Thorpe (2011) propõe como uma possibilidade. Ou seja, um direcionamento na forma de analisar como essas imagens estão utilizando processos de design (e até de design ativismo) para construir regimes de visibilidade.

A última fase da análise das relações internas se concentrou nas relações entre a imagem e a série de imagens. Ao pensar nas conexões que se estabelecem aqui, tenho por guia a análise sincrônica e diacrônica realizada por Zacar (2018). Assim, tensiono a imagem não somente em relação a série que ela pertence (sincrônica), mas também na relação que ela possui com todas as imagens das séries (diacrônica). Procurei compreender como essas imagens se comportavam em conjunto, quais articulações e discursos se davam entre elas, quais as corroborações e disputas, e como isso modulava minha interpretação sobre a imagem.

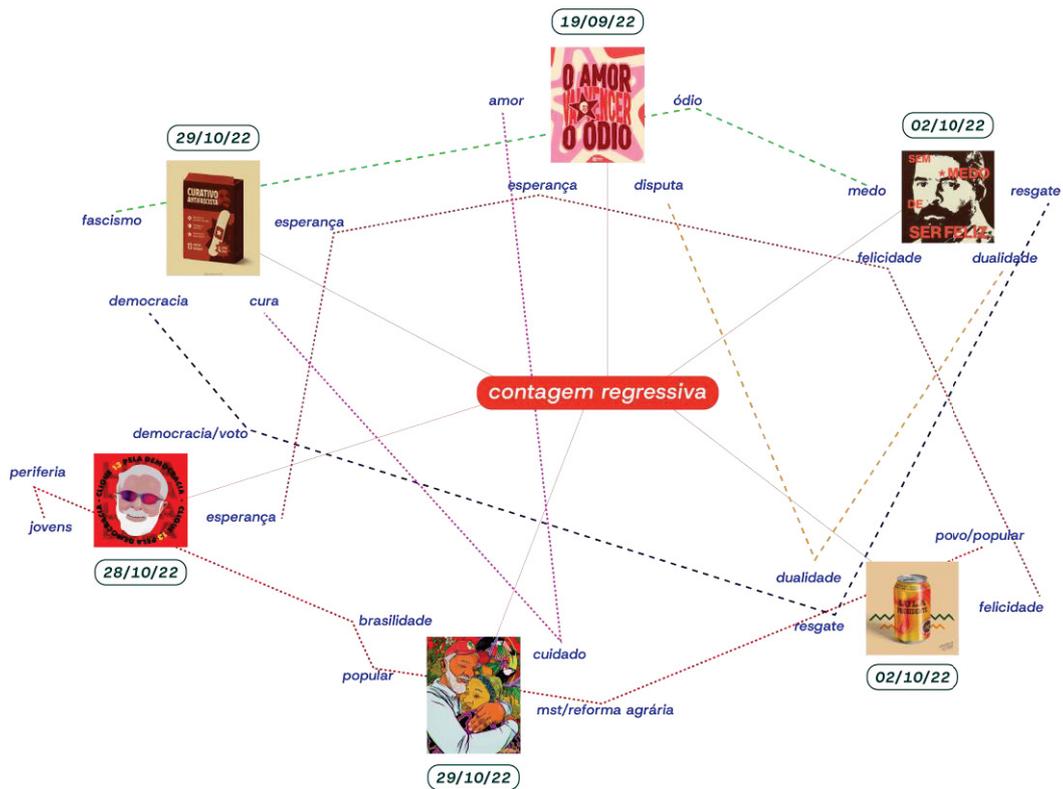


Figura 12: Análise de relações entre as imagens. **Fonte:** o autor (2025).

Na imagem acima (figura 12), apresento como foi realizado a análise das relações entre as imagens que compõem a série “Contagem Regressiva”. A partir de códigos estabelecidas no processo de descrição das imagens, procurei traçar linhas que conectassem essas imagens, de modo a ver quais ligações estavam presentes entre uma e outra. Tal construção em permitiu visualizar como essas imagens acionavam narrativas recorrentes através de múltiplos elementos, o que me possibilitou compreender como e quais discursos elas veiculavam. Tal procedimento foi realizado em cada uma das séries, me possibilitando visualizar as relações de concordância e tensionamento, de modo a compreender como cada série funcionava e quais elementos eram acionados para construírem certos regimes do visível. Logo, o esboço desenhado compreendia uma materialização do procedimento de análise de relações entre as imagens de cada série.

A segunda fase da etapa de relação corresponde a *análise externa* da imagem. Começo aqui pela relação da imagem com seu contexto de produção e veiculação, pautado pelas recomendações de Gervereau (2004), em que a compreensão do contexto

de imagem se dá não somente pelos acontecimentos sociais, políticos e culturais em que ela se insere, mas também pelas condições de sua produção, seus autores e sua circulação. Observo aqui algumas conexões entre a visão do autor com as proposições de Cellard (2014) na análise documental, uma vez que informações relativas a estas perspectivas em torno do contexto da imagem também foram observadas no momento da pré-análise. Em resumo, através do estabelecimento dessa relação de análise, procurei visualizar por um lado como o contexto está imbricado na imagem, como ele a informa, que cenários e visibilidades estão situados nela, e por outro como a imagem exprime esse contexto, que visões de mundo ela possui e constrói.

É através desse pensamento, sobre o contexto das imagens, que as produzem e que elas carregam, que sou atravessado pelo pensamento de Fuchs (2022), em diálogo com Didi-Huberman (2015), sobre a própria constituição da temporalidade das imagens, uma vez que as imagens “estão rodeadas de memórias. Imagens que tem uma vida, inclusive, mais longa do que a humana. Tem mais memória, mais passados e mais futuros. Tempos que embaralham a organização linear temporal.” (Fuchs, 2022, p. 22). Ao confrontar essas imagens, tanto durante o processo de coleta, quanto de análise preliminar, fui capaz de observar por conta de sua natureza compositiva, o uso de elementos que atravessavam o tecido temporal do contexto de sua produção e veiculação. É o caso de imagens nas quais foram utilizadas outras imagens para serem construídas, seja em forma de ilustração ou colagem. Entendo que, no meu percurso de construir a pesquisa e de procurar responder as problemáticas deste estudo, necessitei também entender que outras temporalidades essas imagens acionam por meio de sua composição.

Dessa forma, afilio-me ao pensamento das autoras/es citadas/os acima, para pensar a última unidade da seção de relações externas do roteiro de análise. Na qual, procurei compreender e relacionar a imagem ou a série de imagem a outras possíveis temporalidades, guiando-me pelos elementos que a compõem e que podem se referenciar a outros contextos e visibilidades. Assim, ao examinar de forma mais minuciosa essas peças, recorri a outros contextos e visibilidades para compreender como as imagens presentes nestas séries modulam um conjunto de condições que possibilitam determinada visibilidade.

Dessa forma, assinalo que os componentes descritos em ambas as partes (descrição e relação) do roteiro acima serviram como um direcionamento das análises, e dependendo da imagem, um ou outro elemento do artefato poderia se sobressair e ser analisado com maior profundidade, já que as peças gráficas possuem diversas estratégias visuais e estilos. Ainda, pontuo que tais relações (interna e externa), ora se deram de forma individualizada, onde procurava relacionar cada imagem com outros elementos, ora de forma conjunta, momento em que a série era compreendida em sua totalidade em relação a seu contexto e processos de design, por exemplo. Para tanto, lancei mão do uso de notícias dos períodos consultados, além de pesquisas interdisciplinares que pudessem contribuir para as análises, como exposto anteriormente na seção “Pesquisa Bibliográfica” deste capítulo.

Adicionalmente, com base nos direcionamentos que Flick (2008) explicita e nas proposições metodológicas de Cellard (2014), desenvolvi um roteiro para análise de documentos textuais, visando olhar mais atentamente para estes documentos, de modo a desvelar seus detalhes, objetivos e estruturas de funcionamento. Esta ferramenta serviu como um roteiro no processo de análise de tais suportes, de forma a abarcar uma análise minuciosa do documento em si. O roteiro utilizado encontra-se no Apêndice C.

O roteiro foi estruturado em três partes. A primeira parte, assim como no roteiro de análise de imagens, funciona como uma espécie de cabeçalho onde são registradas informações técnicas sobre o documento, oriundas do protocolo de registro de documentos citado anteriormente. Por meio desta seção, pude sintetizar as informações já obtidas a respeito do documento, como uma forma de facilitar o acesso a elas durante o processo de análise.

A segunda parte corresponde à análise do documento enquanto artefato. A análise foi estruturada a partir de perguntas que guiassem a uma compreensão mais ampla de quem o produziu, as intencionalidades institucionais ou pessoais de sua produção, além de entender seu contexto de produção e veiculação. Já na última seção, procurei analisar as estruturas internas da peça, a partir do seu conteúdo. Utilizo novamente algumas questões para pensar do que se trata o documento, as intencionalidades de sua estrutura, como ele constrói uma visão de mundo a respeito dos fatos narrados, o que fica de fora dele, quais suas disputas, e que repertório é necessário para entendê-lo. Todas as fases se interseccionam com as proposições de

Cellard (2014) citadas anteriormente, ao mesmo tempo que procuravam esquadrihar o documento, produzindo uma análise mais aprofundada.

Procurei através deste roteiro obter informações que permitissem compreender melhor as intenções e condições de produção e circulação das imagens, além de saber como foi estruturada a campanha “Circuito Eleições 2022”. Assim, busquei questionar com quais objetivos esses documentos foram produzidos, quais narrativas e discursos eles construíram ou corroboraram, a quem eles se dirigiam, quais as disputas que se estabeleciam e o que isso revela a respeito dos sujeitos que produziram e veicularam esses materiais.

Por fim, assim como Cellard (2014) expõe, entendo que o processo de análise e interpretação dos dados não procura formular verdades absolutas sobre o objeto. Logo, o resultado dos processos de análise descritos acima compreende apenas uma versão dos acontecimentos destas séries de imagens, orientada pelas escolhas metodológicas e teóricas que realizei ao longo da pesquisa. Por fim, tendo realizado a exposição dos procedimentos metodológicos adotados para a construção da pesquisa, apresento no capítulo a seguir uma contextualização do “Circuito Eleições 2022” e do coletivo Design Ativista, caracterizando-os no contexto das Eleições de 2022.

3 O CIRCUITO ELEIÇÕES 2022 E O DESIGN ATIVISTA: CONTEXTUALIZAÇÕES

No presente capítulo realizo a contextualização da campanha “Circuito Eleições 2022”, bem como a caracterização do coletivo Design Ativista, abordando as ações desenvolvidas pelo mesmo durante o contexto das Eleições de 2022. A partir disso, procuro expor como tais ações podem ser compreendidas como táticas ativistas de design (Thorpe, 2012; Batista 2022; Fuad-Luke, 2009) no contexto das redes sociais (Beiguelman, 2021), discutindo a circulação e disseminação de imagens como uma estratégia de disputa de narrativas em contextos políticos. Para tanto, utilizo aqui materiais veiculados por meio das redes sociais, como as publicações sobre as convocatórias, informações presentes em sites da campanha e no canal de demandas do “Circuito Eleições 2022” no Telegram, além de estudos sobre design, redes sociais e política realizados por outras/os pesquisadoras/es.

3.1 A CAMPANHA, O COLETIVO E AS ELEIÇÕES DE 2022

Antes de tratar como se deu a organização do CE22 e suas características, julgo necessário tratar primeiramente de uma breve contextualização do coletivo Design Ativista, responsável por organizar e mobilizar designers, artistas e criativas/os para esta campanha. O Design Ativista surgiu em 2018 como um projeto idealizado pela Mídia Ninja²³ e IdeaFixa²⁴, com o objetivo “atuar nos mais diversos campos do ativismo brasileiro, apoiando redes ativistas e movimentos sociais – educação, direitos humanos, mov. Feminista, mov. Negro, LGBTQIAP+, meio ambiente, indígenas e cultura

²³ A Mídia NINJA é um veículo de jornalismo independente, fundado em 2013, ano também onde ganhou notoriedade durante as Jornadas de Junho de 2013, tendo feito a cobertura jornalística de dentro das manifestações (Mídia NINJA, 2024; Magro Junior, 2022). Em seu site, o grupo explicita uma busca por “novas formas de produção e distribuição de informação a partir da tecnologia e de uma lógica colaborativa de trabalho. Entendemos a comunicação democrática como um direito humano e defendemos o interesse público, a diversidade cultural e o direito à informação, visibilizando pautas de comunicação, causas identitárias, cultura, meio ambiente, juventude e outras que dialogam com os desafios do século XXI.” (Mídia NINJA, 2024)

²⁴ O IdeaFixa foi uma revista online de curadoria de projetos de artistas visuais e designers fundada em 2006 por Janara Lopes, designer e publicitária natural do estado de Goiás (Andrade, 2015). Segundo Janara: “A proposta era democratizar as artes visuais e mostrar trabalhos que a gente admirava, de artistas desconhecidos do grande público” (Janara, 2015).

[...].” (Design Ativista, 2022a). Seu surgimento teve como pano de fundo a situação política no país após o impeachment da presidenta Dilma Roussef no ano de 2016, e a gestão com alto grau de reprovação de Michel Temer²⁵, que acumulava uma rejeição de 82% após a greve dos caminhoneiros em maio de 2018²⁶. Soma-se a isso a conjuntura das eleições gerais para cargos federais e estaduais de 2018 em que, entre os nomes que disputavam o cargo de presidenta/e da República estavam Fernando Haddad (PT), Guilherme Boulos (PSOL), Marina Silva (REDE), Ciro Gomes (PDT) e Jair Messias Bolsonaro (PSL)²⁷.

Nesse cenário, integrantes da Mídia Ninja e IdeaFixa organizaram uma primeira reunião, intitulada “Design Ativista Pra Quem Não Aguenta Mais”. Conforme apresenta Martins (2022), o evento se deu em 13 de junho de 2018 em São Paulo na Casa IdeaFixa, onde as discussões pautavam “manifestações pelo desejo de formação de um grupo de atuação política através do design, discussão sobre próximos passos; elaboração de uma tática para as eleições daquele ano, além de um marcante componente moral [...]” (Martins, F., 2022, p. 48). Uma pequena parte da reunião foi gravada e disponibilizada na página do Facebook da Mídia Ninja²⁸. Uma segunda reunião foi realizada no dia 26 de junho do mesmo ano, com um número maior de pessoas, também em São Paulo, no espaço cultural Casa da Baixa Augusta (Martins, F., 2022). Contudo, um dos maiores encontros se deu na Escola Britânica de Artes Criativas (EBAC) em São Paulo, no dia 07 de agosto de 2018. A ocasião teve a presença de Elaine Ramos, sócia e cofundadora da UBU Editora, Janara Lopes, fundadora da revista IdeaFixa, Pedro Inoue, designer na revista AdBusters, o designer Marcelo Roncatti, e Rafael Vilela, fotógrafo e jornalista e um dos fundadores da Mídia Ninja (Assis, 2022).

²⁵ Michel Temer ocupou o cargo de presidente da república após o golpe que retirou Dilma Roussef da presidência, da qual o político era vice-presidente. Os dois anos de seu governo compreenderam 31 de agosto de 2016 a 01 de janeiro de 2019 (Arquivo Nacional, 2022).

²⁶ A greve tinha por reivindicações a diminuição do preço do óleo diesel e fixação de uma tabela mínima para os valores de frete. A paralisação durou 10 dias, o que gerou impactos no fornecimento de combustíveis, alimentos e insumos médicos (BBC News, 2018).

²⁷ Ao todo foram 13 candidaturas à presidência. Os demais nomes incluíam Vera (PSTU), Alvaro Dias (PODE), Cabo Daciolo (PATRI), Eymael (DC), Geraldo Alckmin (PSDB), Henrique Meirelles (MDB) e João Amoêdo (NOVO), João Goulart Filho (PPL). (Candidatos, [s.d.]

²⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/MidiaNINJA/videos/1172859986205478>. Acesso em: 21 nov. 2024.

Esses acontecimentos são significativos por evidenciarem o recorte social no qual o coletivo está inserido e atua, aspecto que abordarei brevemente. Observo que a localidade onde tais eventos ocorreram, como a sede da EBAC em São Paulo (SP), indica, em um primeiro momento, uma movimentação próxima a áreas centrais de um grande conglomerado urbano. No entanto, também sugere um contexto social que pode ser interpretado como elitista, ainda que as abordagens e conexões do coletivo com setores periféricos e populares sejam evidentes. Esse recorte reflete, de maneira geral, as pautas e abordagens do grupo, demonstrando também a posição sociopolítica que ocupam. Ao mesmo tempo, simboliza a importância de se ter comunidades engajadas em diversas frentes de atuação, uma vez que o ativismo precisa ocorrer em múltiplos setores para que mudanças significativas sejam pensadas e implementadas.

Em meio a esses encontros que pouco a pouco consolidaram o coletivo, houve também a criação de um grupo privado no Facebook em 14 de junho de 2018, um dia após a primeira reunião, que levou o nome da convocatória “Design Ativista Pra Quem Não Aguenta Mais”. Em 17 de setembro de 2018 foi criado outro grupo privado na rede social, intitulado “ELE NÃO: DESIGN ATIVISTA ANTI BOLSONARO”, com foco na produção de peças em oposição ao candidato Jair Bolsonaro nas eleições de 2018. Em outubro do mesmo ano, foi criado o perfil no Instagram, tendo como mote a frase “O design a favor do que você acredita” (Assis, 2022), e cuja primeira postagem ocorreu em 04 de outubro, três dias antes do primeiro turno das eleições de 2018²⁹. Os canais citados podem ser visualizados na imagem abaixo (figura 13).

²⁹ A publicação pode ser acessada em: <https://www.instagram.com/p/Bog6oDEHRij/>. Acesso em: 21 nov. 2024.

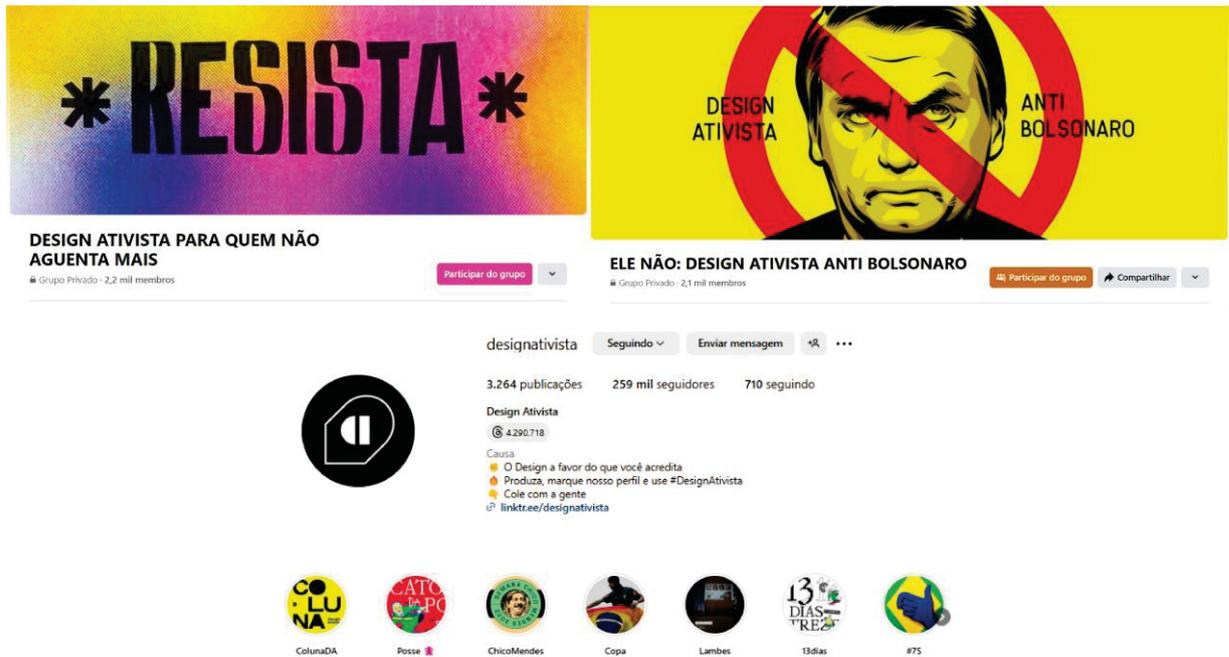


Figura 13: Canais criados pelo coletivo Design Ativista. **Fonte:** coletivo Design Ativista, divulgação (2024)

O resultado das eleições de 2018, contudo, não foi o esperado para o coletivo e grupos alinhados ao mesmo posicionamento, apesar das inúmeras ações na tentativa de uma virada de votos. O primeiro turno das eleições teve como resultado 46,03% dos votos para Jair Bolsonaro (PSL) e 29,28% dos votos para Fernando Haddad, números que determinaram a realização do segundo turno. A disputa posterior somente confirmou a virada de Bolsonaro sobre o Partido dos Trabalhadores. Em 28 de outubro de 2018, Bolsonaro foi eleito Presidente do Brasil com 55,13% dos votos, vencendo Haddad, que alcançou 44,87% dos votos (Jair, 2018). Em uma postagem no mesmo dia, o Design Ativista divulgou uma imagem em formato de mosaico de diversas produções do período, contendo no centro da imagem a frase “SEREMOS RESISTÊNCIA”. Em um trecho da legenda que acompanhava a publicação, lia-se:

o resultado dessa eleição presidencial não muda em nada nosso objetivo inicial, uma rede de design ativista pra quem não aguenta mais: as injustiças, a desigualdade, a destruição ambiental, o caos urbano, a intolerância e agora a barbárie que contamina parte dos brasileiros. as eleições e a ameaça de Bolsonaro viraram um grande catalisador para nossa união.

por isso tudo, e por tudo que vai vir, não temos outra opção que não continuarmos JUNTAS e JUNTOS! Nossa conexão, nossas trocas, o desenvolvimento dessa tecnologia de comunicação é fundamental pros próximos ciclos. (Design Ativista, 2018).

O posicionamento de resistência e resiliência em meio a uma luta seguiu, bem como as atividades desenvolvidas em torno da mobilização de designers e pessoas do

ramo criativo engajadas em campos diversos do ativismo brasileiro. Nos dias 15 e 16 de dezembro de 2018, foi realizado o primeiro Encontro Design Ativista, sediado em São Paulo, em uma parceria da Mídia NINJA, IdeaFixa e EBAC, contando com oficinas, rodas de conversas e palestras (Assis, 2022). De acordo com Martins (2022) o evento não tinha muitas diferenças de um congresso de design, uma vez que reuniu profissionais, professoras/es e pesquisadoras/es da área do design gráfico. Contudo, o que o diferenciava de um congresso profissional eram os temas em torno do ativismo, feminismo, movimento negro e política. A ocasião foi considerada pelas/os organizadoras/es como “um registro histórico, celebrando o nascimento do Design Ativista e a descoberta de suas potencialidades [...]” (Martins, F., 2022, p. 81).

O evento continuou a acontecer nos anos subsequentes, com algumas variações de formatos e localidades. Em 2019, o coletivo promoveu eventos em Salvador (BA), Rio de Janeiro (RJ) e Brasília (DF), além da Maratona Encontro Design Ativista 2019 em São Paulo (SP). A segunda edição oficial ocorreu entre 5 e 8 de dezembro de 2019, na Nave Coletiva, sede da Mídia Ninja em São Paulo. A terceira edição, realizada entre 10 e 13 de dezembro de 2020, teve de ser adaptada ao formato remoto, dadas as condições sanitárias do país em decorrência da pandemia de Covid19 que estava em curso. O evento, gratuito a todos os públicos, foi transmitido pela Mídia Ninja através de seu canal do Youtube (Assis, 2022).

A quarta edição do encontro, nomeado como ReEncontro Design Ativista, ocorreu entre os dias 03 e 04 de dezembro de 2021, na Nave Coletiva em São Paulo (SP). O encontro foi realizado presencialmente, com transmissão on-line, após dois anos onde foram realizadas apenas atividades online. Em matéria divulgada pela Mídia Ninja (2021), o evento tinha como principal foco a organização do grupo para as produções para as Eleições de 2022. Thiago Scherer, coordenador do Design Ativista e do evento, ressaltou o foco no pleito em suas palavras:

Qual será o papel do design nas próximas eleições e como podemos utilizá-lo na disputa de narrativas para derrotar o fascismo e os retrocessos que estamos atravessando? Esse é um dos pilares desse encontro, que contará com rodas de conversa, imersão e oficinas. Nossa ideia é ser um espaço de reflexão e fomento à produção visual (Scherer, 2021).



Figura 14: Publicações sobre o 4º ReEncontro Design Ativista de 2021. **Fonte:** coletivo Design Ativista (2021).

As imagens acima (figura 14) correspondem a duas publicações sobre o ReEncontro Design Ativista 2021³⁰, onde o foco do evento eram as eleições que ocorreriam em 2022, bem como a organização de produções que objetivassem derrubar Bolsonaro do governo. O foco desse evento é importante para considerarmos como o coletivo já estava se organizando para os eventos ocorridos em 2022, marcando também como a oposição a Bolsonaro se manteve durante os quatro anos que separaram as eleições. A narrativa de Bolsonaro como uma ameaça fascista, a narrativa de um cenário sombrio no país, e a necessidade da comunidade do design se articular em torno das lutas contra o governo se mostraram evidentes desde 2021.

Em 06 de junho de 2022, cerca de dois meses antes da abertura oficial para realização das propagandas eleitorais que marcariam o período anterior aos dois pleitos de outubro, o coletivo realizou o lançamento da campanha “Circuito Eleições 2022”. Por meio de uma publicação no Instagram, o coletivo divulgou um manifesto (figura 15), através do qual convocava designers e artistas visuais para a produção de peças com o objetivo de derrotar Bolsonaro nas urnas e apoiar pautas ligadas aos movimentos sociais por igualdade e a candidaturas de viés progressista. A convocação

³⁰ As respectivas publicações foram veiculadas no dia 23 de novembro de 2021. Podem ser acessadas pelos links: <https://www.instagram.com/p/CWnhv3srpMz/> (esquerda da imagem) e <https://www.instagram.com/p/CWnhrLUrV-x/> (direita da imagem). Acesso em: 22 nov. 2024.

buscava mobilizar designers e pessoas do ramo criativo em torno da intencionalidade do coletivo: vencer o então candidato à reeleição na presidência, Jair Messias Bolsonaro, e eleger políticos que representassem uma sociedade mais justa e sem desigualdades (Design Ativista, 2022b).

É DESIGNER E QUER ELEGER A CÂMARA MAIS POPULAR DA NOSSA HISTÓRIA?
circuitoeleicoes2022.com.br

Designers, artistas, criativos, criatives e criativas unidas para vencer Bolsonaro em outubro. Um grande circuito de mobilização para varrer o fascismo do nosso país.

Sabemos que o mundo que queremos depende de muitos outros fatores que não cabem nas eleições - mas também entendemos a importância delas e, mais do que isso, entendemos esse momento como um importante período de mobilização.

O Design Ativista emerge nas eleições de 2018. Quatro anos depois nos encontramos na eleição mais tensa da nossa história. Por essa razão, convocamos todas as pessoas que vêm no design e na criatividade uma ferramenta de disputa da realidade prática do dia a dia e da política, para se juntarem a nós.

Nossa dinâmica é simples: recebemos demandas reais de movimentos sociais e redes ativistas, traduzimos em briefings e distribuímos no nosso canal de demandas do Telegram.

Entrando nesse canal, você vai ter a oportunidade de potencializar pautas dos mais diversos campos do ativismo brasileiro - educação, direitos humanos, mov. Feminista, mov. Negro, LGBTQIAP+, esportes, meio ambiente, indígenas, antipacifismo, direito a cidade, habitação, cultura, democracia, soberania alimentar, distribuição de renda, reforma agrária, veganismo...

Passaremos pelas mais diversas pautas para chegar em outubro com todo mundo mobilizado: vamos derrotar Bolsonaro e eleger uma Câmara que realmente represente a sociedade e faça valer a chamada "democracia representativa". Uma bancada negra, indígena, travesti de deputadas e deputados, senadoras e senadores, comprometida com os direitos das mulheres, juventude, minorias, trabalhadoras e trabalhadores. Comprometida com o fim das desigualdades e o aumento das liberdades.

Se há algum momento pra gente se juntar e fazer acontecer, esse momento é agora. O design é uma ferramenta importante demais para ser usada só em benefício dos poderosos e do capital. Vamos inverter essa lógica: design a serviço das nossas ideias e ideais. Um design que faça sentido e que realmente tenha uma incidência prática, profunda e benéfica para o nosso mundo.

Entre no nosso canal de demandas e comece a colaborar com a luta. O design a disposição dos movimentos.

circuitoeleicoes2022.com.br

Figura 15: Post carrossel "Circuito Eleições 2022". Fonte: Instagram @designativista (2022).

No manifesto, divulgado também no site da campanha³¹, era possível lermos:

Designers, artistas, criativos, criatives e criativas unidas para vencer Bolsonaro em outubro. Um grande circuito de mobilização para varrer o fascismo do nosso país. Sabemos que o mundo que queremos depende de muitos outros fatores que não cabem nas eleições — mas também entendemos a importância delas e, mais do que isso, entendemos esse momento como um importante período de mobilização.

O Design Ativista emerge nas eleições de 2018. Quatro anos depois nos encontramos na eleição mais tensa da nossa história. Por essa razão, convocamos todas as pessoas que vêm no design e na criatividade uma ferramenta de disputa da realidade prática do dia a dia e da política, para se juntarem a nós.

Nossa dinâmica é simples: recebemos demandas reais de movimentos sociais e redes ativistas, traduzimos em briefings e distribuímos no nosso canal de demandas do Telegram.

Entrando nesse canal, você vai ter a oportunidade de potencializar pautas dos mais diversos campos do ativismo brasileiro — educação, direitos humanos, mov. Feminista, mov. Negro, LGBTQIAP+, esportes, meio ambiente, indígenas, antipacifismo, direito a cidade, habitação, cultura, democracia, soberania alimentar, distribuição de renda, reforma agrária, veganismo...

Passaremos pelas mais diversas pautas para chegar em outubro com todo mundo mobilizado: vamos derrotar Bolsonaro e eleger uma Câmara que realmente represente a sociedade e faça valer a chamada "democracia representativa". Uma bancada negra, indígena, travesti de deputadas e deputados, senadoras e senadores, comprometida com os direitos das mulheres, juventude, minorias, trabalhadoras e trabalhadores. Comprometida com o fim das desigualdades e o aumento das liberdades.

Se há algum momento pra gente se juntar e fazer acontecer, esse momento é agora. O design é uma ferramenta importante demais para ser

³¹ Disponível em: www.circuitoeleicoes2022.com.br. (site desativado).

usada só em benefício dos poderosos e do capital. Vamos inverter essa lógica: design a serviço das nossas ideias e ideais. Um design que faça sentido e que realmente tenha uma incidência prática, profunda e benéfica para o nosso mundo. Entre no nosso canal de demandas e comece a colaborar com a luta. O design a disposição dos movimentos. (Design Ativista, 2022b).

É perceptível no manifesto a construção de um antagonismo entre os posicionamentos ideológicos e políticos do coletivo e de Jair Messias Bolsonaro, o qual é claramente associado ao fascismo. Essa construção se dá a partir de uma estruturação onde movimentos sociais de camadas marginalizadas/minoritárias da população são colocados de um lado, enquanto o fascismo e o capital são colocados de outro. Assim, fica evidente que o “Circuito Eleições 2022” surgia em um momento de polarização intensa, no qual os lados opostos já estavam claramente demarcados.

Em um artigo publicado em 12 de junho de 2022 no jornal Nexa, Isabela Cruz aponta que no contexto das eleições já havia uma definição de dois polos, enquanto a terceira via era colocada em escanteio. Assim, a alcunha de polarizadas era dada às eleições presidenciais. Contudo, Cruz (2022) ressalta que a ideia de polarização não era reflexo de uma equivalência, mas sim de uma assimetria, já vez que Lula estava localizado na posição centro-esquerda, e Bolsonaro na extrema direita do espectro político. Tinha-se assim uma polarização assimétrica identificada nas eleições. Apesar de Lula não ser mencionado no decorrer do manifesto, julgo importante salientar essa perspectiva já construída no contexto das eleições, principalmente por conta do posicionamento do coletivo em apoiar setores da sociedade já marginalizados. Setores como mulheres, negros, pessoas de baixa renda e habitantes da região Nordeste, como aponta Cruz (2022), eram os que mais geravam um desequilíbrio em favor de Lula nas porcentagens dos votos. A polarização política das eleições era também uma polarização social. Em razão disso, o “grande circuito de mobilização para varrer o fascismo” do país, pode ser compreendido como uma mobilização coletiva e social, onde a disputa (assimétrica) de narrativas se fazia evidente.

É válido ressaltar que há também um ideal de democracia presente no manifesto. Aqui, é observável como tal conceito está atrelado a um ideal de democracia representativa, que fugiria de um governo dominado pela burguesia, e estaria à serviço de população historicamente marginalizadas, como negros, indígenas, travestis, mulheres e trabalhadores. Acredito que tal formulação por parte do coletivo

esteja atrelada a conjuntura política do contexto. Messagi Jr (2023, p. 16) argumenta que em 2022, “a democracia brasileira quase acabou”. Conforme a análise do pesquisador, Bolsonaro tentara corroer a democracia por dentro, enfraquecer a Justiça Eleitoral, torpedear o Poder Judiciário “para governar com a parte fisiológica do Congresso ou sem ela, se pudesse.” (Ibidem). Nessa toada em busca do poder, Bolsonaro agrediu “princípios democráticos elementares (como o interdito do uso da máquina pública com caráter eleitoral) e a Constituição Federal.” (Ibidem, p. 18).

A análise do autor é útil para pensar como, na conjuntura que se encontravam as eleições, o posicionamento do coletivo estava pautado em um imaginário onde, a partir de um apoio a movimentos sociais, seria possível lutar pela democracia do país. Desse modo, a mobilização pautada pelo coletivo estaria atrelada a reformulação de lugares sensíveis que Marques e Prado (2022) desenvolvem a partir do pensamento de Rancière. Assim, ao procurar fomentar a organização de designers, criativas/os/es e artistas, o coletivo objetivava produzir “uma redistribuição do sensível”, ou seja, “uma forma de partilha do sensível que produz dobras e intervalos no mapa da experiência comum, alterando a cartografia e a topografia do perceptível e do pensável.” (Marques e Prado, 2022, p. 4).

Tal modo de redistribuição se daria no uso do design enquanto uma “ferramenta de disputa da realidade prática do dia a dia e da política”. Assim, o que se mostra no manifesto, é que o coletivo compreendia no design uma capacidade de tensionar as vias da política governamental, de modo a gerar outras formas de distribuição sensíveis, que pudesse fomentar pautas variadas do ativismo brasileiro. Thorpe (2012, p. 1) explica que as estruturas e objetos “em seus processos de manifestação física” possuem um papel na resistência ao *status quo*, ao passo que exigem mudanças e influenciam os tomares de opinião. Logo, o local do design “a disposição dos movimentos” que o coletivo argumenta em seu manifesto, estaria alinhado a uma produção de resistência e fomentação da mudança.

Divulgado também no site da campanha, o coletivo direcionava os participantes para o canal de demandas na plataforma de mensagens Telegram onde eram repassados os briefings, oriundos das pautas sociais que estavam circulando no período. Sobre tal direcionamento, discorrerei de forma mais aprofundada no subcapítulo posterior.

Outrossim, ressalto que no decorrer da campanha, o coletivo promoveu diversas convocatórias relacionadas a pautas sociais, como “Derruba Vetos da Cultura”, “Bancada do Cocar”, “Marco Temporal” e “Eu Defendo as Cotas”. Essas convocatórias, pautaram a produção de imagens e outros materiais gráficos que circularam em meio às propagandas eleitorais e as constantes narrativas de disputa presentes nas eleições. Sua concentração se deu principalmente nos meses que antecederam o primeiro turno das eleições, em decorrência dos processos eleitorais para candidaturas ao Senado e à Câmara de Deputados, bem como os Governos Estaduais. A cronologia presente na página a seguir (figura 16) apresenta o andamento das convocatórias por nome e data que foram realizadas pelo coletivo, bem como alguns acontecimentos que contextualizam as datas de divulgação da candidatura de Lula e Bolsonaro, bem como as datas dos pleitos de primeiro e segundo turno.

CRONOLOGIA DA CAMPANHA "CIRCUITO ELEIÇÕES 2022"

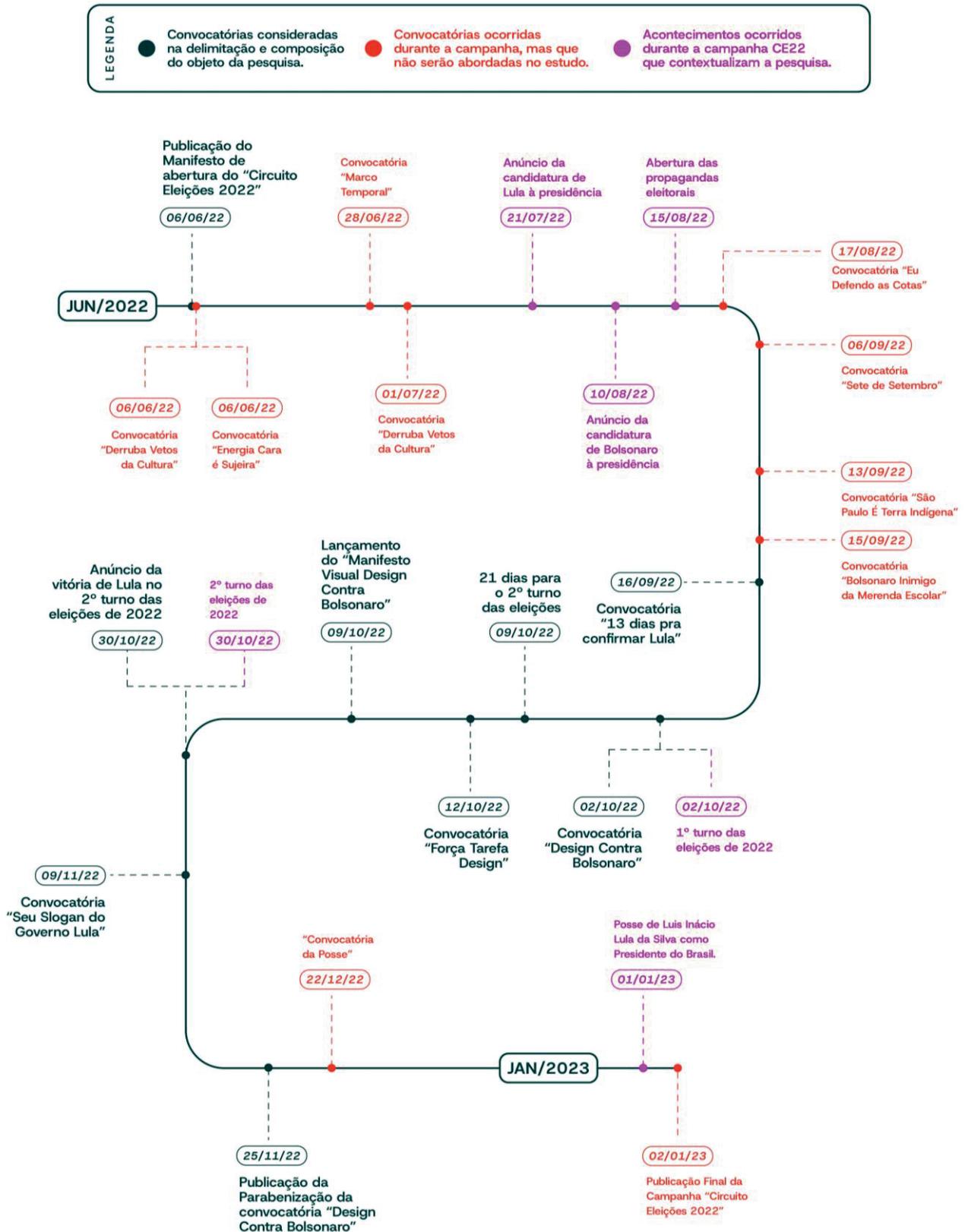


Figura 16: Cronologia da campanha "Circuito Eleições 2022". Fonte: o autor (2025).

Apesar da divisão clara das convocatórias, julgo necessário comentar que o andamento da campanha se deu de forma irregular, no que diz respeito aos limites entre a própria campanha e algumas convocatórias. Como tratarei mais a frente, no subcapítulo em que analiso as imagens da série “Design Contra Bolsonaro”, o resultado do primeiro turno, em 02 de outubro de 2022, levou Lula e Bolsonaro para o segundo turno, uma vez que cada candidato recebeu 48,43% e 43,20% dos votos válidos, respectivamente. Em vista disso, o coletivo promoveu a chamada “*Design Contra Bolsonaro*”, lançada no mesmo dia, convocando designers e artistas visuais em um chamado global para a criação de peças gráficas de modo a montarem um manifesto visual contra Bolsonaro e em apoio a Lula.

Neste processo, pude verificar como o coletivo deixou de utilizar o nome “*Circuito Eleições 2022*”, adotando quase que exclusivamente a chamada “*Design Contra Bolsonaro*” como seu principal vetor de ação. Assim, a convocatória se dava em um contexto de frustração, uma vez que o próprio coletivo projetava em Lula uma vitória no primeiro turno. Ao mesmo tempo, o cenário erra de extremo acirramento.

Marcelo Roubicek (2022), em artigo publicado no jornal Nexo em 29 de outubro de 2022, ao realizar um panorama geral da corrida ao segundo turno das eleições, aponta como o período foi marcado por elementos diferentes dos episódios de violência política e estabelecimentos de alianças que estavam presentes no primeiro turno. Dentre tais elementos, Roubicek (2022) apontava desde a realização de perseguições religiosas em igrejas evangélicas e católicas empreendidas por bolsonaristas e a disseminação de desinformações em ambos os lados, até o aumento do uso da máquina pública para fins eleitorais por Bolsonaro e a consolidação de uma frente ampla a favor de Lula, unindo políticas e políticos da esquerda e direita em sua base. Nesse contexto, havia ainda a pressão da mídia internacional em torno das eleições. A revista britânica *The Economist* disse que outro mandato de Bolsonaro “seria ruim para o Brasil e para o Mundo”, enquanto a revista de divulgação científica *Nature* reiterou a posição: “Um segundo mandato para Bolsonaro representaria uma ameaça à ciência, à democracia e ao meio ambiente” (Roubicek, 2022).

À vista desse cenário, é compreensível como o tom da convocatória buscava articular um apoio de modo global. Conforme publicação divulgada em 25 de outubro de 2022, a qual anunciava o lançamento do site onde estava o Manifesto Visual Design

Contra Bolsonaro, nos pouco mais de 20 dias de campanha, foram mobilizadas/os mais de 300 designers, oriundas/os de 18 países diferentes³². Era, nas palavras do coletivo, um “registro histórico, visual e artístico da resistência criativa brasileira e da solidariedade criativa internacional.” (Design Ativista, 2022c).

Cinco dias após a divulgação do manifesto visual, em 30 de outubro, ocorrera o segundo turno das Eleições de 2022. E o resultado fora como o esperado, pelo menos para o coletivo. Lula venceu Bolsonaro nas urnas com 50,90% dos votos válidos, contra 49,10% de Bolsonaro. Conforme a análise dos percentuais de voto total em cada eleição desde o período da redemocratização feita por Cerqueira e Moliterno, divulgada em matéria no jornal CNN Brasil no dia do resultado, fora a eleição mais acirrada da história no Brasil, tendo em vista os pouco mais de 2 milhões de votos que separaram os dois candidatos. A pesquisadora Eliara Santana e o pesquisador Leonardo Avritzer (2022), em um ensaio de opinião publicado na revista CartaCapital no mesmo dia do anúncio da vitória de Lula, falavam como a vitória do candidato petista significava uma retomada de um processo para recolocar a democracia brasileira no lugar. Ainda, apontavam como o Brasil sofrera um processo de erosão democrática nos quatro anos do governo bolsonarista, e que caberia a Lula,

a restauração da institucionalidade democrática, que foi esgarçada até o limite pelo atual presidente. Reconstruir a democracia implica abolir o orçamento secreto, restaurar a transparência das políticas públicas e realizar um novo pacto de governabilidade com o STF. Por meio desses atos, um governo Lula poderá iniciar uma ampla restauração de um papel ativo do Estado na diminuição das desigualdades sociais a partir da implementação de políticas públicas transparentes. (Santana e Avritzer, 2022).

Estávamos em um cenário onde se projetava no próximo governo Lula um ideal de reconstrução, tanto da democracia, quanto do país, algo que se fez presente em outras mobilizações promovidas pelo coletivo. Em 09 de novembro, o coletivo promoveu o que seria, a princípio, a última convocatória relativa às eleições, intitulada “*Seu Slogan do Governo Lula*”. Nela, designers e artistas foram chamados para criar

³² Sobre este número, julgo importante explicitar que há uma certa diferença a depender de qual publicação no perfil do coletivo é consultada. Na publicação de 25 de outubro, o número apresentado pelo coletivo era de 17 países participantes, já na publicação de encerramento do CE22, o número era de 18 países. Utilizarei aqui o número final divulgado pelo coletivo.

um logo e um slogan fictícios para o governo eleito, uma fabulação visual e narrativa que representasse as intencionalidades da/o designer ou artista ativista que o produziu. Esta convocatória, bem como seus desdobramentos, trato de forma mais aprofundada na terceira série de imagens a ser analisada no capítulo posterior.

Após essa chamada, o fechamento da campanha “*Circuito Eleições 2022*” se deu perto do final do mês de novembro, no dia 25, através de uma publicação parabenizando criativas/os, designers e artistas participantes da campanha e sua mobilização para a produção das peças (figura 17).



Figura 17: Post de parabenização do “Circuito Eleições 2022”. **Fonte:** Instagram @designativista (2022).

Na legenda da publicação, lia-se:

O Design Ativista nasceu em 2018, quando o golpista Michel Temer ainda era presidente e o delírio fascista da eleição Bolsonaro parecia um pesadelo distante.

Esses últimos quatro anos foram difíceis. Muita resistência, trabalho duro, clima tenso e céu fechado.

O próximo ano não vai ser fácil - nunca foi fácil. Mas a gente também sabe bem o que representa a eleição de Lula depois desses 4 anos de Bolsonaro. O céu vai abrir.

Quando o resultado do primeiro turno saiu, bateu um certo desânimo - não por causa de uma derrota eleitoral, mas pela frustração de um desejo que nós mesmos havíamos projetado: a vitória de Lula já naquele momento. Aí veio o chamado, com o objetivo de fortalecer e animar nossa tropa a partir da mão na massa. Foram 386 criativas e criativos de 18 países. Esse manifesto

representa pra gente, do Design Ativista, o fechamento de um ciclo. Por isso, o parabéns e o muito obrigada/o a todo mundo que participou. Agora é fortalecer a posse de Lula e #BolsonaroNuncaMais! Vencemos uma grande etapa, mas seguimos mais fortes e resilientes do que nunca nessa luta ✨
#DesignAtivista #DesignContraBolsonaro (Design Ativista, 2022d)

O tom da publicação carregava sentimentos mistos. Há um tom de dever cumprido, como se tivessem finalizado seu papel durante as eleições, mas também é perceptível uma compreensão de que o trabalho e a luta ainda continuariam. A fala do coletivo pode ser mais bem compreendida ao aferirmos o contexto dos resultados das eleições. Apesar de Bolsonaro não ter sido eleito, sua base apoiadora ainda continuava firme no governo. O PL, Partido Liberal, pelo qual Bolsonaro foi candidato em 2022, conseguiu a maior fatia de bancadas no Congresso, com 99 cadeiras ocupadas (Santos e Fachin, 2022). Soma-se a isso as eleições de 59 cadeiras do União Brasil, 47 do Progressistas (PP), e Partido Social Democrático (PSD) com 42 vagas, todos partidos de centro-direita e direita. Assim, os partidos deste espectro político compunham a maioria da câmara com 273 deputadas/os (Maia e Mali, 2022). Lula havia vencido a eleições para presidente, mas a ala conservadora e bolsonarista ainda continuaria no poder, de forma resiliente e opositora. O futuro da política no Brasil era(é) polarizado. E o coletivo, como exposto na publicação, continuaria a lutar e resistir neste cenário nebuloso.

Nesse contexto, é válido ressaltar que a polarização e os ataques à instituição democrática continuaram após o resultado do segundo turno. Bolsonaro fez seu primeiro pronunciamento público depois da votação em 01 de novembro de 2022, onde falou por cerca de dois minutos à imprensa. No discurso, falou sobre Deus, pátria, família e liberdade, que jogou “dentro das 4 linhas da lei”, respeitando a Constituição, e que as manifestações que estavam ocorrendo pelo Brasil eram fruto da indignação e sentimento de injustiça³³. Depois desse pronunciamento, Bolsonaro teria ficado recluso, tendo aparecido poucas vezes em público e em suas redes sociais. Como aponta a reportagem de Mariana Schreiber (2022) à BBC News Brasil, até mesmo a

³³ O pronunciamento está disponível em vídeo no canal do YouTube da Câmara dos Deputados: https://www.youtube.com/watch?v=xB1vpkxLUB0&ab_channel=C%C3%A2maradosDeputados. Acesso em: 06 dez. 2024.

transmissão ao vivo que era realizada pelo político toda quinta-feira à noite tinha sido interrompida em novembro. Segundo a repórter, alguns críticos de Bolsonaro o acusavam de costurar uma “espécie de conspiração para tentar anular a eleições” (Schreiber, 2022). Em 22 de novembro, Bolsonaro e seu partido (PL), entraram com um pedido para invalidar 59% dos votos do segundo turno, ao qual foi reagida com uma multa de 22,9 milhões aplicada pelo ministro do TSE, Alexandre de Moraes, ao PL, Republicanos e PP que integravam a coligação da tentativa de reeleição (Ibidem).

Já nas ruas e por todo o país, manifestações populares promovidas por bolsonaristas eclodiam fortemente, em protesto ao resultado das eleições. Já no dia 30 de outubro, após o resultado, motoristas em diversos estados do Brasil, como Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Mato Grosso do Sul, Paraná, Rondônia, Rio de Janeiro e São Paulo, realizaram bloqueios de vias federais e estaduais usando os próprios veículos e ateando fogo em pneus e outros materiais (Platonow, 2022). Nos dias que se seguiram, outras/os manifestantes foram às ruas, e à frente dos quartéis. Usando roupas nas cores verde e amarela, bolsonaristas falavam em fraude nas eleições, pediam “auditoria nas urnas”, e pediam intervenção federal por meio das Forças Armadas. No Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília, milhares se conglomeraram em frente às sedes regionais do Exército com cartazes e bandeiras do Brasil “pedindo ajuda” às forças militares (Sampaio, 2022; AFP, 2022). Os protestos seguiram até janeiro de 2023, o que culminou no atentado de 08 de janeiro, quando manifestantes bolsonaristas invadiram e vandalizaram o Congresso Nacional, o Palácio do Planalto e o Supremo Tribunal Federal (Ricupero, 2023).



Figura 18: Publicação Convocatória da Posse de Lula. **Fonte:** coletivo Design Ativista via Instagram (@designativista) (2022).

Cerca de quase um mês após o encerramento da campanha, no dia 22 de dezembro de 2022, o coletivo, em parceria com o perfil Lulaverso (@lulaversoficial), lançaram uma chamada surpresa, denominada “Convocatória da Posse”, como apresenta na imagem acima (figura 18). Em sua legenda, era possível lermos o chamado para mobilização nos dois primeiros parágrafos:

ACHOU QUE ACABOU? CHEGOU A CONVOCATÓRIA DA POSSE!
 Essa é a última Convocatória Design Ativista + Lulaverso de 2022 e a primeira de 2023, pra iniciar o um novo governo e o novo ano cheio de esperança e alegria!
 Mobilize-se! E vamos encher as redes e as ruas de Brasília no Festival do Futuro com arte, mensagens políticas e chamados para a luta! É hora de sonhar, de esperar e realizar o match entre o Brasil e seu povo, novamente. (Design Ativista, 2022e).

A convocatória pode ser entendida como algo que não estava nos planos, mas que fazia sentido tendo em vista as ações desenvolvidas pelo coletivo durante as eleições. Como resultado, cerca de 7 imagens foram veiculadas no perfil do Design Ativista entre os dias 01, dia da Posse de Lula, e 02 de janeiro. As imagens seguiam o que se apresentava na legenda exposta acima, veiculavam um discurso de Lula enquanto um político do povo, preocupado com a população brasileira e sua

diversidade, trazendo de volta a esperança para o Brasil. Vale apontar que, durante sua posse, Lula subiu a rampa do Palácio do Planalto acompanhado de sua esposa, Janja, a cadelinha do casal, Esperança, e representantes do povo, dentre eles: Francisco Filho, estudante; Aline Souza, catadora; Cacique Raoni; Wesley Rocha, metalúrgico; Murilo Jesus, professor; Jucimara Santos, cozinheira; Ivan Baron, influencer anticapacitista; e Flávio Pereira, artesão. A faixa presidencial, após passar pelas mãos de todas/os as/os representantes, foi dada a ele por Aline Souza, quebrando a tradição do/a antigo/a governante de passar a faixa para seu sucessor, tendo em vista a ausência e recusa de Bolsonaro em comparecer na cerimônia (G1, 2023). Em seu discurso de posse, Lula incorporou o discurso sobre a defesa da democracia: “Sob os ventos da redemocratização, dizíamos: ditadura nunca mais! Hoje, depois do terrível desafio que superamos, devemos dizer: democracia para sempre!” (Lula em Câmara dos Deputados, 2023).

Em suma, a campanha do coletivo foi realizada através de convocatórias temáticas, que procuravam abranger as eleições para cargos representativos como um todo, dialogando estreitamente com o cenário político que estava em curso durante as Eleições de 2022. Cada convocatória parecia estar atrelada a um movimento de resposta e apoio a determinados acontecimentos que perfaziam as campanhas e disputas no período eleitoral. Foram atravessadas, assim, por um contexto de disputa de narrativas (Panke e Messagi Jr, 2023), onde a eficiência delas produziram uma batalha extremamente acirrada. E em tal conjuntura, o CE22 procurava dar “visibilidade às suas demandas e expressar as forças de seus números” (Carvalho, 2022), mobilizando pessoas em prol de uma produção e disseminação de imagens, que produziram estruturas do visível daquele período.

3.2 DESIGN, ATIVISMO E PRODUÇÃO DE IMAGENS: AS TÁTICAS DO COLETIVO

Tendo em vista a contextualização realizada acima, neste subcapítulo tenho por objetivo apresentar como o coletivo estruturou a campanha CE22, suas formas de organização e táticas para mobilização, produção e disseminação das peças gráficas que abordarei no capítulo seguinte. Utilizo aqui trechos de publicações veiculadas no perfil do Instagram, bem como mensagens oriundas do canal de demandas da

campanha no Telegram, cruzando-as com perspectivas do design, ativismo e mobilizações nas redes sociais.

Carvalho, Tatagiba e Melo (2022) apontam que a partir das eleições de 2018, ano em que Bolsonaro foi eleito, parece ter havido no Brasil uma mudança na natureza dos protestos, que tendiam a não ocorrer com tanta frequência nos anos anteriores. Segundo as autoras, a partir do referido ano, há uma tendência nos movimentos sociais de colocarem em pauta reivindicações que miram o sistema político em si e o jogo eleitoral, saindo por vezes das suas demandas mais usuais, como saúde, educação, moradia etc. Tal perspectiva se faz importante para pensar os lugares onde tais tensionamentos se fazem presentes, tendo em vista a abordagem do coletivo Design Ativista em utilizar as redes sociais como um dos principais territórios de disputa durante a campanha empreendida.

Giselle Beiguelman (2021), ao tratar das manifestações bolsonaristas na internet, explica que a tempos as redes sociais se tornaram lugares de relevância nos processos políticos, como por exemplo os movimentos da Primavera Árabe, 15-M espanhol, Occupy Wall Street e as Manifestações de Junho de 2013. Há nesses espaços uma capacidade de divulgação, alcance e disseminação (Beiguelman, 2021), que propiciam tais formas de protesto e manifestação ocorrerem. Como salienta a autora, no que diz respeito à eleição de Bolsonaro em 2018, “as redes sociais são o espaço primordial de construção e realização da política” (Ibidem, p. 181). Nesse sentido, é compreensível como a forma que o coletivo buscou construir a campanha visava combater diretamente a narrativa bolsonarista nesse espaço.

Veiculadas juntamente com o manifesto da campanha, em 06 de junho de 2022, ambas as publicações a seguir (figuras 19 e 20) explicavam como se daria a campanha e quais passos seguir para poder participar.

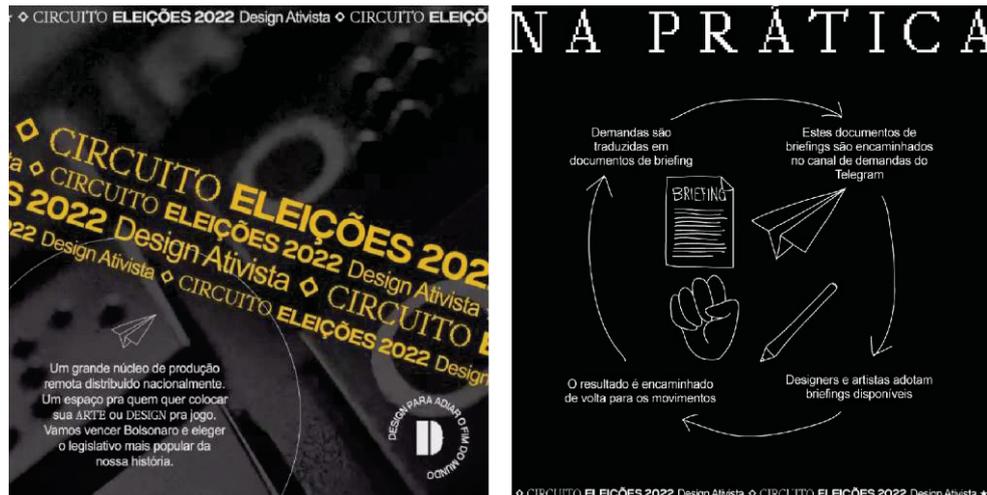


Figura 19: Informações sobre o funcionamento do CE22. Fonte: coletivo Design Ativista, via Instagram (@designativista) (2022).



Figura 20: Informações sobre a organização do CE22. Fonte: coletivo Design Ativista, via Instagram (@designativista) (2022).

O conteúdo de ambos os carrosséis acima estava presente também no site do CE22, em formato adaptado para versão *web*, apresentado no capítulo de método desta dissertação. Na primeira publicação apresentada, a campanha era descrita como “Um grande núcleo de produção remota distribuído nacionalmente. Um espaço pra quem quer colocar sua ARTE ou DESIGN pra jogo. Vamos vencer Bolsonaro e eleger o legislativo mais popular da história.” (Design Ativista, 2022f). Na segunda publicação,

o coletivo explicava como eles pretendiam “fazer o match”³⁴ entre as demandas do coletivo e designers dispostas/os a contribuir com a causa. Como fica evidente nas imagens, o objetivo da campanha, pelo menos de início, era unir pautas advindas de movimentos sociais aos quais o coletivo estava alinhado, com a pré-disposição de pessoas da área do design que sonhavam “com um mundo melhor”, mas que não sabiam como ajudar tais movimentos.

Noto que havia um forte sentido de mobilização no objetivo da campanha. Com o intuito de reunir o máximo de designers e artistas possíveis para atingir o objetivo primordial, derrotar Bolsonaro. Thorpe (2008) explica que, quando falamos de design ativismo, há sempre uma noção de coletividade envolvida, o que estaria também presente nos demais projetos de design, mas que aqui ganha outra camada, uma vez que tal coletividade busca fazer uma reivindicação, representando uma “ação coletiva” (Thorpe, 2008, p. 9). Tal noção de coletividade é importante para pensar a tomada de posição que está presente na campanha. O chamado para a ação política se fazia presente a partir de uma organização ampla de designers e artistas ativistas, comprometidas/os em uma causa. Estariam assim, como provocam Portinari e Nogueira (2016, p. 43), tomando “as rédeas dos meios de produção” e passando “a atuar de forma consciente” da potência coletiva “de produzir afetos”.

Tal tomada de rédeas era organizada, de modo inicial, em uma dinâmica padrão de projeto, como é apresentada na figura 18. Assim, os passos apresentados primeiramente pelo coletivo consideravam: a tradução de demandas em documentos de briefing; os documentos de briefing eram encaminhados no canal de demandas do Telegram; designers e artistas adotavam os briefings disponíveis e produziam as peças gráficas; e por fim, o resultado era encaminhado de volta para os movimentos. Contudo, apesar desta explicação advinda do coletivo, se faz importante pontuar algumas questões, tendo em vista que por meio da pesquisa, pude observar que tais

³⁴ A expressão “fazer o match” refere-se a um A expressão “fazer o match” refere-se a um vocabulário comumente utilizado em plataformas de encontros online, que indica uma compatibilidade entre dois perfis de pessoas que curtiram uma à outra. No contexto da convocatória, a expressão pode ser interpretada como uma correspondência de ideias e vontades entre as participantes da campanha e as demandas do coletivo.

dinâmicas não foram seguidas de forma tão restrita com o que foi apresentado pelo Design Ativista.

Estando presente no grupo do Telegram, bem como ao coletar os materiais da pesquisa, pude perceber que havia uma grande quantidade de demandas que vinham em formatos relâmpago, principalmente em formas de mensagens, como comentado no capítulo anterior. Além disso, convocatórias como “Seu Slogan do Governo Lula” por exemplo, foram divulgadas somente via Instagram. No que diz respeito à devolutiva das produções para os movimentos, citado pelo coletivo no lançamento da campanha, não pude obter informações suficientes que aferissem se havia ou não esse encaminhamento das produções. Contudo, acredito que tal informação funcionou como uma meta para o coletivo, que com o desenrolar cada vez mais agitado das demandas, acabou sendo deixada de lado.

No decorrer da campanha, as demandas e movimentações do coletivo tinham cada vez mais um caráter de urgência, com poucos dias de diferença entre o lançamento da convocatória e a divulgação das produções, com chamadas até mesmo relâmpago, lançadas para que materiais fossem produzidos e publicados no mesmo dia. Parecia haver uma dinâmica de efemeridade, que buscasse responder aos acontecimentos de forma ágil, ao passo que ocorriam na esfera pública. Também, e talvez principalmente, se mostrava como uma tática de combate à dinâmica de disseminação de imagens bolsonaristas, uma vez que essa estratégia era amplamente utilizada por Bolsonaro (Beiguelman, 2021). Tinha-se assim, por parte do coletivo, uma tática que buscava usar a lógica de Bolsonaro e seus apoiadores a seu favor, combatendo imagens com mais imagens.

Pensando em como as práticas de ativismo em design se apropriam de táticas utilizadas por movimentos sociais, a socióloga Ann Thorpe (2012) procura pensar o design ativismo em termos de como determinadas táticas oriundas de uma mobilização social podem assumir forma espacial e material ou ocorrer em processos de design³⁵. Essas táticas representam o que as pessoas envolvidas no design

³⁵ A autora elenca 12 categorias de classificação de táticas do design ativismo, sendo elas: Artefatos de Protesto; Artefato de Serviço; Artefato de Demonstração; Comunicação; Conexão; Sistemas de

geralmente sabem fazer nos esforços para provocar mudanças (Ibidem). Ao mesmo tempo que estabelecem uma ponte entre designers e público, o que permite um aprendizado mútuo e o fortalecimento de relações que aumentam as possibilidades de ação para além do que o “escopo do ‘projeto’ de design geralmente permite” (Ibidem).

A autora explica (2011) que “quer o ativismo do design seja instigado por designers ou por clientes ativistas, ainda é o trabalho do designer que deve usar meios espaciais e materiais para enquadrar questões e articular interrupções para o *status quo*” (Ibidem, p. 10). Entendo a partir da autora (2011, 2012a), que ao procurar conectar o papel do design a táticas e métodos oriundos de movimentos sociais, é possível entender o design ativismo não como um processo para “resolver um problema específico”, mas oferecer aos profissionais ferramentas conceituais e práticas para atuarem na busca por mudanças estruturais no status quo.

Partindo dessa compreensão, se faz necessário apresentar as táticas que o coletivo utilizava para organizar a produção e disseminação de peças gráficas no CE22. Ao analisar mensagens, publicações e briefings veiculados pelo Design Ativista, pude perceber um padrão no modo como o coletivo apresentava os direcionamentos para produção das imagens nas mensagens e publicações que serviam como um briefing de produção. Tal *modus operandi* pode ser visto em um trecho da convocatória “13 dias para Lula”, lançada em 16 de setembro de 2022, que buscava articular produções com foco no incentivo ao voto em Lula no primeiro turno.

👉 Como participar

Explore sua criatividade, vale tudo: cartaz, meme, sticker, gif, vídeo, motion, etc! A arte é livre o importante é garantir a mensagem!

💖 Envie suas artes para o e-mail odesignativista@gmail.com ou poste no seu perfil com as tags #DesignAtivista #Lulaverso #13DiasPraConfirmarLula13

🔪 Compartilhe essa postagem com mais 5 contatos. Não deixe de espalhar as artes da pasta pública, disponível no link da bio do Design Ativista.

Para entrar no canal do telegram do Circuito Eleições 2022 do Design Ativista acesse também o link da bio do Design Ativista e bora nessa! 🔥
#CircuitoEleições2022 #SextouComLula (Design Ativista, 2022g).

Como é possível lermos no trecho acima, havia um direcionamento para que as/os participantes produzissem uma gama variada de artefatos visuais/digitais, que

iam desde imagens estáticas até vídeos para serem compartilhadas nas redes. Tais formatos me permitem inferir que a diversidade em suas variações constitui uma estratégia para alcançar um público mais amplo, uma vez que esses materiais poderiam ser compartilhados até mesmo fora do Instagram, em aplicativos como o WhatsApp, amplamente utilizado pelos bolsonaristas (Beiguelman, 2021). Além disso, é perceptível como adequações a um determinado padrão visual tinham pouca relevância, uma vez que o foco eram as mensagens.

Na penúltima convocatória antes do primeiro turno, em 30 de setembro de 2022, intitulada “Convocatória das Últimas Horas – O Voto que Faltava” (Design Ativista, 2022x – Anexo 4), o coletivo objetiva “conquistar os votos que faltavam” para uma possível vitória no primeiro turno. Como tática, era indicado a acessar públicos ainda indecisos, como cristãos e nacionalistas, sem “recair em piadas e ironias. Ninguém que está indeciso toma uma decisão em nosso favor caso se sinta ofendido.”, além de “disputar o imaginário”, produzindo imagens que imaginassem como seria o governo com Lula no poder. Tais formas de articulação revelam como a ampla circulação de imagens intencionada pelo coletivo estava pautada no objetivo de produzir outras discursividades, que entrassem em disputa com aqueles da ala bolsonarista.

Destaco ainda dois últimos direcionamentos do coletivo. O primeiro refere-se ao envio das imagens. Pude visualizar que o processo de publicação das produções era feito de duas formas: o envio para o e-mail do coletivo, o que resultava em uma curadoria das imagens a serem visibilizadas no Instagram e colocadas nas pastas de acesso público; e a publicação no próprio perfil da/o participante, modalidade na qual deveria ser utilizada a *hashtag* #DesignAtivista. Como explica Assis (2022), o uso da *hashtag* pelo coletivo se dá de forma estratégica, uma vez que ela permitiria uma divulgação do coletivo e de suas ações, “divulgando o movimento e suas potencialidades.” (Ibidem, p. 33). Nesse sentido, é possível compreender seu uso no presente contexto como uma forma de criar uma rede onde essas imagens pudessem circular, e que ao menor contato com uma delas, ela levaria para outra, num movimento sem começo ou fim dentro dos algoritmos do Instagram.

O segundo se refere à distribuição do material produzido durante a campanha, como pode ser visto no trecho abaixo, presente na chamada da convocatória Força Tarefa, realizada durante o segundo turno das eleições:

>Pra quem quer ajudar com design: Clica nosso link da bio, depois no primeiro botão "Inscreva-se". aí é só clicar link que vc vai receber por e-mail e mão na massa!

>Pra quem quer ajudar distribuindo material: Clica no nosso link da bio, depois no segundo botão: "Galeria"; escolha as imagens que mais curtir, baixe e espalhe por aí! (não esqueça dar das os créditos a/ao artista)

#DesignAtivista #CircuitoEleições2022 #ForaBolsonaro #Lula13 (Design Ativista, 2022h).

A necessidade de indicação de autoria estava sempre presente, tanto para quem enviava o material para publicação, quanto para quem o divulgava, o que acredito ser uma forma de visibilizar as pessoas que produziam tais artefatos, e que poderia gerar uma rede de solidariedade entre as pessoas. A evidência da autoria servia como lembrete na hora de divulgar tais imagens, dando nome e rosto a quem produzia tais peças. Também, é possível inferir que essa autoria servia como um contraponto ao lado bolsonarista, uma vez que as imagens veiculadas por esse grupo poucas vezes possuem face, como se fossem fruto de um anonimato intencional, que camufla o rosto de sujeitos com posições conservadoras e antidemocráticas. As imagens eram feitas para serem circuladas, consumidas e apropriadas. Assim, o coletivo, ao lançar suas convocatórias, incentivava o público, fosse designer ou não, a acessar as pastas públicas do CE22 e divulgar as imagens lá arquivadas, de modo que pudessem chegar a outros lugares para além do perfil @designativista.

Em vista do exposto, entendo que a capacidade das imagens de construir regimes de visibilidade se dava, em partes, por uma potência coletiva formada pelo Design Ativista, participantes do CE22 e o público do perfil no Instagram. As ações conjuntas dessas e desses sujeitos produziam imagens heterogêneas em seus discursos e pontos de vista (Prata, 2022). Feitas para viajar, essas produções gráficas circulavam e eram consumidas nas redes, acionando elementos que faziam parte de um conjunto de possibilidades de materialização de discursos e construindo determinados configurações do visível, fosse a respeito de Lula ou Bolsonaro, fosse sobre as Eleições de 2022, e até mesmo do design.

Feitas as devidas contextualizações, no próximo capítulo apresento as análises e das séries de imagens do CE22, bem como as discussões, de modo a explicitar como tais imagens, a partir do acionamento de narrativas, temporalidades e visualidades, construíram configurações do visível em um contexto político polarizado.

4 ENTRE IMAGENS, DESIGN E ATIVISMO: DISPUTAS E TEMPORALIDADES NA CONSTITUIÇÃO DO VISÍVEL

No presente capítulo, apresento os resultados e discussões das análises das séries de imagens do Circuito Eleições 2022: “Contagem Regressiva”, com imagens veiculadas antes dos dias de pleito que evidenciavam apoio a Lula; “Design Contra Bolsonaro”, formada por imagens da campanha para o segundo turno, que articulavam oposição a Bolsonaro; e “Seu Slogan do Governo Lula”, que congrega imagens da convocatória homônima, destinada à criação de logos e slogans fictícios para o próximo governo Lula. Entre a segunda e a terceira série, incluo, em um breve subcapítulo, a análise de uma única imagem, veiculada no dia do segundo turno, 30 de outubro de 2022, após a vitória de Lula para a presidência da República.

Na cronologia a seguir (figura 21), apresento as imagens a serem trabalhadas nos subcapítulos subsequentes, organizadas por data de veiculação e respectivas séries. Contudo, saliento que a ordem cronológica não corresponde à organização adotada no texto. Didi-Huberman (2015), ao explorar temporalidade e história pelas imagens, defende uma abordagem anacrônica. Para o autor, apenas através dessa abordagem podemos interrogar a “plasticidade fundamental e, com ela, a mistura, tão difícil de analisar, dos diferenciais de tempo operando em cada imagem.” (Didi-Huberman, 2015, p. 23). Assim, entendo que as imagens estabelecem relações temporais complexas, que se atravessam e condicionam modos de visibilidade que influenciam nossos modos de ver (Berger, 1999).

Tomando como alinhamento tal perspectiva, em cada subcapítulo buscarei apresentar as imagens em suas relações entre temporalidades, narrativas e visualidades. A escolha se dá por questões narrativas. Tendo por objetivo neste capítulo abordar como essas imagens constituíram regimes de visibilidade durante as Eleições de 2022, bem como os identificá-los, meu foco reside não em seu encadeamento cronológico e linear, mas em suas rupturas, nas narrativas que elas materializaram e circularam, e no conjunto de condições de possibilidade sócio-históricas que as produziram e que elas mobilizaram.

CRONOLOGIA DAS SÉRIES DE IMAGENS DO CE22

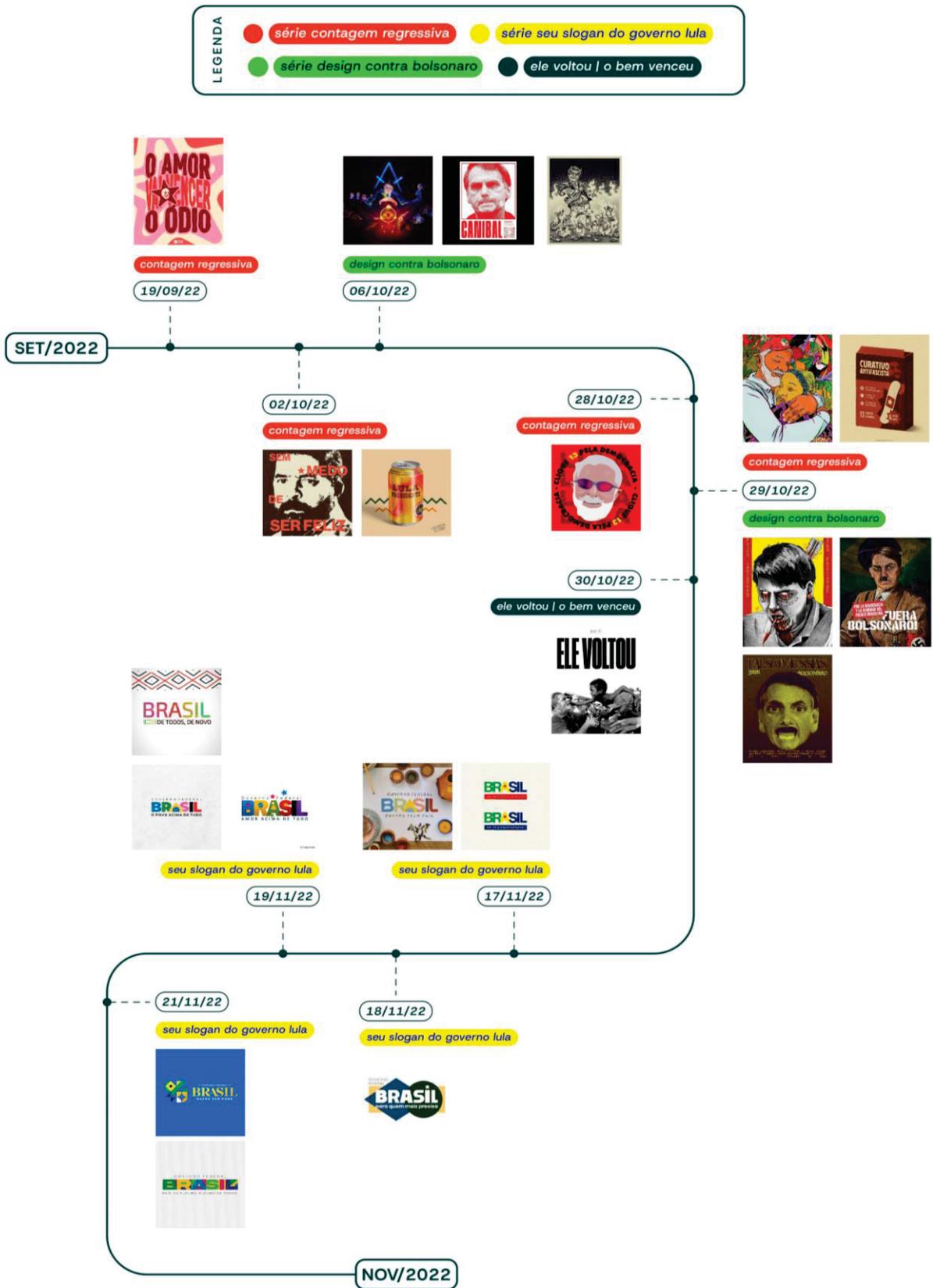


Figura 21: Cronologia das séries de imagens trabalhadas na pesquisa. Fonte: o autor (2025).

Antes de abordar as análises e discussões, apresentarei algumas concepções teórico-conceituais que tangenciam a compreensão sobre as séries de imagens que tratarei a frente.

Gustavo Bomfim (1999), ao escrever sobre as relações entre design, cultura e sociedade, argumenta que a atividade de configurar objetos e sistemas de informação, ou seja o design, incorpora fragmentos dos valores culturais onde está inserido. Assim, na visão do autor, os objetos fruto desta atividade se tornam uma “materialização dos ideais e das incoerências de nossa sociedade e de suas manifestações culturais assim como, por outro lado, anúncio de novos caminhos.” (Ibidem, p. 150). Em decorrência disso, o design tende a refletir as “contradições” de uma comunidade, funcionando “quer como anúncio, quer como denúncia” (Ibidem). Tal perspectiva é útil para se pensar a complexa relação que se estabelece na prática do design, onde, ao materializar determinadas visões e estruturas sociais, há a possibilidade de o design estar a serviço do *status quo*, ou tensionar e oferecer alternativas melhores a ele, seja como contestação, seja como proposição (Thorpe, 2012; Fuad-Luke, 2009).

Dessa forma, tomando esse último como horizonte de perspectiva, entendo que o design ativismo pode oferecer profícuas contribuições para refletir a respeito do papel social do design. Ao procurar contribuir com subsídios para que sejam revistos, repensados e realocados os lugares da sociedade, o design ativismo, enquanto um conjunto de práticas, procura criar uma “contranarrativa” (Fuad-Luke, 2009) ao *status quo*, propondo também uma oposição a práticas de design que reproduzem padrões dominantes e consensuais. Nesse sentido, concordo com Batista (2023) de que o design ativismo deve ser pensado a partir do interesse em fazer a diferença em algo, e não na busca pelo um bem comum consensual. Uma vez que, ao buscar pelo bem comum no estabelecimento de uma nova estrutura social, tal ação ainda poderá gerar novas formas de apagamentos e invisibilidades, por “ser incapaz de atender a todos os clamores” (Batista, 2023, p. 29) e necessidades.

Lohtaja (2021) argumenta que a prática projetual pode ser compreendida como um processo de reconfiguração estética, onde o design atua como uma forma de “produzir, reproduzir e contestar o que é considerado senso comum numa determinada comunidade.” (Lohtaja, 2021, p. 308). Sobre isso, julgo válido apontar que sua concepção de estética, alinhada ao pensamento do filósofo Rancière, versa não sobre

as harmonias das formas, mas sobre a estética como terreno de experiência sensorial, como um senso comum partilhado entre um grupo. Logo, o potencial estético do design, e neste caso trago isso para a concepção de design ativismo operante nesta pesquisa, reside em trabalhar, manipular e (re)desenhar um sistema de formas de que delimita espaços, tempos, lugares e (in)visibilidades (Ibidem, p. 309-310).

Assim, o design incorpora as relações e tensionamentos políticos de seu contexto de ação, tanto em seus processos, quanto em seus artefatos. Dessa forma, uma intenção ativista projetual reside em gerar formas que ofereçam outras formas de sentir, fazer e pensar a configuração da sociedade, uma reconfiguração do entendimento da nossa existência no mundo (Lohtaja, 2021). O design ativismo compreenderia um movimento que procura gerar um choque entre lógicas sociais (Markussem, 2019). Ao trabalhar com propósitos explícitos e intencionalidades direcionadas, abordando temáticas atreladas a demandas sociais, a produção de contranarrativas por meio do design procura contribuir para colocar em xeque as estruturas do *status quo*.

Nesse sentido, Thorpe (2012) oferece uma visão profícua para se pensar tais modos de produção. Na visão da autora, tanto estruturas, objetos, manifestações físicas e os próprios processos de design ativismo possuem a capacidade de resistir ao status quo, exigir mudanças e influenciar tomadoras/es de opinião. Assim, uma posição ativista dentro do design pode, e deve, ocorrer em todas as fases projetuais, desde sua concepção até o objeto resultante e as interações geradas por seu intermédio. Thorpe (2012) ainda nos provoca a entender o ativismo no design como um desafio aos padrões dominantes de poder, de modo que possam ser derrubados em favor de alternativas melhores. Em vista disso, o trabalho de modo consciente com padrões de poder, por parte das/os profissionais de design, advém dos mais variados níveis, tendo em vista que o poder “existe em todos os diferentes domínios da sociedade” (Thorpe, 2012, p. 27).

O conceito de “padrões de poder” apresentado pela autora suscita alguns desdobramentos, os quais pontuarei a seguir, e que se relacionam intimamente com o contexto em que as imagens do CE22 circularam. O conceito de poder em Thorpe (2012) está relacionado a capacidade de tomar e influenciar decisões, surgindo em relacionamentos nos mais diferentes níveis, como entre grupos ou indivíduos. A partir

de tal perspectiva, os “padrões de poder” corresponderiam a capacidade de instituições e sistemas da sociedade de orientar decisões que tendem a manter as coisas como estão, em padrões estáveis baseados em um conjunto de decisões anteriores. Segundo a autora, a estabilidade não tende a ser algo ruim, uma vez que é, em certa medida, necessária para que uma sociedade possa operar. Contudo, as lutas pelo poder emergem na constante tensão entre estabilidade e mudança. Situam-se no limiar de uma disputa de quando preservar o que já existe para manter a estabilidade, e quando promover mudanças na tentativa de superar os problemas do status quo (Thorpe, 2012).

Dessa maneira, o design ativismo atuaria em meio a estes padrões de poder, derivando sua potência de locais e pessoas fora das instituições dominantes, em uma luta constante para contribuir com a mudança de normas sociais e na transformação de nossas práticas e sistemas sociais. Esta chave de pensamento me faz refletir sobre a atuação do coletivo em meio as eleições, e como as imagens funcionavam como uma forma estética que buscava reconfigurar (ou não) determinados padrões de poder naquele contexto. Luciana Panke e Mário Messagi Junior (2023), ao refletirem sobre os acontecimentos do pleito de 2022, argumentam cenário de disputa era evidente.

Eleição é tempo de acentuar diferenças, momento em que os atores buscam canalizar sentimentos a favor de si ou contra seus adversários. É tempo de polarizar posições e tentar assumir um dos dois lados de um processo em geral dicotômico, por vezes maniqueísta, mas nunca esta guerra foi tão brutal e tão protagonizada nos dois pólos ideológicos da disputa quanto nas eleições presidenciais de 2022. Do lado progressista, Luís Inácio Lula da Silva; do lado conservador/reacionário, Jair Messias Bolsonaro (Panke e Messagi Junior, 2023, p. 10).

A afirmação das/os autoras/es parece deixar claro como a disputa pelo poder ganhava contornos que poderiam ser considerados até mesmo extremos, tendo em vista a ampla polarização que estava inscrita no contexto. E dentro do desenho de um cenário onde um antagonismo se evidenciava, entendo que as imagens do CE22 funcionavam como uma forma de se disputar os padrões de poder em jogo nas eleições. Nesse sentido, funcionariam como a extensão das relações de poder que estavam circunscritas na disputa entre Lula e Bolsonaro. Segundo Thorpe (2012), uma vez que o poder emerge a partir das relações sociais, “a materialidade e a espacialidade têm um papel na extensão, reprodução ou mesmo mudança do

equilíbrio de poder.” (Thorpe, 2012, p. 174-175). E nesse sentido, adiciono aos termos “materialidade e espacialidade” a palavra “visualidade”, no que compreendo a imagem, não somente como materialização de uma prática ativista no design, mas também como materializadora de disputas por poder.

Dessarte, acredito que essas imagens funcionavam em um nível micropolítico, o que suscita na existência de uma conjuntura em nível macro. Assim, considero que a disputa entre Lula e Bolsonaro para a presidência se consolidou em uma ampla conjuntura, onde ambos disputavam o poder (político, econômico e social) do país. E nesse cenário, as ações do coletivo, principalmente por meio da produção e circulação de imagens, seriam atos menores dentro de uma disputa de proporções maiores. Como bem lembra Thorpe (2012), as lutas pelo poder são encenadas por vários meios, muitas vezes combinados, onde estão presentes representações, artefatos, espaços, pessoas e dinheiro organizados. Logo, é possível compreendermos como as imagens veiculadas pelo coletivo podem ser concebidas como parte de uma luta, seja em apoio a um lado, seja em oposição a outro.

Contudo, tendo feito tais considerações, acredito que há uma certa limitação na análise da autora supracitada no que concerne aos padrões de poder que são disputados e tensionados por meio do design ativismo. Em sua perspectiva, o poder é construído, ou seja, obtido através de uma gama de relações sociais e econômicas, onde a força, a troca e a persuasão estão presentes (Thorpe, 2012). Em vista disso, apoio-me em Foucault (2005) para compreender que, ao tratar-se do poder, ele não é obtido, mas sim exercido. Para o autor, o poder “não se dá, nem se troca, nem se retoma, mas que ele se exerce e só existe em ato”, ao mesmo tempo que ele não é a “manutenção e recondução das relações econômicas, mas, em si mesmo, primariamente, uma relação de força.” (Foucault, 2005, p. 21).

A afirmação de Foucault (2005) deriva da apresentação de sua análise genealógica do poder, onde ele se contrapõe às perspectivas do poder jurídico, de ordem contratual, e do poder econômico, presente na corrente marxista, onde o poder está presente nas relações de produção da economia. Seu contraponto a essas perspectivas apresenta o poder a partir de duas afirmações, onde a primeira consiste em entendê-lo como um mecanismo de repressão — aquilo que reprime a natureza,

instintos, classe e indivíduos —, e a segunda em termos de um combate, enfrentamento, guerra.

Desse modo, ao considerar tais instâncias das relações de poder, o autor afirma que a política seria “a guerra continuada por outros meios” (Foucault, 2005, p. 22). O que compete em três cenários. Primeiro, as relações de poder são ancoradas em uma relação de força estabelecida em um determinado momento histórico, onde o poder político teria como função reinserir continuamente essa relação de força, por meio de uma guerra silenciosa, em instituições, desigualdades, linguagens e corpos. Por conseguinte, que as lutas políticas, os enfrentamentos pelo e com poder, deveriam ser interpretados como uma continuação da guerra, como fragmentos de um combate que não cessa. E por fim, que a decisão final do conflito se dá a partir da prova de força, “onde as armas [...] deverão ser os juízes” (Ibidem, p. 23).

A perspectiva foucaultiana sobre a política pode ser aproximada do que Panke e Messagi Junior (2023) compreendem sobre o contexto das eleições, uma espécie de “guerra brutal”, como mencionado anteriormente. Desse modo, o antagonismo que se inscrevia no contexto do pleito presidencial de 2022 estaria ancorado numa binariedade, onde uma “frente de batalha” colocava cada pessoa “num campo ou no outro”, sem neutralidade, onde tomavam partido sendo “adversários de alguém” (Foucault, 2005, p. 59). E dentro dessa binariedade, o coletivo, ou melhor, as imagens veiculadas por ele, tomavam posição (Didi-Huberman, 2017), situando-se sob uma relação belicosa de forças localizada em um contexto sócio-histórico onde a disputa antagonica pelo poder se fazia visível.

Nesse sentido, defendo o pressuposto de que as imagens veiculadas no CE22 seriam uma extensão das relações de poder que se faziam presentes nas eleições. Logo que, como argumenta Winner (1985), os próprios artefatos incorporam qualidades políticas, sejam como meios de estabelecer determinados padrões de poder em dado ambiente, sejam como formas da manutenção de lógicas de poder e autoridade já institucionalizadas. E neste ponto, entendo ser possível pensar a imagem enquanto objeto material do design que incorpora as políticas de determinado tempo e espaço. Assim, ao tratar da política enquanto uma ruptura, um espaço de confronto onde se reorganizam as estruturas sociais, a perspectiva de Rancière em “O Desentendimento”

(1996a) oferece alguns pressupostos teóricos para aprofundar o princípio da política enquanto disputa.

Partindo de uma análise das definições aristotélicas de política, o autor argumenta que, geralmente utilizamos a palavra *política* como uma definição de um “conjunto dos processos pelos quais se operam a agregação e o consentimento das coletividades, a organização dos poderes, a distribuição dos lugares e funções e os sistemas de legitimação dessa distribuição.” (Rancière, 1996a, p. 41). Esta noção usual, entendida como uma ordem que vai definir os locais e divisões das pessoas na sociedade, modos de ser, dizer e sentir, o autor propõe chamarmos de *polícia*. Para Rancière (1996a), a *polícia* procura designar os lugares e tarefas na ordem social, sendo “uma ordem do visível e do dizível que faz com que essa atividade seja visível e outra não o seja, que essa palavra seja entendida como discurso e outra como ruído.” (Rancière 1996a, p. 42). Logo, ao utilizar tal definição, compreendo que a noção de *polícia* se insere como uma noção de estruturação do *status quo*, que configura as ocupações dos espaços no tecido das relações sociais e quem e qual parcela serão ocupadas. Saliento que, ao afirmar isso, a *polícia* não compreende a figura do Estado, mas toda a ordem social onde Estado e sociedade estão inseridos, ou seja, a própria distribuição desses entes na comunidade.

A partir disso, o autor (1996a) procura pensar o conceito de política em uma noção mais restrita. Para ele, a partir da ideia de “desentendimento”³⁶, a política diz respeito a uma ação que “rompe a configuração sensível na qual se definem as parcelas e as partes ou sua ausência a partir de um pressuposto que por definição não tem cabimento ali: a de uma parcela dos sem-parcela.” (Rancière, 1996a, p. 42). Tal noção implica em uma definição de política instituída através do litígio, o encontro de dois processos heterogêneos, entendidos por ele como a ordem policial e a ordem da igualdade. Assim, pensar a política, implica em pensar em termos de uma disputa, que como argumenta o autor, não acontece a todo momento. A política só é possível

³⁶ Por *desentendimento* Rancière entende uma determinada situação em que a palavra do outro, o argumento, não é entendido pela outra parte, gerando-se um litígio. Em suas palavras, “o desentendimento se refere ao que é ser um ser que se serve da palavra para discutir. As estruturas de desentendimento são aquelas em que a discussão de um argumento remete ao litígio acerca do objeto da discussão e sobre a condição daqueles que o constituem como objeto.” (Rancière, 1996a, p. 13).

quando essa disputa acontece e é colocada em visibilidade, procurando reconfigurar o tecido social das relações que já está estabelecido, uma reconfiguração do próprio *status quo*.

Rancière (1996b) esclarece que, antes mesmo “de ser um conflito de classes ou partidos, a *política* é um conflito sobre a configuração do mundo sensível na qual podem aparecer atores e objetos desses conflitos.” (Rancière, 1996b, p. 372). Assim, a política instituiria uma disputa do que é visível e dizível na própria estrutura social, promovendo uma partilha do sensível³⁷, ou seja, a formação de uma comunidade que tem por base esse “encontro discordante das percepções individuais.” (Longman e Viana, 2010). Só há política quando ocorre esse movimento de reconfiguração litigiosa, movimento que redefine o que é comum nesta comunidade, introduzindo nesta partilha novos sujeitos e objetos, fazendo serem vistos e ouvidos aqueles que antes não tinham esta possibilidade. Entendo, a partir das acepções do autor, que a política não se figura como uma instituição de consenso, onde acorda-se e aceita-se os lugares que são distribuídos entre as partes, mas sim de dissenso, por um conflito que se instaura entre sujeitos conflitantes, de modo a produzir outras configurações sociais.

Este último ponto merece uma atenção, tendo em vista que a perspectiva proposta por Rancière (1996b) considera as relações entre consenso e dissenso como essenciais ao exercício do poder policial e político. O consenso no pensamento político de Rancière (1996b), caracteriza-se por ser um conceito intimamente atrelado à ordem policial, onde tem-se a pretensão de “objetivar os problemas, determinar a margem de escolha que comportam, os saberes requeridos e os parceiros que devem ser reunidos para sua solução. Disso supõe-se decorrer a composição dos interesses e das opiniões no sentido da solução mais razoável.” (Rancière, 1996b, p. 379). Esta noção de uma busca por um “bem comum” seria o que caracteriza a estruturação do tecido social em que estamos, onde a supressão dos conflitos promove um apagamento, uma nova exclusão da parcela dos “não contados”, pondo em visibilidade pessoas, artefatos e práticas que procuram oferecer uma nova ordem consensual. Há aqui a intenção de

³⁷ Rancière descreve o conceito de *partilha do sensível* como: “Essa distribuição e essa redistribuição dos lugares e das identidades, esse corte e recorte dos espaços e dos tempos, do visível e do invisível, do barulho e da palavra constituem o que chamo de partilha do sensível.” (Rancière, 2010, p. 21).

objetificar, tratar manifestações conflituosas como apenas um percalço que deve ser superado, para que a ordem social do bem comum possa continuar. Seria, como argumenta o autor, a supressão total da política (Rancière, 1996b).

Ao pensar nessa supressão da política por meio do consenso, o autor afirma que a política, para que aconteça, seria manifestada através do dissenso, ou seja, “uma perturbação no sensível, uma modificação singular do que é visível, dizível, contável.” (Rancière, 1996b, p. 372). Deste modo, antes de ser uma oposição entre o governo e as pessoas que o contestam, o dissenso se configura como um conflito “na distribuição dos espaços privados e públicos, dos assuntos de que neles se trata ou não, e dos atores que têm ou não motivos de estar aí para deles se ocupar.” (Idem). Sendo assim, o dissenso não se constitui como uma guerra de um lado conta o outro, mas como uma abertura para que situações de conflito possam ocorrer, situações ordenadas onde a discussão e a argumentação se fazem presente.

O autor ainda complementa, argumentando que a simples discussão de atores já instituídos na ordem social não configura um dissenso. Há-se a necessidade de que os “sem-parcela”, aqueles que não possuem um lugar na ordem comum, provem que há algo a argumentar, que há um mundo que os contém e possa ser colocado em disputa na configuração sensível ao lado do mundo que se tem por comum a todos. (Rancière, 1996b). Há a necessidade então, a partir dessa concepção, de procurar ficcionar esses outros mundos, colocar em visibilidade o que não está na ordem social vigente. Por dissenso, não é possível compreender como o confronto de atores já constituídos no campo social, mas sim através de um aparecimento conflituoso, de uma desestruturação do que temos por comum ao fazer aparecer algo que não tinha lugar antes.

Apesar de ser um conceito mais restrito, a visão de Rancière é útil para pensar a perspectiva de política para além do exercício do poder governamental. Assim, ao invés de partir de uma compreensão que versa sobre a gestão das relações sociais e materiais, a política pode ser compreendida partir da concepção de disputa, que busca romper com uma dada estrutura do mundo comum. Desse modo, seria possível concebermos, por exemplo, o bolsonarismo enquanto um devir político que produz dissenso, causando uma ruptura na ordem sensível.

Com isso em vista, fica claro que há certas distinções e aproximações entre as concepções de Foucault e Rancière sobre o conceito de política. Foucault revisita suas análises sobre o poder em estudos subsequentes aos da década de 1970, como em “O sujeito e o poder” de 1984, onde considera e provoca analisar as relações de poder a partir de suas práticas de resistência. Contudo, seu pensamento ainda reside no exercício do poder, onde este não seria “simplesmente uma relação entre ‘parceiros’ individuais ou coletivos;” mas sim um “modo de ação de alguns sobre outros” (Foucault, 1984, p. 242). Perspectiva que Rancière (2010, 2014) se distancia de certa forma, uma vez que considera pensar a política como um litígio, um “poder do um-a-mais que baralha a ordem da polícia.” (Rancière, 2014, p. 69). Para ele, pensar a política não é pensar o exercício do poder ou a luta por ele, mas compreendê-la enquanto a configuração de um espaço específico. Ou seja, a partilha “de uma esfera particular de experiência, de objetos colocados como comuns e originários de uma decisão comum, de sujeitos reconhecidos como capazes de designar esses objetos e argumentar a respeito deles.” (Rancière, 2010, p. 20).

Contudo, Foucault (1984) considera que as relações de poder não existem sem resistência, já que toda relação de poder implica em uma estratégia de luta, em uma “atração recíproca, um encadeamento indefinido e inversão perpétua” (Ibidem, p. 248). Ao que se aproxima do pensamento de Rancière (1996a), tendo em vista que esse considera que a política só ocorre quando há o pressuposto de uma ordem policial. Dessa forma, entendo que há uma convergência entre ambos os autores, mesmo com suas disparidades, onde é possível considerar que as relações de força podem ser vistas não sobre um ente sobre outro, mas “entre” sujeitos, e que ocorre nos mais variados níveis sociais. Relação esta que não deve ser considerada igual, uma vez que as disparidades de poder estão sempre presentes, mas que deve considerar a agência das pessoas, sejam elas as que mantêm o status quo, sejam elas as que sofrem a opressão, mas que possuem a capacidade de resistir.

Logo, apresento tais definições de modo a explicitar uma posição adotada nesta pesquisa da política como uma relação de disputa, onde os padrões de poder (Thorpe, 2012) são tensionados, questionando os lugares ocupados na estrutura social, ou

produzindo esforços para sua manutenção³⁸. Dessa forma, e no que tange ao objeto desta pesquisa, considero que tais disputas podem ser materializadas nas e pelas imagens através de uma prática ativista no design. Pois, como argumenta Lohtaja (2021), o design, em uma postura crítica, refere-se a um processo constante onde valores, normas e lugares são negociados, podendo revelar contradições e desacordos sociais.

Com isso em vista, as imagens servem como uma forma de decidir e enquadrar o que é incluído ou excluído por e em uma determinada comunidade (Lohtaja, 2021). No contexto das redes sociais, local onde as imagens desta pesquisa circularam, elas serviam como um território onde a disputa se materializava. Beiguelman (2021), ao fazer um balanço das estratégias bolsonaristas nas mídias, considera que é na imagem que “os embates se projetam socialmente” (Ibidem, p. 179), uma vez que deixa de ser lugar e meio de transmissão de ideias e linguagens. Assim, na “explosão de fotos, vídeos e muitos memes que desembocam rapidamente nas redes, a imagem se converte em um dos territórios de disputa mais importantes da atualidade”. (Ibidem).

Ao considerar tal perspectiva a respeito da imagem como local e extensão das relações de força, entendo que para analisar determinadas características das peças veiculadas no CE22 é necessário olhá-las dentro de seu contexto, o que aqui se desenha a partir das Eleições de 2022. Lucio Rennó (2022), ao traçar uma análise do bolsonarismo nas Eleições de 2022, elenca uma característica evidente dessas eleições: sua relação com os governos anteriores de Lula e Bolsonaro. Como aponta o autor, era a primeira vez que um presidente concorria à reeleição (Bolsonaro) em um enfrentamento direto com um ex-presidente (Lula). Assim, a dimensão retrospectiva ganhava fôlego, onde residia o julgamento sobre feitos e conquistas de ambos os governos, e alternativa a ser escolhida tenderia, pelo menos em tese, a qual foi melhor, com vistas a decidir o futuro (Ibidem, p. 159). O que o autor coloca em perspectiva, incute em pensar a imagem não apenas como um local de disputa das relações de

³⁸ Esclareço que, de modo a operacionalizar o uso desses conceitos nesta pesquisa, por vezes farei uso das dinâmicas das relações de poder em Foucault e da distinção entre política e polícia em Rancière, de modo a analisar e discutir a teia de relações presentes nas séries de imagens do CE22. O que permite uma aproximação mais clara do material empírico com a fundamentação teórica.

força que estavam em jogo nas eleições, mas também como mobilizadoras de temporalidades.

Nesse sentido, apoio-me na visão de Georges Didi-Huberman para pensar as imagens como um local de memória. Para o autor, as imagens figuram-se como rastros do real, fragmentos que carregam memórias, “um traço visual do tempo que quis tocar, mas também de outros tempos suplementares – fatalmente anacrônicos, heterogêneos entre eles – que não pode, como arte da memória, não pode aglutinar.” (Didi-Huberman, 2012, p. 216). Portanto, residiria na imagem uma memória, muito mais do que um fragmento do tempo em que ela foi produzida, mas um fragmento de outras temporalidades anteriores a ela mesma, advindo por intermédio de quem a produz e de quem a olha. Ela seria, como diria Etienne Samain, “um grande jardim de arquivos declaradamente vivos.” (Samain, 2012, p. 23).

Didi-Huberman (2015, p. 25) afirma que as imagens “tiveram, trouxeram e produziram memórias”, elas possuem uma dinâmica de montagem que acolhe na imagem diversas temporalidades. Dessa forma então, segundo ele, seria necessário abrir o olhar, compreender que o leque de plasticidades que compõe a peça não pode ser visto apenas por um olhar do “artista e seu tempo”, mas sim como um leque de possibilidades simbólicas diversas numa mesma imagem e guiadas a partir do olhar que colocamos sobre elas (Didi-Huberman, 2015). Logo, creio que se faz necessário pensar a imagem em termos de fenômenos que fazem arder o tecido social e interpelam nosso cotidiano, ao mesmo tempo que se instituem como local de memórias de tempos presentes e passados e de expectativas de um futuro, como lugar de questionamento, terreno de questões da nossa história e que nos convocam a tomar posição diante delas (Samain, 2014, p. 53).

Julgo que esta noção de imagem para Didi-Huberman, em ser pensada a partir da ideia de memória, dessa “montagem de tempos heterogêneos” que formam “anacronismos” (Didi-Huberman, 2015, p. 23), possibilita olhar de outras formas para as imagens produzidas por designers e artistas ativistas e veiculadas pelo Coletivo Design Ativista. Compreendendo-as para além de uma resposta ao contexto e urgências do seu tempo, mas também como visualidades que carregam um passado em sua composição, um “valor testemunhal, um legado de memória”, “e também esperança” (Didi-Huberman, 2017a).

Portanto, é possível, a partir do pensamento do autor, compreender como as imagens são reconfiguradas no presente onde, ao mesmo tempo que acionam temporalidades passadas, também se figuram como uma esperança para um futuro. À luz dessa compreensão, a imagem está sempre em movimento, alocada entre uma temporalidade e outra, “tensionadas entre o passado e o presente” (Rancière, 2007, p. 206). Configuram um trabalho que se cria no intervalo entre formas efetivas da comunidade, conectando-se com outras imagens, objetos, vozes, rostos e palavras, e tecendo relações, desacordos e desentendimentos que fraturam a estrutura social e “modificam o sentido do comum” (Calderón, 2021, p. 33).

Ao tomar a imagem como esse artefato que agrega diferentes temporalidades e relações em si, concordo com o posicionamento de Rancière (2021) ao considerá-las enquanto um objeto que não é passivo. Na visão do autor, a imagem funciona como um dispositivo que opera a conexão de “uma forma visível a outra”, ligando-a a enunciados dizíveis, a um modo de estruturação do tempo e do espaço, e a modos de percepção, compreensão e interpretação (Ibidem, p. 46). Como operação, ela se relaciona com valores e formas sociais convenientemente circulados em dado cenário histórico, mas que se articulam e rearticulam ao passo em que são colocadas em relações com outros elementos para além daqueles com que elas se relacionam primeiramente. São artefatos que estruturam o mundo comum em suas relações e alterações num dado recorte do tempo e espaço (Rancière, 2021).

Dessa forma a imagem, ao realizar um trabalho que coloca em suspensão e relação elementos heterogêneos, atua como um dispositivo, que realiza operações “simultaneamente complementares e contraditórias” (Calderón, 2021, p. 19). Tal visão incute pensar a imagem como uma teia de relações, teia essa que realiza o trabalho de tornar possível visibilidades produzidas e circuladas em determinado cenário social, histórico e político. Nesse sentido, trabalham construindo tecidos do real, tecidos que conjugam e produzem as disputas pelo poder, retendo e projetando no tempo histórico versões dos acontecimentos (Marques et al, 2020; Mauad e Lopes, 2012). São formas de estruturação do mundo comum que produzem, acionam e mobilizam memórias, disputas e narrativas, constituindo regimes de visibilidade (Marques et al, 2020).

Em suma, entendo que a imagem, enquanto artefato material do design, pode ser compreendida enquanto um dispositivo que opera produzindo e regulando

determinadas formas do visível em dado contexto sócio-histórico. Esse posicionamento implica em tomar a imagem enquanto uma forma que entrelaça e põe em colisão determinadas formas de compreensão, discursos e temporalidades que configuram o tecido social. E ainda, enquanto formas estéticas, servem como uma extensão do tensionamento (ou não) dos padrões de poder por meio de práticas ativistas no design, bem como território das disputas, políticas e policiais, que perfazem nosso tempo.

Assim, tendo feito essa exposição teórico-conceitual geral, apresento nos subcapítulos que se seguem as análises e discussões das séries “Contagem Regressiva”, “Design Contra Bolsonaro” e “Seu Slogan do Governo Lula”.

4.1 FALTAM POUCOS DIAS PARA O 13: SÉRIE “CONTAGEM REGRESSIVA”

Neste subcapítulo abordarei as análises das imagens da série “Contagem Regressiva”, que compreende as imagens circuladas no 1º e no 2º turno das Eleições de 2022. Tais peças gráficas foram produzidas visando articularem possíveis incentivos de voto a Luís Inácio Lula da Silva nas semanas anteriores aos dias de pleito, 02 e 30 de outubro, respectivamente. Logo, utilizo como material as convocatórias e, na sequência, as produções oriundas delas em apoio a Lula, que serviam como contagem regressiva aos dias de votação. Para dar sentido aos artefatos gerados, abordo posteriormente aspectos gerais do Lulismo enquanto uma narrativa, e por fim apresento as análises das imagens que compõem a série aqui trabalhada.



Figura 22: Publicação da convocatória "Contagem Regressiva" para o 1º turno das eleições. **Fonte:** coletivo Design Ativista (@designativista) e Lulaverso (@lulaversoficial) (2022).

A publicação da primeira convocatória para produção de materiais em apoio a Lula se deu em 16 de setembro de 2022, cerca de 16 dias antes do primeiro turno das eleições (figura 22). Esta convocatória teve como marca ser uma parceria entre o coletivo Design Ativista e o perfil Lulaverso, abordado no capítulo anterior. Conforme a imagem acima, a convocatória visava articular a produção em massa de imagens para serem veiculadas na data que marcaria 13 dias faltantes para o pleito, em referência ao número de Lula e seu partido (PT) naquelas eleições. Na legenda da publicação o apoio a Lula e sua associação com ideais de felicidade e esperança eram claros, como mostra o trecho abaixo:

! QUER AJUDAR A ELEGER LULA? !

Espalhe a importância de decidirmos as eleições no primeiro turno! Falta pouco pro Brasil sorrir de novo! 😊 ✨ Arregace as mangas, bote a mão na massa, coloque sua arte pra jogo e divulgue massivamente na internet! (Design Ativista, 2022g)

Noto na segunda frase da legenda uma intencionalidade do próprio coletivo em incentivar uma possível decisão ainda no primeiro turno das eleições. Mário Messagi Jr (2023, p.17), aponta que a vitória de Lula numa decisão de primeiro turno por vezes aparecia “como uma possibilidade real”. Como aponta o autor, até março daquele ano,

Bolsonaro aparecia como favorito nas pesquisas, com vantagem ou próximo de Lula, onde saía na frente com 31% em comparação aos 21% do candidato petista de acordo com a Real Time Big Data em 9 de março de 2022. O cenário começou a mudar a partir de maio, onde Lula começou a crescer nas pesquisas, por vezes oscilando, mas sempre se mantendo acima de Bolsonaro, como mostrava o PodeData em 7 de julho, com Lula registrando 43% e Bolsonaro 26% (Messagi Jr, 2023, p. 17). Nos 15 dias que antecederam o primeiro turno, em matéria divulgada no jornal Brasil de Fato, Vivian Virissimo (2022) apontava como as pesquisas continuavam a dar vantagem para Lula, onde o candidato aparecia com 49% dos votos válidos.

Contudo, o resultado não foi como o esperado para ambos os lados. Ainda na noite de domingo, no dia 02 de outubro, definiu-se matematicamente a disputa em segundo turno para presidente da República entre Luiz Inácio Lula da Silva (Coligação Brasil da Esperança), e Jair Bolsonaro (Coligação pelo Bem do Brasil). Após a totalização da apuração das seções pelo Tribunal Superior Eleitoral, Lula havia obtido 48,43% dos votos válidos (57.259.504 votos) enquanto Bolsonaro ficava logo atrás, com 43,20% dos votos válidos (51.072.345 votos) (TSE, 2022).

Dado o cenário do resultado após o primeiro turno, em 09 de outubro o coletivo lançou em seu canal de demandas do Telegram uma mensagem breve, com vistas a reunir imagens para uma publicação de apoio a Lula. Iniciava-se assim a contagem regressiva de 21 dias para o segundo turno.

Salve povo! Todo mundo recuperado do primeiro turno? Temos uma batalha pela frente, faltam 21 dias pro segundo turno!
 Produziram artes nessa última semana? Manda aqui nos comentários pra gente
 E fiquem ligadas e ligados aqui no canal que nos proximos dias tem briefing novo
 Vamo pra cima ver esse Brasil feliz de novo! (Design Ativista, 2022 – Anexo 4)

O lançamento de mensagens de briefings relâmpago continuou a ocorrer durante os dias que antecederam o segundo dia de votação, variando nas temáticas entre o apoio a Lula e a oposição a Bolsonaro, além de temáticas que envolviam a disputa do governo estadual de São Paulo (Anexo 4). No dia 12 de outubro de 2022, a 18 dias faltantes, o coletivo publicou em seu perfil do Instagram a convocatória “Força Tarefa Design” (figura 23). A postagem tinha por objetivo direcionar as/os participantes

e o público em geral do coletivo no Instagram para a produção e divulgação de imagens a favor de Lula e contra Bolsonaro.



Figura 23: Publicação da convocatória "Força Tarefa Design" para o 2º turno das eleições. **Fonte:** coletivo Design Ativista (@designativista) via Instagram (2022).

Na legenda da publicação, o coletivo apenas fazia menção a Lula no “título da publicação”, para logo em seguida argumentar pela articulação das/os participantes em prol da derrota de Bolsonaro, como se apresenta no trecho: “ **⚠️ FALTAM 18 DIAS PARA LULA13! ⚠️** / Quer ajudar o @DesignAtivista nessa batalha contra Bolsonaro nos próximos dias? Bora! 🏃 ” (Design Ativista, 2024 – Anexo 4)”. A convocatória instituiu por si só uma disputa, evidenciando a polarização presente na reta final para o segundo turno no dia 30 de outubro de 2022. Mas para além disso, marcava como Lula era visto enquanto aquele que derrotaria a ameaça fascista que Bolsonaro representava.

Dessa forma, antes de abordar as imagens da série “Contagem Regressiva”, julgo necessário contextualizar brevemente, uma vez que este será acionado ao longo das análises, um discurso³⁹ que atravessa e se materializa nessa convocatória: o

³⁹ Saliento que, me pautarei pela definição que Fabris (2011) elabora, em diálogo com Martín-Barbero, sobre o discurso enquanto acontecimento de poder. Para a pesquisadora, o termo discurso, também compreendido como narrativa, refere-se a uma articulação entre diferentes enunciados materiais e imateriais organizados e atrelados aos processos históricos, e que sofrem processos de controle, exclusão e ritualização. Tendo isso em vista, assinalo que utilizarei por vezes os termos “discurso” e “narrativa” enquanto correlatos, entendo o lulismo, e posteriormente o bolsonarismo, enquanto um discurso, ou narrativa, que regula e produz determinadas formas de saber sobre o que é considerado verdade em dado contexto histórico. Contudo, apesar este uso não pressupõe uma afiliação com

lulismo. Logo, parto da perspectiva desenvolvida pelo pesquisador e cientista político André Singer no artigo “Raízes sociais e ideológicas do lulismo”.

Singer (2009) argumenta que o lulismo se apresenta como resultado de um realinhamento eleitoral que havia ocorrido em 2006, ano que marcava o quarto ano do primeiro mandato de Lula como presidente, bem como ano de eleições para cargos representativos federais e estaduais. Em 2002, quando foi eleito, Lula tinha um apoio significativo de setores estudantis, do funcionalismo público, e trabalhadoras/es assalariados/as com segundo grau completo, além de ter alianças firmadas com setores empresariais e de centro-direita. Contudo, Lula e seu partido, “expressavam as características da esquerda em uma nação cuja metade mais pobre pendia para a direita.” (Singer, 2009, p. 90), uma vez que a parcela mais carente da população não o via como opção, o que só mudou após sua eleição em 2002.

A partir da realização de um “completo programa de classe”, voltado ao subproletariado, Lula construiu uma substantiva “política de promoção do mercado interno” voltado à população menos favorecida (Ibidem, p. 98). Tais políticas públicas compreenderam um tripé econômico, que estaria calcado na criação do Bolsa Família, no primeiro aumento real do salário-mínimo e a expansão de programas de crédito consignado. Além disso, outras iniciativas também foram importantes, como o “Luz para Todos (de eletrificação rural), regularização das propriedades quilombolas, construção de cisternas no semiárido etc. [...]” (Ibidem, p. 93).

Entretanto, é válido ressaltar que tais programas foram acompanhados de uma postura conciliatória de Lula junto a setores privados do capital, bem como associações com partidos de centro-direita. Nessa via, seu governo trabalhou em prol de uma estabilidade interna, tomando para si um discurso alinhado, pelo menos em partes, a uma postura conservadora e neoliberal (Singer, 2009). Em uma ausência do avanço da esquerda, em decorrência do afastamento do político com as pautas históricas de seu partido, como aponta o autor supracitado, Lula encontrou uma outra via para o subproletariado, “amoldando-se a ele” e o “constituindo-o como ator político” (Ibidem, p. 99). O que levou a uma emergência de uma nova força, o lulismo,

abordagens de análise discursiva, mesmo que utilize tais termos, tendo em vista a estrutura de análise anteriormente definida no capítulo de método desta pesquisa.

que representava “a expectativa de um Estado o suficientemente forte para diminuir a desigualdade, mas sem ameaçar a ordem estabelecida.” (Singer, 2009, p. 84).

Julgo necessário pontuar de forma breve tais pontos do que Singer (2009) conceitua como Lulismo, uma vez que tal conceito, ou discurso, possibilita compreender como o apoio a Lula e as narrativas que foram veiculadas naquele contexto podem estar inseridas dentro de uma estrutura discursiva formado antes mesmo das eleições. Nesse sentido, entendo que o Lulismo, enquanto um discurso histórico se atualiza no tempo e espaço, e produz determinadas formas de ver e ser visto a partir de determinados enunciados associados a ele.

Tendo essa noção em vista, abordarei neste subcapítulo seis imagens, a saber: “Amor x Ódio”, de Felipe Gomes; “Curativo Antifascista” de Nicolás Corrêa; “Clique 13 pela Democracia”, de Leonan Hollen Studio; “Lula Presidente, Felicidade Novamente”, de Vinicius Varizi; “Lula nos braços do povo” de Katira; e por fim, “Sem medo de ser feliz” de autoria desconhecida.

Posto isso, começo pela imagem “Amor x Ódio” (figura 24), de autoria de Felipe Gomes (@felipegmsp), que foi veiculada em 19 de setembro de 2022, 13 dias antes do primeiro turno das eleições.

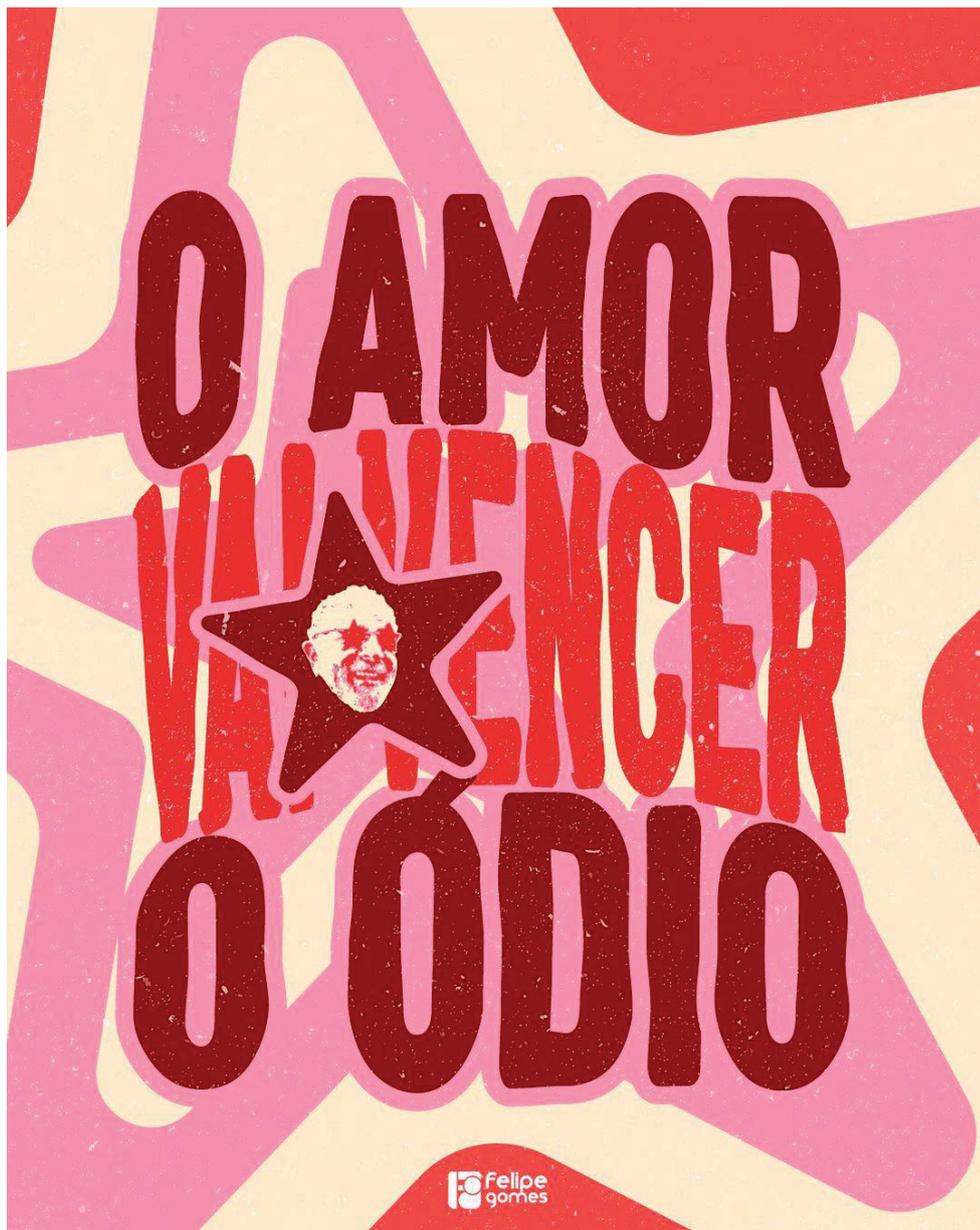


Figura 24: Amor x Ódio. **Fonte:** Felipe Gomes (@felipegmsp) via Instagram Design Ativista (2022).

Produzida em formato vertical, a imagem compreende uma espécie de ilustração digital, realizada a partir do uso de lettering e montagem, tendo em vista a utilização da imagem de Lula. Em relação a seus aspectos plásticos, o uso das cores chama a atenção pela saturação. Há uma predominância dos tons de vermelho, variando entre um tom mais escuro, quase bordô, e outros mais claros, como o rosa. Aqui poderiam ser feitas duas associações da cor a possíveis referenciais, uma em relação ao partido de Lula, o Partido dos Trabalhadores, e outra ao amor, que é reiterado pela frase utilizada. É possível também percebermos uma textura sobre toda

a imagem, comumente chamada de “grunge texture”, bem como uma irregularidade nas bordas da tipografia utilizada para compor o lettering.

Identifico dois elementos icônicos, a estrela e a o rosto de Lula, que usa óculos em formato estrelado. Em relação ao primeiro, o uso do elemento se dá em toda a composição, no fundo da imagem, como se estivesse pulsando, brilhando, em decorrência do uso alternado das cores e dos tamanhos. É válido destacar que essa associação da estrela e brilho é marcada no *jingle* “Sem medo de ser feliz”, lançado na primeira campanha de Lula para presidente, ainda em 1989. A música foi escrita pelo compositor Hilton Acioli, e interpretada pela primeira vez nas vozes de Chico Buarque, Gilberto Gil e Djavan (Campanha, 2022). Dentre outras frases que compunham a música, destaco o seguinte trecho “Lula lá, brilha uma estrela / Lula lá, cresce a esperança / [...] Pra você meu primeiro voto / Pra fazer brilhar nossa estrela” (Jingles, [s.d.]a).

O jingle ainda foi relançado em 2022, na disputa da reeleição para o terceiro mandato. Com mudanças substanciais em alguns trechos, ainda se manteve a associação de Lula com a estrela, como evidenciam os trechos: “Há uma voz que tentaram calar / Mas essa estrela não vai se apagar / [...] / Lula lá / Brilha nossa estrela / [...] / Oportunidade pra sorrir / E brilhar nossa estrela” (Jingles, [s.d.]b). A associação do ícone de estrela presente na imagem com esses possíveis referenciais parece sugerir uma atualização de um discurso que relaciona a constituição subjetiva de Lula a de um político resiliente. Dessa forma, Lula sai de um sindicalista disputando a presidência pela primeira vez 1989, para um candidato ao terceiro mandato em 2022, cuja integridade política não foi abalada apesar de acusações de corrupção e uma prisão, a qual o impediu de disputar as eleições de 2018⁴⁰.

Nesse sentido, ao visualizar na imagem essa construção de um político resiliente, destaco também o enunciado “O amor vai vencer o ódio”. O antagonismo que a frase institui se torna claro, seria como trocar “amor e ódio” por “Lula e

⁴⁰ Em setembro de 2018, o Tribunal Superior Eleitoral indeferiu o registro da candidatura de Lula para disputar as eleições à presidência. A decisão se deu com base na Lei da Ficha Limpa, tendo em vista suas condenações na Operação Lava Jato, onde havia sido considerado culpado pelos crimes de corrupção passiva e lavagem de dinheiro. Em 2021, o Supremo Tribunal Federal anulou as condenações por falta de provas e parcialidade do Juiz Sérgio Moro. (Schreiber, 2022).

Bolsonaro”. A frase e o antagonismo do enunciado acionam uma fala de Lula em um comício em 2022, presente em um pequeno trecho publicado em seu canal do YouTube, com o título “O amor vai vencer o ódio”. No trecho em questão, ao discursar para diversas pessoas que vestiam camisetas vermelhas, Lula argumenta como as Eleições de 2022 eram sobre “a democracia contra o fascismo”, “a verdade contra a mentira”, “o amor contra o ódio” (Lula, 2022a)⁴¹.

Esse imaginário de um Lula sinônimo de amor foi marcado diversas no contexto dos dois turnos das Eleições de 2022, até mesmo em declarações do candidato. Em entrevista ao Flow Podcast⁴² no dia 18 de outubro de 2022, Lula declarou, em tom de brincadeira, que “Um homem sem amor não é nada, no meu governo todo mundo vai namorar”. A frase viralizou na internet e foi apontada como um programa social, nomeado de “Meu crush, Minha vida” (OGlobo, 2022), em referência ao programa de financiamento de moradia “Minha Casa, Minha Vida”, criado no segundo governo Lula em março de 2009⁴³.

Paralelamente, essa associação de Lula com amor marca ainda certas temporalidades que atravessam e extrapolam as Eleições de 2022, estando presente em seu discurso conciliador de sua primeira eleição de 2002, por exemplo. Conforme aponta André Singer (2009), a posição de Lula em 2002 mudou de um sindicalista para um candidato “paz e amor”, tendo assumido uma posição conciliatória ao fazer união com um “partido e centro-direita, anunciar um candidato a vice de extração empresarial, assinar uma carta-compromisso com garantias ao capital [...]” (Singer, 2009, p. 90). Em matéria de 22 de setembro de 2022, a poucos dias do segundo turno, Lula deu uma entrevista no Programa do Ratinho⁴⁴, onde, ao falar sobre sua posição como um político que se coloca próximo do povo sem distinção ideológica, o candidato

⁴¹ As falas são proferidas a partir do minuto 00:36. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=1zaGaYLGsao&ab_channel=Lula. Acesso em: 26 nov. 2024.

⁴² Flow é um programa de podcast brasileiro atualmente apresentado por Igor Coelho, conhecido como Igor 3K. O programa faz parte do Estúdios Flow, considerada a maior hub de podcasts do Brasil. (OGlobo, 2024).

⁴³ O programa Minha Casa, Minha Vida (PMCMV) “tem por finalidade criar mecanismos de incentivo à produção e aquisição de novas unidades habitacionais, requalificação de imóveis urbanos e produção ou reforma de habitações rurais” para famílias com renda mensal de até R\$ 4.500,00 ou até 10 salários-mínimos (IPEA, 2024).

⁴⁴ O “Programa do Ratinho” é um reality show brasileiro de entretenimento, apresentado por Carlos Roberto Massa (Ratinho) e veiculado pela emissora Sistema Brasileiro de Televisão (SBT, [s.d.]).

preferiu a frase: “Eu quero paz e amor. Lulinha paz e amor voltou com força total” (Lula via Reuters, 2022). A partir disso, noto que a construção da imagem pautada por uma associação de Lula a um ideal de amor aproxima-se não apenas de uma narrativa estabelecida desde 1989, mas também das estratégias que o político e sua campanha promoveram durante o período eleitoral. Assim, tem-se a constituição de uma visibilidade de Lula com uma noção de amor que acaba por reforçar um discurso dele como conciliador, preocupado com o povo, mas que ao mesmo tempo que faz acenos a outros setores mais liberais e à direita do governo.

Destaco por fim o signo do rosto de Lula, onde é possível percebermos uma feição feliz no rosto do candidato, enquanto ele utiliza óculos com lentes de estrelas vermelhas. A imagem, deriva de uma fotografia de autoria de Ricardo Stuckert, fotógrafo oficial de Lula, publicada pelo perfil oficial de Lula na rede social X (antigo Twitter), que apresento abaixo (figura 25). A fotografia foi divulgada no dia 19 de junho de 2022, com a legenda “Lula de juliet ou estrela vermelha, qual vocês preferem? #EquipeLula”.

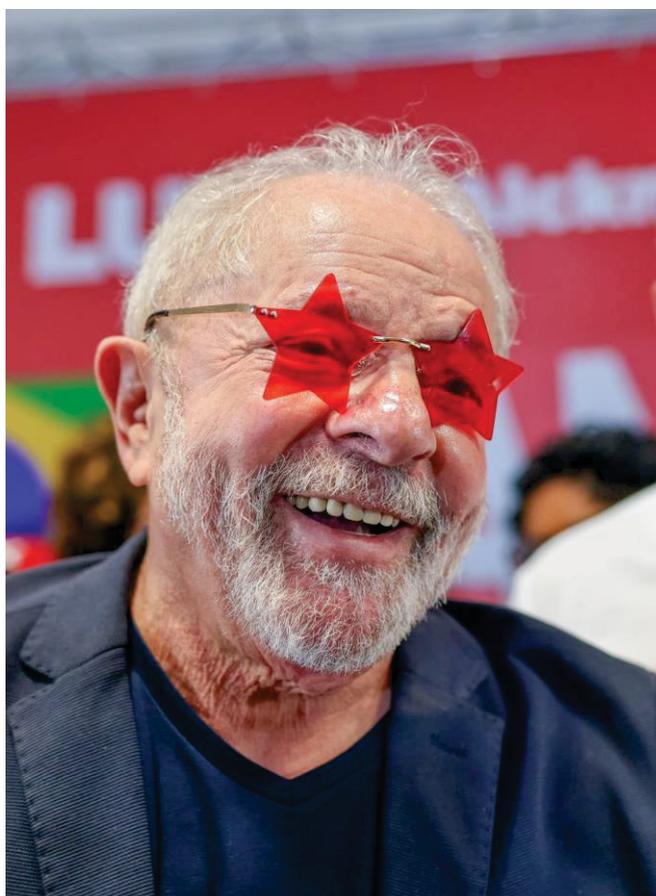


Figura 25: Fotografia de Lula com óculos de estrela. **Fonte:** Ricardo Stuckert, via X (@lulaoficial) (2022)

O uso da imagem de Lula na composição pode ser compreendido não somente pelo seu caráter referencial, mas também pela capacidade de sobrevivência, produzindo uma outra imagem que faz veicular um discurso de Lula enquanto sinônimo de amor e conciliação. Seria assim uma imagem-sobrevivente, conforme aponta Didiana Prata ao explicar que esse tipo de imagens “desafiam o tempo cronológico e estão encarnadas em fórmulas primitivas às quais recorreremos devido a sua essência filosófica, estética, antropológica, fenomenológica e, portanto, afetiva.” (Prata, 2022, p. 230). A vista disso, o uso de uma imagem que parecia somente servir como forma de engajamento online, de Lula como um político próximo de seus seguidores, ganha outros contornos, onde outras significações (amor, conciliação, esperança) são adicionadas.

Assim, compreendo que a imagem de Felipe trabalha em algumas frentes. Por um lado, serve como forma de se inserir em uma rede onde o discurso de Lula enquanto vetor de amor para com o povo e o país é reiterado, aproximando-se da narrativa que o próprio político construía para si. Por outro, acessa e mobiliza outras temporalidades, que acionam e materializam uma visão conciliatória e resiliente de Lula, do político preocupado com o povo desde sua primeira disputa para as eleições em 1989, e que funciona como a esperança para um futuro. E por fim, instituía e corroborava a disputa que se fazia presente nas eleições entre Lula e Bolsonaro, os colocando em uma relação dicotômica, onde se produzia um antagonismo evidente, e que somente um lado poderia vencer.

A mesma imagem-sobrevivente de Lula com os óculos de estrela é possível de ser observada na imagem “Curativo Antifascista” a seguir (figura 26), de autoria de Nicolás Corrêa (@nicolasccorrea). A imagem foi divulgada na véspera do segundo turno das eleições, em 29 de outubro de 2022.



Figura 26: Curativo Antifascista. **Fonte:** Nicolás Corrêa (@nicolasccorrea) via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

Na imagem acima é possível destacar alguns pontos. Iniciarei por seus elementos plásticos. Nesse sentido, no que tange as cores, novamente o vermelho predomina na imagem, sendo utilizado a partir de variações de sua saturação. Além disso, o uso de tons creme também está presente na composição do fundo e nas informações presentes na caixa, de modo a gerar um contraste com o uso do vermelho. Percebo também o uso de uma textura granulada sobre a imagem, bem como pequenos desgastes nas bordas das caixas, como uma forma de indicar que o material é uma espécie de papelão ou papel kraft. Além disso, o uso da perspectiva e da sombra na parte inferior direita da imagem constroem uma impressão de objeto tridimensional.

Em relação a seus elementos icônicos, nota-se novamente a imagem de Lula com os óculos de estrela, conforme anteriormente mencionado. Contudo é possível visualizarmos algumas mudanças na feição e no ângulo do rosto, que se volta para cima, além do semblante mais sério. Além disso, destaco o curativo no canto direito da imagem, que traz em seu centro um retângulo vermelho sobreposto por uma estrela, bem como o eneágono (estrela de 9 pontas), que serve de apoio para os elementos verbais, além de ser utilizado na composição de fundo presente na caixa. Por fim, há três pequenos ícones presentes no lado esquerdo da imagem, que compreendem: o centro da bandeira do Brasil, um escudo de proteção, e uma estrela.

Acredito que esses elementos servem como ícones de sinalização, uma forma de facilitar a compreensão da informação verbal aos quais estão associados. Nesse sentido, julgo necessário destacar tais elementos linguísticos para colocá-los em relação. Na parte superior é possível ler a frase “Curativo Antifascista”, como se fosse indicasse o nome do produto. Abaixo, visualizo algumas informações, que servem como benefícios do produto: “Recupera a bandeira do Brasil”; “Protege as minorias”; e “Restaura as esperanças”. Além disso, há também indicativos da quantidade, a partir da frase “Contém 13 unidades”, como alusão ao número de Lula nas eleições, bem como a indicação de validade, “Dura 4 anos”, referenciando a duração do mandato do presidente a ser eleito, e as palavras “Vide Lula” no lateral direita da imagem, numa troca entre as palavras “bula” e “Lula”.

Há, dessa forma, uma associação evidente na imagem: Lula enquanto esperança e protetor do povo brasileiro. Nesse sentido, recorro primeiramente, de forma breve, ao jingle da campanha de Lula utilizado em 2022 e o anúncio do início de sua campanha. Como já citado anteriormente, a música da campanha de Lula em 2022 era baseada em sua homônima de 1989. Em ambas, a associação de Lula com um ideal de esperança estava presente, porém com uma diferença, na versão de 1989 lia-se “Lula Lá / Cresce a esperança”, já na versão de 2022 tínhamos “Lula Lá, Renasce a esperança”. Há uma evidente atualização de um argumento em que Lula simbolizaria nas eleições atuais um renascimento da esperança tragada pelo governo Bolsonaro. Essa atualização também é evidente no vídeo de anúncio da abertura das propagandas

eleitorais, divulgado por Lula em seu canal do YouTube em 16 de agosto de 2022. No trecho final de sua fala, no minuto 00:57⁴⁵, o político profere a frase “Falta pouco para a esperança vencer de novo” (Lula, 2022b). Dessa forma, a imagem ao tratar da recuperação da esperança aciona não somente uma narrativa consolidada sobre Lula enquanto um vetor de esperança, mas também se alinha a uma visibilidade gestada pela própria campanha de Lula.

Em torno dessa narrativa, é necessário apontar também como tal visibilidade está calcada em um discurso de proteção construído desde seu primeiro governo, como aciona a frase “Protege as minorias” presente na imagem. Singer (2009) argumenta que a partir de ações governamentais que aumentaram o acesso e poder de compra das populações mais pobres durante sua gestão de 2002 a 2005, Lula atingiu uma parcela da população do “fundo da sociedade, onde circulam personagens de escassa visibilidade” (Singer, 2009, p. 85). Tal ação, nas palavras de Singer, contribui para uma crescente inclinação dessa população em “manter no Palácio do Planalto o ex-retirante pernambucano que tinha as mesmas origens dos seus recém-apoiadores” (Singer, 2009, p. 85).

E essa narrativa de cuidado com populações minoritárias se manteve na campanha de 2022. Em um ato político em Curitiba, no dia 17 de setembro, Lula falou em prol das comunidades LGBTQ+: “Quero que LGBTs sejam respeitados. Precisamos ter certeza que o preconceito é uma coisa nojenta” (Lula em Redação Paraná, 2022). Logo, noto como a imagem, ao mobilizar determinadas memórias, circulantes tanto no período das Eleições de 2022, quanto aquelas acionadas de seus governos anteriores, contribui para a constituição de uma visibilidade que coloca Lula como protetor. Um presidente que cuida das minorias ameaçadas pelo fascismo bolsonarista⁴⁶.

Por fim, e deslocando a análise da figura de Lula para Bolsonaro, entendo a utilização da frase “Recupera a bandeira do Brasil”, Nicolás estabelece uma clara relação com o discurso nacionalista e de cooptação de Bolsonaro em torno da

⁴⁵ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=oMsqjYEXvpw&ab_channel=Lula. Acesso em 26 nov. 2024.

⁴⁶ Sobre a associação de Bolsonaro ao fascismo, abordarei de forma mais aprofundada no subcapítulo a seguir sobre a série “Design Contra Bolsonaro”.

bandeira do Brasil. Durante o discurso de sua posse, em 01 de janeiro de 2019, Bolsonaro argumentou que o país começou a se libertar do socialismo e do politicamente correto, brandando ao final, enquanto segurava a bandeira do Brasil em mãos (figura 27): “Essa é a nossa bandeira, que jamais será vermelha. Só será vermelha se for preciso nosso sangue para mantê-la verde e amarela.” (Brígido e Gulino, 2019). Conforme apontam Freitas e Boaventura (2022), ao analisarem a bandeira do Brasil e seu uso como um ethos de apoio ao bolsonarismo nas Eleições de 2022, a bandeira não pertencia, a priori, a algum lado na polarização política, mas que seu uso “passou a significar, no contexto sociopolítico brasileiro, uma parcialidade inconfundível à direita do centro – mais especificamente denotando o movimento bolsonarista de extrema direita.” (Freitas e Boaventura, 2022, p. 623).



Figura 27: Bolsonaro segurando a bandeira do Brasil em posse no dia 01 de janeiro de 2019. **Fonte:** Reprodução (2019).

Em um vídeo publicado no perfil do Facebook de Lula no dia 31 de março, com o título “A bandeira do Brasil é nossa. Ela jamais será daqueles que traíram o país.”, Lula discursava em um comício com amplo público⁴⁷. Ao caminhar pelo palco, segurando a bandeira do Brasil em mãos, Lula falou “Companheiros, essa bandeira é

⁴⁷ Não consegui obter informações sobre o local ou a data que o vídeo foi gravado. A gravação pode ser consultada pelo link: <https://www.facebook.com/watch/?v=2870555513241991>. Acesso em 26 nov. 2024.

nossa. Essa bandeira não é deles.”. Assim, a imagem serve como terreno de uma disputa clara em torno do símbolo nacional, e conseqüentemente do poder governamental, acionando narrativas próprias de cada candidato, e as colocando frente e frente. Nesse processo, a imagem, ou melhor quem a produz, circula e consome, toma partido, reiterando uma visibilidade de Lula enquanto um candidato capaz de recuperar a bandeira, e restaurar as esperanças.

Essas construções em torno de Lula enquanto restaurador da esperança podem ser percebidas também na imagem “Clique 13 pela Democracia” (figura 28), de autoria de Leonan Hollen Studio (@leonanstudio). A imagem em questão foi divulgada em formato quadrado, de 1080 x 1080 pixels, no dia 28 de novembro de 2022, dois dias antes do segundo turno.



Figura 28: Clique 13 pela Democracia. **Fonte:** Leonan Hollen Studio (@leonanstudio) via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

Começo elencando o elemento de maior destaque no fundo da imagem, o tom vermelho, já recorrente nas imagens analisadas anteriormente, e utilizado em duas

tonalidades, tendo em vista o tom mais escuro na repetição da palavra LULA que sobrepõe o fundo de tom mais vívido. Ainda em relação aos elementos cromáticos, é perceptível o uso do preto e amarelo na tipografia, os tons de cinza e branco presentes na ilustração de Lula, além do degradê que vai do roxo ao rosa. Destaco também o trabalho de luz e sombra presente no rosto de Lula, técnica utilizada talvez como forma de construir uma ilustração que se aproximasse da imagem original, da qual tratarei mais à frente.

No que concerne aos signos linguísticos presentes na imagem, destaco dois elementos. Ao fundo podemos visualizar o nome “LULA”, escrito em caixa alta, com uma estrela na contraforma da letra “A”. O nome é repetido 4 vezes, como uma reiteração da personalidade e do direcionamento do voto que a imagem busca mobilizar. Em um formato circular ao redor do rosto de Lula, temos a frase “CLIQUE 13 PELA DEMOCRACIA”. A frase aciona uma concepção que vinha sendo consolidada durante as eleições, definindo Lula como o candidato da democracia, ao contrário de Bolsonaro, que repetidamente realizava ataques contra ela⁴⁸. Durante as preparações para o segundo turno, Lula recebeu apoio de diversos adversários políticos, antigos e atuais. Fernando Henrique Cardoso, presidente do Brasil de 1995 a 2002 e que venceu Lula nas disputas à presidência de 1994 e 1998, declarou apoio ao candidato, anunciando nas redes sociais: "Neste segundo turno, voto por uma história de luta pela democracia e inclusão social. Voto em Luiz Inácio Lula da Silva" (CNN Brasil, 2022). Dessa forma, Lula funcionaria então como um referencial simbólico da democracia, o candidato que deveria ser eleito para proteger as instituições democráticas brasileiras.

Por fim, elenco o ícone de maior destaque na imagem e que ajuda a veicular um determinado discurso em torno de Lula atrelado às/aos eleitoras/es mais jovens: a ilustração do rosto de Lula com uma Juliet sobre seus olhos. A imagem de Lula no centro da composição deriva de uma fotografia (figura 29), tirada pelo fotógrafo Ricardo Stuckert, e divulgada na rede social X de Lula no dia 19 de junho de 2022, juntamente

⁴⁸ Como resgatam Rennó (2022) e Messagi Junior (2023), Bolsonaro promoveu constantes ataques à democracia durante o período eleitoral. Entre esses ataques, ressalto a desqualificação da lisura do processo eleitoral, com questionamentos públicos sobre a confiabilidade das urnas eletrônicas, críticas ao sistema Judiciário brasileiro e o uso da máquina pública em favor de sua campanha.

com a imagem apresentada na primeira análise, onde o candidato estava de óculos com lentes no formato de estrelas.

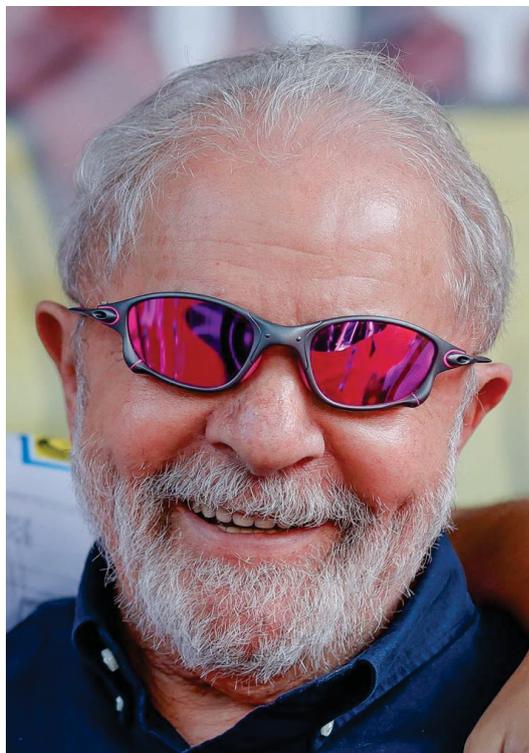


Figura 29: Lula utilizando óculos juliet. **Fonte:** Ricardo Stuckert, via X (@lulaoficial) (2022).

A ocasião da imagem corresponde a um encontro de Lula com jovens do bairro Heliópolis, em São Paulo capital, ocorrido em 21 de abril de 2022. No evento, Lula fez um apelo a jovens de 16 e 17 anos para que tirassem o título de eleitor, cujo prazo encerrava-se em 4 de maio daquele ano. A fotografia tirada neste dia foi utilizada como foto de perfil nas redes sociais do candidato, onde o mesmo citou também que estaria criando perfis nas redes TikTok e Kwai (“Esse...”, 2022; Mendonça, 2022). Essa aproximação de Lula com possíveis eleitores mais jovens foi vista como uma estratégia para chegar a camadas da população que fossem estavam presentes em outros locais, como nas redes sociais. Tinha-se aqui novamente a visibilidade de um político que buscava se aproximar, para além de variados estratos sociais, de uma população jovem e sua possível eleitora.

Logo, a imagem trabalha com uma dupla visibilidade, ao articular ideais de democracia com a aproximação com um eleitorado mais jovem. Assim, Lula seria o político capaz de acessar camadas diversas da população, atualizando sua posição de governante como, para além de seu olhar para as classes subalternas da população

brasileira ao mesmo tempo que empreendia um posicionamento amigável ao capital (Góes e Brito, 2015), soube se aproximar de possíveis eleitoras/es mais jovens. Ao mesmo tempo, Lula é tido como um vetor do resgate e proteção da democracia, que estaria ameaçada pela possível eleição de Bolsonaro. O que considero como uma operação realizada pela imagem de modo a reiterar a disputa que estava em voga entre os dois candidatos, onde um discurso da luta da democracia contra o fascismo se fazia presente.

A constituição de uma visibilidade de Lula enquanto um político que está próximo de camadas diversas da população, também pode ser observada na imagem a seguir (figura 30). De autoria de Vinicius Varizi (@varizzi), a peça foi divulgada no dia 02 de outubro de 2022, no dia do primeiro turno das eleições.

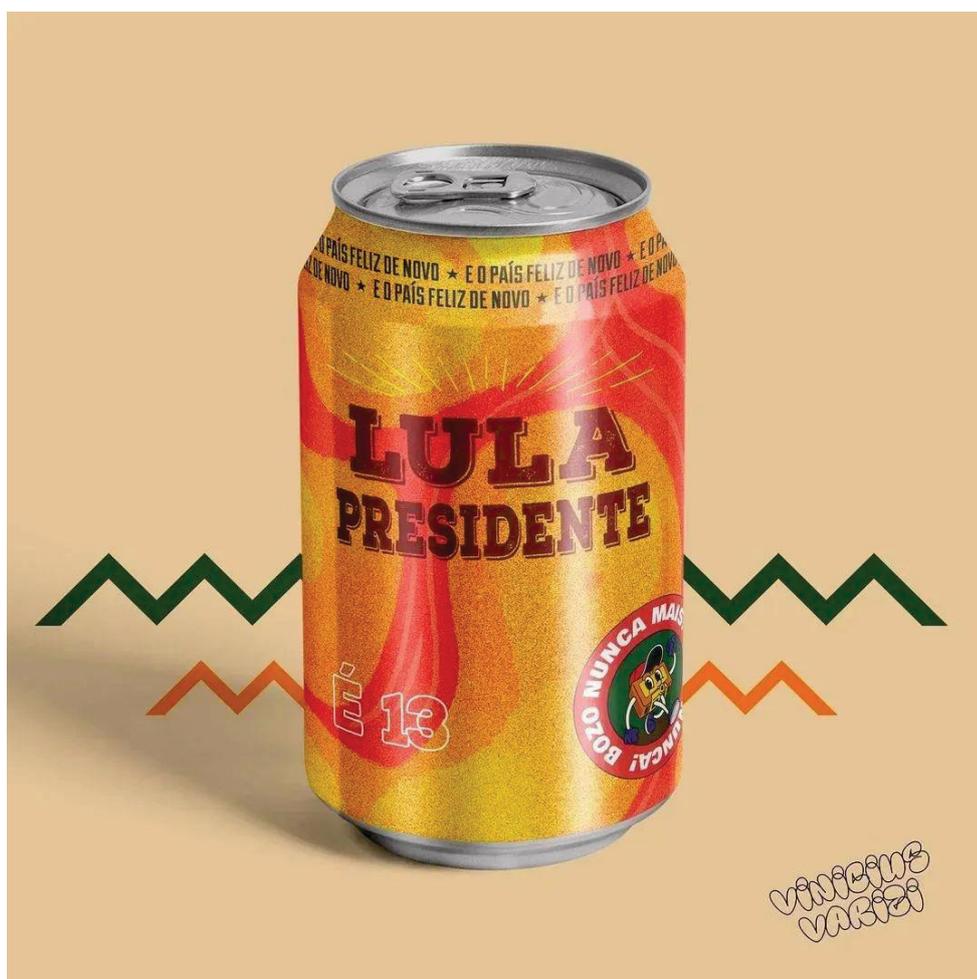


Figura 30: Lula Presidente, Felicidade Novamente. **Fonte:** Vinicius Varizi (@varizzi) via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

A imagem parece ter sido produzida a partir de uma manipulação de imagem digital, a partir do uso de um *mockup* de lata de bebida, além da ilustração, que serve

como estampa da embalagem do produto. Identifico dois planos na imagem, onde no primeiro é possível visualizarmos a lata do que seria uma lata cerveja, a partir de suas cores, e no segundo plano o fundo da imagem, em um tom creme, com alguns elementos em zigue-zague sobre ele e atrás da lata. Os tons de amarelo e vermelho são predominantes, o que reforça a conotação da bebida ser uma cerveja. Além disso, é perceptível o uso de um tom castanho em algumas das frases, além do uso do branco, azul, e verde, em detalhes do personagem no canto inferior direito da lata. Ao fundo da embalagem tem-se a utilização de uma textura, a qual é de difícil identificação, mas que poderia indicar uma espécie de chama.

É possível elencar 4 frases presentes na composição da embalagem: a parte superior, lê-se “E o país feliz de novo”; ao centro, com maior destaque, temos “Lula Presidente”; abaixo, no canto esquerdo, consta a expressão “É 13”; e por fim, no canto inferior direito, circundando um pequeno personagem, a frase “Bozo Nunca Mais”. São evidentes a própria disputa e o antagonismo que tais elementos instituem, uma vez que colocam ambos os candidatos como lados opostos, onde reforça-se o voto sobre um (Lula), e a oposição sobre o outro (Bolsonaro). Contudo, atento-me para o acionamento de uma dada temporalidade presente na frase “É o país feliz de novo”.

A frase origina-se do título do *jingle* e *slogan* da campanha eleitoral de 2018, lançado no canal do YouTube do Partido dos Trabalhadores em 07 de julho⁴⁹. É válido lembrar que em setembro do mesmo ano, Lula teve seu registro de candidatura rejeitado pelo TSE, o que levou ao Partido dos Trabalhadores lançar Fernando Haddad (PT) como o candidato à presidência do Brasil no lugar do líder petista, tendo Manuela D’Ávila como vice (Kaniak et al., 2018). Em 2022, a narrativa do resgate de uma felicidade foi utilizada novamente na campanha para o terceiro mandato, como aparece no título do vídeo de abertura das propagandas do político, onde lia-se “Lula 2022: A esperança de um Brasil feliz de novo” (Lula, 2022c).

Logo, fica evidente como a imagem aciona duas temporalidades estritamente conectadas. Não somente por serem duas campanhas realizadas pelo mesmo presidente, mas também por veicularem um discurso de Lula enquanto símbolo da

⁴⁹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=FawNXlwp1UM&ab_channel=PT-PartidodosTrabalhadores. Acesso em: 26 nov. 2024.

esperança. Assim, ele seria o candidato que faria o país voltar a ser feliz, tanto no cenário do governo Temer, onde havia uma impopularidade e reprovação de 70% (Mazui, Matoso e Matello, 2018), quanto no contexto do governo Bolsonaro, cujo governo em 2022 tinha uma taxa de aprovação de 31%, contra 42% de reprovação (Datafolha, 2022).

Por fim, para além dessa temporalidade e desse discurso do resgate de uma felicidade, destaco ainda a utilização de determinados ícones na imagem de Vinicius: o personagem que aparece com um boné na cabeça enquanto caminha assoviando, e a própria lata de cerveja. O personagem ilustrado parece remeter a uma estética retrô, vestido como um trabalhador de indústria, enquanto carrega o que poderia ser uma lancheira, indicando uma associação com as camadas do proletariado brasileiro. Tal relação com o povo é marcada principalmente pela lata de cerveja, tendo em vista seu formato e as cores quentes que comumente são utilizadas nas embalagens desse tipo de bebida. Assim, entendo que ela funciona como uma mobilizadora de uma determinada memória e discurso sobre Lula, o tangenciando para uma aproximação estreita com um povo trabalhador.

Em 25 de agosto de 2022, Lula deu uma entrevista ao Jornal Nacional (TV Globo), onde sugeria em sua fala um certo compromisso com o povo brasileiro em relação à reparação do seu poder de compra. Uma das falas que mais repercutiu foi “O povo tem que voltar a comer um churrasquinho, a comer uma picanha e tomar uma cervejinha” (Lula, 2022 em Medeiros, 2022). Assim, o uso da lata de cerveja na imagem serviria como um elemento mobilizador da própria narrativa de Lula enquanto um político que se preocupava com a subsistência e lazer da população.

Tal elemento se relaciona com a própria constituição do discurso lulista, uma vez que, como apontam Rennó e Cabello (2010), foi durante seu primeiro governo que Lula alcançou uma base sólida entre os setores mais pobres da população. Nesse sentido, é válido ressaltar que as/os autoras/es supracitados apontam como a adesão das pessoas ao voto em Lula, no contexto de seus governos anteriores, estava calcada principalmente no desempenho de seu governo (Rennó e Cabello, 2010). Tal constatação pode ser utilizada para pensar o discurso que se construía durante as Eleições de 2022. Nesse sentido, as avaliações dos governos anteriores de Lula foram utilizadas para constituir sua visibilidade enquanto um candidato próximo das

camadas baixas do povo brasileiro, e que poderia, a partir de sua eleição em 2022, trazer a felicidade de novo para o Brasil.

A narrativa de um político preocupado com o povo, capaz de cuidar e promover a dignidade das camadas mais pobres da população, pode ser visualizada na imagem seguinte (figura 31), de autoria de Katia (@ilustra.kat). Produzida em formato vertical (1080 x 1350 pixels), “Lula nos braços do povo” foi veiculada no dia 29 de outubro de 2022, véspera do segundo turno das eleições.



Figura 31: Lula nos braços do povo. **Fonte:** Katira (@ilustra.kat) (2022).

A imagem acima caracteriza-se por uma ilustração, onde é possível distinguir dois planos. No plano de fundo, é possível visualizar o vermelho que serve de pano de

fundo, sendo sobreposto por inúmeras plantas das mais variadas espécies, como o café e costela-de-adão. Há também dois tucanos, de bicos coloridos e recobertos por uma textura ondulada, que repousam sobre galhos de árvore azulados. Sobre a imagem, no canto inferior direito, é possível distinguirmos o nome “Katira”, como assinatura de autoria.

No primeiro plano, temos uma mulher que é abraçada por Lula, ambos com um sorriso no rosto. A mulher veste um lenço verde e amarelo sobre os cabelos, com alguns grafismos circulares em sua extensão. Sobre o corpo, ela veste uma blusa de fundo azul, sobreposta por formas orgânicas de cor preta e contorno amarelo. Em decorrência dos cabelos e sobrancelhas brancas, parece-me ser uma mulher idosa. Ainda em relação ao primeiro plano, Lula é retratado com uma camisa de botão de cor cinza-azulada, com um pequeno *botton* em seu colarinho no formato de uma estrela vermelha, onde é possível visualizarmos o número 13 do PT. A barba, cabelos e sobrancelhas brancas, assim como a senhora, indicam um Lula já idoso. Visualizo que Lula veste sobre a cabeça um boné vermelho, com o símbolo do Movimento dos Sem Terra⁵⁰ ao centro. É perceptível também o anel de casamento na mão esquerda, a qual Lula perdeu o dedo mínimo quando tinha 17 anos de idade, enquanto trabalhava como metalúrgico na Metalúrgica Independência em São Paulo (Silva, 2010).

A pose das personagens deriva de uma fotografia tirada por Ricardo Stuckert e divulgada pela equipe do candidato no Dia do Abraço, em 22 maio de 2022 via rede social X⁵¹. Na imagem em questão, Lula abraça uma senhora sorridente, ambas com a mesma pose da ilustração, como mostra a imagem a seguir (figura 32).

⁵⁰ O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) é uma articulação em prol da reforma agrário no Brasil, que tem suas origens no final da década de 1970, principalmente na região Centro-Sul do país, que aos poucos se expandiu para o Brasil inteiro. Sua criação formal se deu em janeiro de 1984, quando ocorreu o Primeiro Encontro Nacional de Trabalhadores Sem Terra, em Cascavel no Paraná. Seus objetivos concernem em: “lutar pela terra, pela Reforma Agrária e pela construção de uma sociedade mais justa, sem explorados nem exploradores.” (Caldart, 2001).

⁵¹ Link para a publicação: <https://x.com/LulaOficial/status/1528445963362258944>. Acesso em: 11 nov. 2024.



Figura 32: Lula abraçando senhora. **Fonte:** Ricardo Stuckert, via rede social X de Lula (@lulaoficial) (2022).

Noto que há uma certa diferença entre a ilustração e a foto original. Na foto original vemos o braço direito de Lula na parte superior das costas da mulher e o braço esquerdo abaixo, no centro das costas da senhora. Na ilustração, a posição dos braços muda, bem como o ângulo da imagem, que espelha a fotografia original. Dessa forma, fica em evidência em anel de casamento de Lula na mão em que lhe faltava o dedo mínimo perdido na juventude. Acredito que a escolha esteja atravessada por uma intencionalidade em evidenciar suas origens sindicalistas, bem como seu papel de marido, reiterando suas origens humildes ao mesmo tempo que mobiliza como acontecimento o casamento de Lula com a socióloga Rosângela Silva, ocorrido em 18 de maio de 2022, durante o período de pré-campanha de Lula (Casamento..., 2022).

Contudo, para além desses elementos, julgo necessário falar de forma mais aprofundada sobre a relação que a imagem estabelece entre Lula e o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, tendo em vista a fotografia e o uso do boné do respectivo movimento. Conforme aponta Fernandes (2003), a partir da criação do Partido dos Trabalhadores em 1980, houve a criação de um espaço para que se reunissem projetos políticos diversos, o que, em conjunto com os movimentos

camponeses e a Comissão Pastoral da Terra, recolocou em pauta a questão da reforma agrária, antes sufocada pelo golpe militar de 1964.

Ainda nos primeiros meses do primeiro governo de Lula, como resgata o autor supracitado, a questão agrária foi foco de tensões. Por um lado, os movimentos camponeses participaram de indicações para cargos dentro do governo, inclusive no INCRA (Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária), o que possibilitou a criação de um conjunto de políticas públicas para atender os assentados em estado de precarização. Todavia, setores ruralistas participaram de indicações de nomes para o Ministério da Agricultura, garantindo uma continuação do modelo de desenvolvimento da agropecuária. Nesse sentido, ainda naquele contexto, havia um discurso que a reforma agrária poderia ser resolvida através da “integração ao capital e com políticas públicas determinadas e dirigidas pelo Estado” o que teria agradado setores da esquerda e da direita (Fernandes, 2003, p. 36). Contudo, 20 anos após o primeiro governo de Lula, a questão agrária seguiu sem uma definição que beneficiasse movimentos como o MST, mesmo que a reforma agrária estivesse no plano de governo de Lula nas Eleições de 2022, onde aparecia como “uma das medidas para a criação de postos de trabalho e o alcance da soberania alimentar e nutricional” (Oliveira, 2022).

À visto disso, compreendo que a imagem veicula um determinado discurso de Lula enquanto um aliado do MST e da reforma agrária, bem como um sindicalista de origens humildes, que poderia lutar por política públicas que beneficiassem as camadas ainda marginalizadas no Brasil. Contudo, ao acionar tais elementos, a imagem funciona na forma de uma contradição, trabalhando em um movimento de visibilidade de Lula enquanto próximo de movimentos camponeses, e de invisibilidade, uma vez que essas questões nunca foram resolvidas em seu governo. Assim, a imagem constitui “regimes de visibilidade e de extrema invisibilidade” (Schwarcz, 2020, [s.p.]), contendo histórias que não revela, de modo a possibilitar que outros discursos sejam, veiculados e materializados para constituir um determinado modo de ver.

A construção da imagem de Lula enquanto um político presente em meio às lutas do povo, é utilizada de forma mais palpável na última imagem da série: “Sem medo de ser feliz” (figura 33). A autoria da imagem é desconhecida, uma vez que não

pude acessar o link para o perfil @experiments.luke indicado na legenda da imagem⁵². A peça foi divulgada no dia 02 de novembro de 2022, data do primeiro turno das eleições.



Figura 33: Sem medo de ser feliz. **Fonte:** Anônimo (@experiments.luke) via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

Na imagem acima, distingo duas camadas na composição. Na camada de fundo, tem-se uma imagem de Lula, como se tivesse sido produzida por litografia. Na imagem, Lula está com um semblante sério e mais jovem, olhando diretamente para frente, como se encarasse a/o espectadora/o. Na primeira camada da peça, lê-se a frase “SEM MEDO DE SER FELIZ”, em caixa alta e tipografia sem serifa, tingida na cor

⁵² No que diz respeito a autoria desta imagem, não consegui obter informações sobre o nome da autora/o, uma vez que o link para o perfil que é referido entre parênteses não estava mais disponível no momento de produção desta pesquisa. Tendo em vista a dinâmica das redes, o perfil pode ter sido excluído ou trocado de nome.

vermelha. Acima da sobrancelha esquerda de Lula, quase no centro da testa, é perceptível uma estrela, também colorida de vermelho, em referência ao partido do político. Nesse sentido, há dois acionamentos, que perpassam temporalidades e discursos presentes nessa imagem.

Primeiro, em relação à fotografia de Lula, utilizada como base para a composição⁵³. A foto não possui local ou autoria conhecida, mas segundo informações do Acervo Centro Sérgio Buarque de Holanda, está relacionada ao Diretório Nacional do PT. Na imagem, que data de 1989, Lula aparece de semblante sério, de cabelos e barba pretas, com seus 44 anos, candidatando-se pela primeira vez à presidência da República. Era a primeira eleição direta para presidente do Brasil no período da redemocratização do Brasil após o fim da ditadura militar em 1985.

É válido ressaltar que a disputa para a presidência naquele ano era contra Fernando Collor de Mello, candidato que venceu o pleito em segundo turno com 53,03% dos votos válidos (TSE, 2024). Singer (2009) aponta que o resultado se deveu a uma aderência do eleitorado mais pobre às propostas de Collor. Estes, por sua vez, estariam localizados mais à direita do espectro ideológico e buscariam na figura de Collor uma “redução da desigualdade, da qual teriam consciência, por meio de uma intervenção direta do Estado, evitando movimentos sociais que pudessem desestabilizar a ordem.” (Singer, 2009, p. 87). Dito de outra forma, a visibilidade de Lula naquelas eleições estava associada diretamente às greves, da qual ele era “o símbolo maior” (ibid., p. 87), o que o levou a ficar atrás do candidato do Partido da Reconstrução Nacional.

Esse discurso sindicalista é reiterado também na marcação de múltiplas temporalidades que atravessam e conectam as eleições de 1989 e 2022. A frase “Sem medo de ser feliz”, que é sobreposta ao rosto de Lula na imagem, estava presente na primeira música de campanha de Lula, ainda nas eleições de 1989. Nos trechos iniciais da versão de 1989, lê-se “Passa o tempo e tanta gente a trabalhar / De repente, essa

⁵³ Por questões de direitos autorais, tendo em vista a impossibilidade de reprodução, não utilizei a imagem nesta dissertação. A foto pode ser visualizada no site do Acervo do Centro Sérgio Buarque de Holanda de Documentação e História Política, disponível pelo link: <https://acervo.fpabramo.org.br/index.php/retrato-da-candidatura-lula-presidente-pt-nas-eleicoes-de-1989-local-desconhecido-1989-credito-autoria-desconhecida-agencia-angular-7>. Acesso em: 11 nov. 2024.

clareza pra votar / Quem sempre foi sincero em confiar / Sem medo de ser feliz, quero ver chegar”. Contudo, em sua atualização para as Eleições de 2022, o início é alterado, de modo a evidenciar uma noção de resgate com a possível eleição de Lula: “Vem de dentro, eu sei / De novo um sentimento / Por muito tempo esperei / E o coração segue pulsando / Sem medo de ser feliz”.

Conforme argumenta Carvalho (2023), ao analisar a canção de 2022 e colocá-la em paralelo com a versão de 1989, as condições de produção de ambas eram diferentes. A versão antiga foi produzida para as eleições contra Collor, candidato com amplo apoio de diversos setores da sociedade, ao contrário de Lula, que vinha de um partido recém-formado e com um discurso de forte cunho sindicalista. Já a versão das Eleições de 2022, fora produzida em um contexto de uma recém pandemia, discurso antiincidência e de ameaças constantes à democracia (Carvalho, 2023) onde Lula aparecia como a esperança da saída deste cenário.

Em vista disso, a imagem, ao utilizar a frase “sem medo de ser feliz”, abre “várias frentes, poderíamos dizer, ao mesmo tempo” (Didi-Huberman, 2015, p. 24), mobilizando memórias da figura de um político, que adquirem sentido ao passo que é circulada no contexto das disputas para o pleito de 2022. Assim, entendo que este artefato visual atualiza memórias e discursos específicos, constituindo uma determinada visibilidade de Lula, ao associá-lo a um discurso sindicalista, na busca pela redução da desigualdade a partir de movimentos sociais, principalmente da classe trabalhadora. Entretanto, parece acionar uma memória que pouco teria a ver com a figura do Lula conciliador a partir de 2002, mas que em seu uso, reforça e atualiza um discurso do político enquanto sujeito que luta pelos direitos dos setores mais baixos da população.

Dessa forma, considerando a visibilidade que a cada uma das imagens analisadas acima constituiu, reservo-me na posição de tecer algumas relações entre e a partir delas.

Ao colocá-las em uma relação de sentido diacrônica, é perceptível como todas as imagens, de alguma forma ou de outra, se alinham à campanha empreendida por Lula durante as eleições. Panke, Gonçalves e Brito (2023), ao analisarem os programas veiculados durante o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) durante o primeiro turno das eleições, oferecem observações profícuas sobre a construção da

narrativa de Lula. Como argumentam as/os autoras/es, Lula estava em um contexto em que precisava “retomar a confiança de parte da população” (Ibidem, p. 47), o que levou o candidato a centrar sua campanha em quatro pontos: a promoção da imagem própria, economia, nação e desqualificação; temas como saúde, educação, meio-ambiente e político-sociais apareceram em menor quantidade.

A promoção de sua própria imagem estava calcada em um discurso conciliador e estadista, onde Lula buscava reiterar que em seus governos, o povo prosperou, do pequeno ao grande, do pobre ao rico. Seu programa falava em “prosperidade”, e ampla aprovação em seu segundo governo, com cerca de 87%. A autoimagem que era projetada, referia-se a um “líder (aprovação popular), estadista (trabalhar para o progresso do Brasil) e capaz (riqueza ocorreu em função de sua administração).” (Panke, Gonçalves e Brito, 2023, p. 49). Ao mesmo tempo, Lula comparava seu governo com o de Bolsonaro, colocando períodos históricos em comparação, de modo a ressaltar que em seus governos o país era mais feliz e próspero, fosse na economia, fosse no sentimento da população (Ibidem).

Ao colocarmos as imagens da série “Contagem Regressiva” em perspectiva, e considerarmos a análise das/os autoras/es supracitados, fica perceptível como tais artefatos não estavam dissociados de seu contexto de produção e circulação. O caráter de apoio à propaganda que Lula empreendia era evidente, uma vez que temas como felicidade, amor e cuidado se fizeram presentes nas imagens analisadas. Dessa forma, as imagens tendiam a corroborar a estratégia de promoção de autoimagem de Lula, bem como a desqualificação das narrativas empreendidas por Bolsonaro, uma vez que, comumente, as imagens colocam a visibilidade de um candidato em contraposição ao outro. E nesse sentido, a mobilização da memória era crucial para que tais narrativas se construíssem.

Didi-Huberman (2015) argumenta que as imagens funcionam entrelaçando fibras que humanizam e configuram o tempo a partir da memória. Tal visão deriva de se pensar a memória enquanto algo convocado e interrogado por quem se coloca diante da imagem, onde o tempo é reconstruído e decantado de sua exatidão. A memória caminha pela via de uma montagem de tempos heterogêneos, e que se ancoram em um determinado inconsciente. Ao apoiar-me em tal posicionamento, compreendo o papel psíquico que as imagens possuem nas relações sociais que configuram.

Desse modo, é imperativo, ao analisar as imagens da presente série, pensar que a mobilização de determinadas memórias no contexto das Eleições de 2022 se davam em algumas vias. Primeiro, as relações que se estabeleciam articulavam tempos distintos, acionando acontecimentos dos dois governos anteriores de Lula, bem como sua candidatura em 1989. Tais fricções entre esses tempos produziam uma determinada narrativa de resgate de feitos progressistas e beneficiários ao povo brasileiro, principalmente aquele marginalizado. Contudo, entendo que as imagens mobilizavam, em segundo plano, as contradições deste discurso, uma vez que o posicionamento de Lula enquanto um aliado de setores liberais do capital também era uma marca de seus governos anteriores.

Outra via de interpretação deriva da relação de escolha e recorte dessas imagens. Ao mobilizar memórias específicas, compreendo que reside nesta série uma escolha, dentre várias possíveis, em acessar acontecimentos memoriais que se relacionam diretamente com a narrativa que se quer veicular e com as e os sujeitos que eram interpelados em suas relações com as imagens. O que quero dizer é que as memórias agenciadas pelas imagens refletem um recorte do visível dos governos Lula. Um visível ancorado no inconsciente coletivo de uma parcela da população que via em Lula um sinônimo de esperança e prosperidade em sua vida, posicionada a favor do governo, e que ao se relacionar com tais imagens, contribuía na circulação de uma narrativa que se alinhava à campanha de Lula.

Tal característica desta série me leva a cotejá-la com os estudos em Design Ativismo. Esta aproximação, me permite visualizar como tais imagens, por mais que tenham sido mobilizadas por um coletivo ativista de design, evidenciam uma prática que tende a se aproximar muito mais da propaganda do que do ativismo em si.

Thorpe (2008), define que o ativismo está ligado a uma lógica de “tomar medidas intencionais para instigar mudanças” em setores negligenciados da sociedade. Assim, se caracteriza por um processo dinâmico, onde determinados grupos sociais pedem por mudanças e “a sociedade responde – resistindo ou incorporando os valores encapsulados pelo ativismo” (Ibidem, p. 2). Ao transpor tal posicionamento para o design, o pensar e fazer projetual ganham um caráter de criação de outras formas sociais que possam contribuir para equilibrar mudanças na sociedade. Seja pelo protesto e resistência ao status quo, de modo a romper com estruturas de poder

institucionalizadas, seja pelo enquadramento de questões, de modo a propor outras formas de partilha dos lugares da sociedade (Fuad-Luke, 2009; Thorpe, 2012, 2011; Rancière, 2009).

Tomando tal horizonte como perspectiva, entendo que essas imagens se distanciavam de práticas ativistas de contranarrativa ou proposição no design (Fuad-Luke, 2009; Thorpe, 2012), uma vez que não tinham, pelo menos em sua maior parte, a intenção de romper com determinadas estruturas de poder. Teriam, na verdade, a intenção de fazer com que um perfil de gestão consensual com discurso já consolidado retornasse ao poder governamental. Assim, a imagem como materialização do design ganhava contornos de uma prática propagandista estatal. O que não seria algo novo no contexto da política governamental brasileira.

Como resgata Daniel Cardoso Denis (2000), no contexto do governo de Getúlio Vargas na década de 1930 a 1940, e na esteira dos acontecimentos da Segunda Guerra Mundial (1939 a 1945), o design gráfico foi amplamente utilizado em projetos estatais. O terreno da propaganda política era fértil para a área do design, uma vez que os embates ideológicos “havia sido essencialmente encampados pelo Estado” (Ibidem, p. 140), o que promovia um projeto nacionalista, empreendido por grandes líderes populistas, a partir do qual o Estado era elevado a principal agente econômico, social e cultural. Nesse sentido, cartazes políticos e propagandísticos entraram em profusão, bem como a construção de obras e outros serviços públicos, evidenciando como o design estava atrelado a um projeto de sociedade alinhado às estruturas da governança e planejamento estatal. Ao colocar essa perspectiva em relação ao recorte aqui estabelecido, entendo que há uma continuação de uma configuração histórica do uso da imagem como aparato de propaganda do poder governamental, mas com uma atualização, sendo promovida por núcleos fora do poder estatal.

Dessa forma, julgo válido ressaltar como essas imagens operam uma relação complexa dentro do próprio design, para além das disputas políticas que nela se cristalizam. Elenco tal ponto tendo em vista que, apesar de estarem alinhadas à narrativa empreendida pela campanha lulista, ou seja, uma determinada estrutura do status quo, me parece que elas trabalham a partir de uma crença de que apoiar Lula poderia conduzir o Brasil a um país mais justo e igualitário, em que necessidades e direitos de populações marginalizadas seriam atendidas. O que, ao tomarmos como

ótica os estudos sobre design ativismo, se aproxima de uma prática ativista no design. Algo que seria corroborado pelo ideal de esperança que se inscrevia a partir da figura de Lula, como se as imagens fossem a materialização da esperança em um contexto de degradação democrática. Acredito que tal veia de interpretação é válida de ser considerada, uma vez que demonstra, a partir das imagens, como o próprio design se inscreve em um terreno multifacetado em relação às disputas políticas e partidárias.

Todavia, apesar de tais intencionalidades, é no terreno da disputa propagandísticas das imagens que as narrativas foram concorridas de forma mais evidente. Duarte e Sachetti (2024), ao escreverem o uso do design no contexto da propaganda partidária em Portugal, argumentam como a publicação de imagens via redes sociais serviam como uma forma de responder ao contexto, de modo a provocar a conversa com possíveis eleitoras/es quando eram veiculadas. A perspectiva apresentada pelas/os autoras/es pode ser contrastada com o que Prata (2022, p. 41) versa sobre as imagens-mensagem funcionarem, como apresento na introdução desta dissertação, imbricadas com o comportamento de quem utiliza as redes sociais, “com suas ações e seus afetos”. Assim, funcionando atreladas às e aos sujeitos partidárias/os de Lula e de suas narrativas, as imagens desta série serviam como o território de disputa (Beiguelman, 2021) de um confronto que se dava entre as narrativas e memórias propagandeadas pelo lado lulista, entrando em combate com aquelas circuladas pelo lado bolsonarista.

Ademais, nas imagens analisadas nesta série, pude perceber como quase todas funcionam a partir de uma configuração dicotômica entre Lula e Bolsonaro. As quatro primeiras imagens analisadas — a recordar: “Amor x Ódio” de Felipe Gomes (figura 24), “Curativa Antifascista” de Nicolás Corrêa (figura 26), “Cliques 13 pela Democracia” de Leonan Hollen Studio (figura 28) e “Lula Presidente, Felicidade Novamente” de Vinicius Varizi (figura 30) — explicitam de forma clara tal configuração. Ao instituírem uma disputa entre o amor contra o ódio, a democracia contra o fascismo, e o governo de Lula contra o governo de Bolsonaro, as imagens cristalizam a visibilidade de uma dicotomia, colocando ambos os políticos em lados opostos. Tal configuração fez uso de elementos diversos, como as temporalidades acionados dos outros governos de Lula, além de suas narrativas conciliatórias em contraposição ao discurso inflamado de Bolsonaro.

Colocava-se assim um em comparação ao outro, como uma dicotomia. Era a disputa a partir do antagonismo, a polarização elevada ao seu máximo. De frente a tal estruturação do visível, a afirmação de Foucault (2005), de que nas relações de poder estamos sempre em posição contrário a/ao outra/o, colocando cada pessoa em um campo onde não há neutralidade, parece fazer sentido. Assim, tem-se uma estrutura binária que perpassa a sociedade (Ibidem) e se materializa nas imagens, colocando Lula e Bolsonaro, e aquelas/es que os apoiam, em campos opostos do confronto.

Entretanto, e adicionalmente, entendo que há, para além dessa disputa entre os candidatos, um outro tensionamento interno da imagem, onde o discurso conciliador de Lula é colocado em xeque por conta da (in)visibilidade dele como progressista de viés liberal e associado a setores do capital. Assim, as imagens jogam com regimes de visibilidade e invisibilidade (Schwarcz, 2020), uma vez que a narrativa de Lula enquanto um possível salvador e vetor de esperança para um país mais digno, é justaposta a sua postura alinhada a setores liberais brasileiros. Pois, como bem lembra (Singer, 2012), o lulismo existe sob o signo da contradição, entre a conservação e a mudança, a reprodução e a superação, a decepção e a esperança.

Logo, a noção de consenso que Rancière (1996b) propõe parece fazer sentido quando olhamos para tais imagens. Uma vez que o consenso é utilizado pela ordem policial para objetivar os lugares partilhados de uma comunidade (Ibidem), entendo que essas imagens, apesar de seus esforços em subverter as lógicas de poder bolsonaristas, operam relações em que um poder policial com local historicamente definido substituiu outra ordem policial. Ao acionar elementos diversos que constituíam a visibilidade de Lula enquanto sinônimo de esperança de um país melhor no contexto das Eleições de 2022, e que se alinhavam à narrativa de Lula durante sua campanha, as imagens realizam de forma parcial um “desvio [...] ao jogo normal da dominação” (Rancière, 1996b, p. 371).

Em suma, estariam elas entre um ativismo que buscava confrontar uma ordem policial, e uma propaganda de cunho estatal, que buscava levar à governabilidade outra forma de poder policial, mesmo que esta não representasse totalmente o viés progressista e heroico que se buscava visibilizar. No subcapítulo a seguir, abordarei a disputa a partir do confronto direto com o poder bolsonarista, analisando as imagens da série “Design Contra Bolsonaro”.

4.2 DESIGNERS DE TODO O MUNDO, UNÍ-VOS: SÉRIE “DESIGN CONTRA BOLSONARO”

No presente subcapítulo procurarei expor as análises das imagens que compõem a série “Design Contra Bolsonaro”. Como já abordado no subcapítulo anterior, o resultado do primeiro turno (Lula com 48,43% e Bolsonaro com 43,20%), definiu matematicamente a disputa em segundo turno para a presidência do Brasil no dia 02 de outubro de 2022. No mesmo dia, o coletivo Design Ativista, lançou uma convocatória às pressas intitulada “Design Contra Bolsonaro”, um chamado global a designers e artistas para a produção de peças gráficas anti-Bolsonaro e pró-Lula (figura 34).



Figura 34: Publicação da convocatória "Design Contra Bolsonaro". **Fonte:** Design Ativista (@designativista) via Instagram (2022).

A legenda da publicação foi divulgada em português e inglês, no formato comumente usado pelo coletivo para as publicações do CE22, abordando um contexto, objetivos, e por fim direcionamentos do que produzir e como divulgar as imagens produzidas. Destaco nesse material os dois primeiros parágrafos, onde lia-se:

DESIGNERS DE TODO O MUNDO, UNÍ-VOS! No dia 30 de outubro, o Brasil tem a chance de dar fim a um período sombrio de sua história. A ascensão mundial do fascismo teve um dos seus ápices neste país. Bolsonaro deixou de ser uma ameaça ao Brasil e se tornou uma ameaça ao mundo. 🇧🇷🔥🌍
Com o objetivo de fortalecer a luta pela democracia e marcar visualmente este momento histórico, o Design Ativista convoca criativos do mundo inteiro a se juntarem na luta pelo #ForaBolsonaro e por #Lula13. BR 🇧🇷 Vamos organizar um manifesto colaborativo da queda do fascismo no Brasil. (Design Ativista, 2022j)

É perceptível no trecho acima duas ocorrências marcantes, uma associação de Bolsonaro a uma postura fascista, e a noção de que havia uma disputa pela democracia naquelas eleições, que estaria em um risco ainda maior agora, numa disputa em segundo turno entre Lula e Bolsonaro. Tinha-se aqui um tensionamento político evidente, onde o coletivo e as produções da convocatória estariam, como nos apresenta Thorpe (2012), trabalhando na esteira da busca por mudanças nos padrões de poder. Assim, as imagens, serviriam não apenas como um marco visual do momento histórico, como apresenta o coletivo nesta convocatória, mas também como objeto de subversão e resistência ao discurso bolsonarista que imperava naquele contexto, e de forma paralela, uma propaganda contra um candidato e a favor de outro.

Logo, e de modo próximo ao que empreendi no início do subcapítulo anterior, sobre a série “Contagem Regressiva”, farei uma pequena digressão antes de apresentar as imagens da presente série, tendo em vista a necessidade de abordar brevemente outro discurso materializado, e subvertido, nas imagens a seguir. Tratarei, então do bolsonarismo.

Lucio Rennó (2022), ao apresentar uma projeção do bolsonarismo para as Eleições de 2022, argumenta que é possível compreendê-lo como “um alinhamento ideológico de direita no Brasil” baseados nos posicionamentos políticos de Jair Bolsonaro e “altamente consistente com sua base” (Rennó, 2022, p. 147). Segundo o autor, sua base é formada por um eleitorado conservador, multifacetado em sua constituição, mas que está alinhado a propostas da direita brasileira. Tem-se assim, uma camada da população agregada sob um perfil neoliberal, que pauta por uma redução da presença do Estado na economia, crítico a políticas de sociais e de ação afirmativa, reações de cunho contrário a avanços sociais progressistas, e uma política dura de combate ao crime e à corrupção.

Este perfil ideológico não estaria relegado a um fenômeno exclusivamente brasileiro, mas inserido em um contexto internacional de “reação a mutações percebidas como ameaças mortais a tradições, valores e costumes” (Reis, 2020, p. 1). Tais mutações seriam resultado de um processo que Reis (2020) chama de “revolução digital ou informática”, iniciado em meados do século XX nos anos 1960. Dentro as diversas consequências que abrangem mudanças significativos nos modos de vida e trabalho da população global, tendo em vista a grande hegemonia do capital e as crises

econômicas, o historiador destaca a amplitude adquirida por movimentos sociais de contestação, fossem eles progressistas ou da extrema-direita. E seria neste último que o bolsonarismo se insere, na chamada “reação nacionalista” ou “nacionalismo de direita”. Tal movimento, fruto de um grande ativismo público, explora as insuficiências e deficiências dos regimes democráticos. Nesse sentido, utiliza-se de mecanismos próprios da revolução digital para exprimir um nacionalismo exacerbado, viés antidemocrático, conservadorismo social e religioso, e capacidade de “integrar e ser confluência de um conjunto de tendências de direita” (Reis, 2020, p. 2).

Ao inserir-se nesse contexto, o bolsonarismo toma forma ao se lançar como um movimento, “um processo de construção coletiva, com lideranças específicas e que defende um projeto político para o Brasil.” (Rennó, 2022, p. 147). Assim, à medida que foi ampliando suas alianças, ainda durante o período eleitoral de 2018, com outros setores do capital financeiro, bem como igrejas evangélicas, aparelhos de segurança e oficiais militares e setores do agronegócio, o bolsonarismo tornou-se “estuário de uma frente conservadora” (Reis, 2020, p. 8). Essa aliança instável com setores heterogêneos produz, regula e circula um discurso populista que associa a moralidade privada e pública com uma oposição à esquerda e à velha política, onde o Estado, aliado ao mercado e à política neoliberal se torna representante dos interesses do povo (Maitino, 2020). Logo, torna-se uma narrativa que, através de uso de estratégias de promoção de caos e pensadas de forma sistematizadas (Beiguelman, 2021), mobiliza uma parcela significativa do povo na defesa dos ideais que Bolsonaro veicula e regula.

Com tal perspectiva traçada, mobilizo a seguir seis imagens, sendo elas: “BolsoHitler” de Fos Ter; “Canibal” de César Ganimi; “Genocida”, de Marcelo de Lima Simeone; “Envenenamento”, de Gustavo Hildebrand; “Falso Messias”, de Lucas Barbosa; e por fim, “Bolçonaria”, de Rodrigo Yokota.

A primeira imagem desta série corresponde à peça “BolsoHitler” (figura 35), de autoria de Fos Ter (@fosterveintiuno). A imagem foi veiculada no dia 29 de outubro de 2022, véspera do segundo turno das eleições presidenciais.



Figura 35: BolsoHitler. **Fonte:** Fos Ter (@fosterveintiuno) via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

A imagem possui uma orientação vertical, dada ao formato e a disposição hierárquica dos elementos compositivos. Percebo uma textura em toda a sua extensão, como se fosse uma tela pintada à óleo. O uso de cores também remete a uma pintura - os tons são mais escurecidos, como se tivessem sofrido uma decomposição pelo tempo. É perceptível a ocorrência do verde, amarelo, azul, marrom, branco, preto e vermelho, além de tons creme, que compõem a pele do personagem, que também parece estar envelhecida. Tais aspectos parece demarcar uma temporalidade da imagem, como se rastros do passado tivessem sobrevivido, ecoando nas imagens do presente.

Ao fundo, temos uma representação da bandeira do Brasil, provavelmente em um tecido, tendo em vista os aparentes relevos que a sobrepõem, como se fossem dobras. No centro da imagem, em maior destaque, há uma representação de Jair Bolsonaro caracterizado como o ditador nazista Adolf Hitler. A referência ao candidato é perceptível pelos traços do rosto, uma vez que as demais características físicas são uma clara alusão aos traços de Hitler. O cabelo está penteado para a esquerda, há também o típico bigode curto, estendendo-se somente na largura demarcada pelo nariz. O personagem veste uma farda sobre a camisa de botão branca e uma gravata verde ou amarela. Na parcela esquerda do peito há uma medalha, em referência a Cruz de Ferro utilizada como condecoração na Alemanha Nazista e dada a quem demonstrasse realizar atos de bravura ou tivesse mérito ao comandar tropas (Moreno, 2023). No braço esquerdo, há também uma braçadeira, de fundo vermelho, sobreposta por um círculo branco e a suástica em preto.

Noto que há na imagem uma configuração do visível onde Bolsonaro é associado a uma figura nazifascista, comparável ao ditador alemão. É válido ressaltar que Bolsonaro já repudiou a ideologia nazista e sua propagação no país em algumas falas, como em fevereiro de 2022, quando manifestou-se após a repercussão de uma fala do antigo integrante do Flow Podcast, Bruno Aiub (Monark), que defendia a existência de um partido nazista no Brasil (Vilela, 2022). Contudo, por mais que sua posição seja clara, é necessário pontuar que tal associação de Bolsonaro com o nazifascismo, é atravessada pela postura do governo Bolsonaro ao longo de sua vigência, sendo até mesmo satirizada na capa da edição de 15 de outubro de 2021 da revista IstoÉ, tendo em vista a gestão da pandemia pelo governo (Revista..., 2021)⁵⁴.

Boito Jr. (2020) argumenta que o bolsonarismo, bem como o governo do político, poderiam ser caracterizados como neofascistas. O autor define o fascismo como “um movimento político reacionário das camadas intermediárias da sociedade capitalista e um tipo específico de ditadura burguesa” (Boito Jr., 2020, p. 113). Contudo, como aponta o autor, o conceito de neofascismo deriva de uma atualização, até mesmo mais fraca do original, mas que se baseia em um movimento reacionário de massa com o

⁵⁴ A capa em questão pode ser vista em: <https://www.vercapas.com.br/edicao/capa/istoe/2021-10-15/>. Acesso em: 02 dez. 2024.

apoio da alta classe média contra um reformismo burguês de base popular, e que utiliza uma crítica conservadora à corrupção e à política democrática (Boito Jr., 2020, p. 119). A conceitualização apresentada pelo autor contrasta com a análise de Rennó (2022), que aponta como posições conservadoras e de direita acerca de temas políticos são uma predominância no Brasil. Conforme o autor, esse posicionamento trata-se de “uma combinação de posições favoráveis a um golpe militar, apoio difuso ao sistema medido por indicadores de desconfiança nas instituições e insatisfação com a democracia.” (Rennó, 2022, p. 153).

A partir das análises e considerações de ambos os autores, é possível compreender como a imagem, ao tomar a representação de Bolsonaro como Hitler, atrela o político ao um ideal nazifascista, ou neofascista, satirizando sua figura e o colocando como uma ameaça à democracia brasileira. Contudo, tal aproximação entra em disputa com elementos da própria narrativa de Bolsonaro, uma vez que esse, apesar das inúmeras críticas sofridas, tendia a se posicionar contra tal ideologia extremista. A imagem, assim, jogaria com o visível e o invisível, um discurso contra outro discurso, sempre em uma disputa pela narrativa que dominasse o cenário.

Os elementos linguísticos presentes no primeiro plano corroboram tal construção. Em maior destaque lê-se “FUERA BOLSONARO”, e de forma sobreposta, escrita em um box vermelho, temos “POR LA DEMOCRACIA Y LA DIGNIDADE DEL PUBLIO BRALISERO”. Rennó (2022), ao analisar o bolsonarismo nas Eleições de 2022, aponta como Bolsonaro promovia um crescente questionamento das ordens democráticas do país, o que também funcionava como forma de inflamar continuamente sua base. Tem-se como exemplo o questionamento do sistema de votação baseado em urnas eletrônicas, bem como tentativas de realizar mudanças no sistema, sem êxito, através da instituição do voto impresso.

A partir dessas mobilizações visuais, narrativas e visuais, compreendo coloca em disputa determinados elementos. De um lado, constrói um discurso de Lula enquanto ideal de democracia, como apresentado no subcapítulo anterior, e de outro tensiona a narrativa de Bolsonaro a partir de uma associação com uma ideologia nazifascista. Ao mesmo tempo, funciona como uma amálgama de memórias de acontecimentos do governo Bolsonaro e de narrativas veiculadas nesse período.

As associações entre Bolsonaro e um ideal nazifascista podem ser visualizadas também na próxima imagem (figura 36). “Genocida”, de autoria de Marcelo de Lima Simeone, foi divulgada também no dia 29 de outubro, juntamente com a imagem anterior, em uma publicação no formato carrossel.



Figura 36: Genocida. **Fonte:** Marcelo de Lima Simeone (@marcelo.l_s) via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

Começarei descrevendo o elemento em maior destaque na imagem. No primeiro plano, percebe-se a figura de Bolsonaro, em preto e branco, estilo hachura. Sua nuca e sua boca são atravessadas por uma flecha, e na parcela superior da bochecha esquerda, um pouco abaixo do olho, podemos ler a palavra “GENOCIDA”, em caixa alta

e letra finas, como se tivesse sido gravada na pele. Sangue vermelho vivo escorre de sua boca, nariz, olhos e ouvidos, além de estar presente na ponta da flecha e como um respingo que sai de sua nuca. Seus olhos estão totalmente brancos, como se estivesse morto.

A ilustração deriva de uma imagem de Bolsonaro em meio a uma manifestação em 19 de abril de 2020, onde o então presidente discursou para diversas/os manifestantes durante um ato em Brasília que pedia intervenção militar. É importante salientar que a manifestação ocorreu pouco mais de um mês após o decreto do estado de pandemia pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em decorrência do coronavírus, bem como da primeira morte causada pelo vírus no país. Além disso, poucos dias antes, em 16 de abril de 2020, Bolsonaro havia demitido do cargo o então Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, por conta de divergências na condução de medidas sanitárias (Machado e Freitas, 2021). Sem máscara, e tossindo diversas vezes durante seu discurso (figura 37), Bolsonaro discursou em tom de aprovação às/aos manifestantes, transmitindo ao vivo nas redes sociais sua participação. Ao subir na caçamba de uma caminhonete, falou sobre democracia e liberdade, reiterando sua aproximação com as/os simpatizantes: “Eu estou aqui porque acredito em vocês. Vocês estão aqui porque acreditam no Brasil. Nós não queremos negociar nada. Nós queremos é ação pelo Brasil.”. As/os manifestantes carregavam cartazes com pedidos de volta do AI-5, intervenção militar e fechamento do Supremo Tribunal Federal e Congresso Nacional (Bolsonaro..., 2020).



Figura 37: Bolsonaro tossindo durante discurso em manifestação. **Fonte:** Gabriela Biló, via Testemunha Ocular (2020).

Compreendo que o uso da imagem aciona não somente uma determinada temporalidade de modo a conectar as Eleições de 2022 à gestão do governo Bolsonaro durante a pandemia de Covid19 no Brasil⁵⁵, mas também mobiliza uma construção narrativa empreendida pelo político durante seu governo. Assim, a imagem congrega o negacionismo científico durante a pandemia com posicionamentos antidemocráticos de Jair Bolsonaro.

Voltando os olhos para o plano secundário da imagem, ao fundo há uma combinação das cores amarela, que ocupa largamente a faixa central da composição, e vermelha, presente em faixas nas partes laterais do fundo. Sobre essas, é possível lermos do lado direito a frase “ATEM FASCISTA”, e no lado esquerdo “POIEM INDÍGENAS”, ambas em caixa alta. A imagem que exibo aqui parece cortar a parte superior da peça gráfica, bem como as letras iniciais de cada elemento linguístico. Logo, pelas associações que a própria imagem provoca, deduzo que as palavras sejam “matem” e “apoiem”. O uso de tais elementos linguísticos parecem indicar não somente um apoio a candidaturas indígenas durante o período eleitoral de 2022 em detrimento de uma oposição a líderes fascistas (Bolsonaro), mas também traça uma relação de proximidade entre as questões indígenas e o governo Bolsonaro.

Durante sua campanha eleitoral em 2018, Bolsonaro foi enfático em dizer que não demarcaria nenhuma terra indígena se fosse eleito, promessa a qual foi cumprida durante todo seu governo. Em relatório elaborado pelo Conselho Indigenista Missionário (Cimi), durante o governo Bolsonaro foram 867 casos de omissão e demora na regularização de terras ocupadas por pessoas indígenas em 2022 (Passos, 2023). Desde seu primeiro ano de governo houve a paralisação da demarcação de áreas indígenas, um apoio de Bolsonaro à mineração e expansão do agronegócio nessas localidades, bem como o desmantelamento de órgãos como a Funai, que passou do Ministério da Justiça para o Ministério da Agricultura (Fellet, 2020).

⁵⁵ No que tange à condução da pandemia de Covid-19 pelo governo Bolsonaro, aprofundarei a análise na figura 40, intitulada “Envenenamento”. Contudo, considero importante ressaltar que, conforme Rennó (2022) argumenta, Bolsonaro promoveu uma intensa politização da condição sanitária do país, minimizando a gravidade da doença e não respondendo de forma ágil à necessidade de vacinação. Essa postura gerou um impacto negativo significativo nas avaliações do governo.

No contexto da pandemia de coronavírus no país, o governo cometeu diversas irregularidades no que dizia respeito ao combate da Covid19 entre tais populações. Como apontou o Tribunal de Contas da União (TCU), o governo de Bolsonaro só havia gastado metade do orçamento que deveria para tais fins entre os anos de 2020 e 2021, além de ter adquirido materiais com preços acima do mercado (Lucena, 2023). Em 2020, ao sancionar a Lei 14.021/20, que estabelecia ações para combater o avanço da Covid19 entre indígenas, quilombolas, pescadores e outras comunidades tradicionais, Bolsonaro vetou trechos importantes para a proteção de tais comunidades. Dentre eles, estavam extratos que versavam sobre a obrigatoriedade do governo em garantir a esses povos acesso a água potável, materiais de higiene, limpeza e desinfecção, ofertar emergencialmente leitos hospitalares e de terapia intensiva, além da compra de ventiladores e máquinas de oxigenação sanguínea (Nobre, 2020).

Tomando as relações que a imagem estabelece a partir dos elementos que aciona, é possível a compreendermos como uma imagem desobediente, nos moldes que define Prata (2022, p. 202), uma vez que serve como uma narrativa política dissidente que se recusa “a obedecer a uma ordem com qual não concorda”. Assim, ao acionar acontecimento e narrativas de opressão aos povos originários, bem como atos de descaso e má gestão em meio a uma pandemia, a imagem subverte a violência sofrida pelas populações.

A partir disso, é possível traçarmos alguns caminhos de sentido. Em um primeiro olhar, essa subversão parece vir de uma vingança, tendo em vista a flecha que atravessa a cabeça de Bolsonaro. Como se a imagem trabalhasse com um jogo onde, ao visibilizar Bolsonaro como violento, ela aponta a violência como sendo a resposta aos atos do político. Contudo, levando em consideração as relações estabelecidas entre o posicionamento do político e as comunidades indígenas, acredito que há outra possível significação, mais implícita, na flecha que trespassa sua cabeça. A visualidade serviria como um gesto simbólico de resistência ao poder opressivo de Bolsonaro, um levante (Butler, 2017) que carrega consigo as inúmeras formas de luta desses povos pelo direito de existência.

A relação de Bolsonaro com questões indígenas é tensionada pela imagem a seguir, “Canibal” (figura 38), de autoria de César Ganimi. A imagem foi divulgada no dia

06 de outubro de 2022, quatro dias após a abertura da convocatória “Design Contra Bolsonaro”.

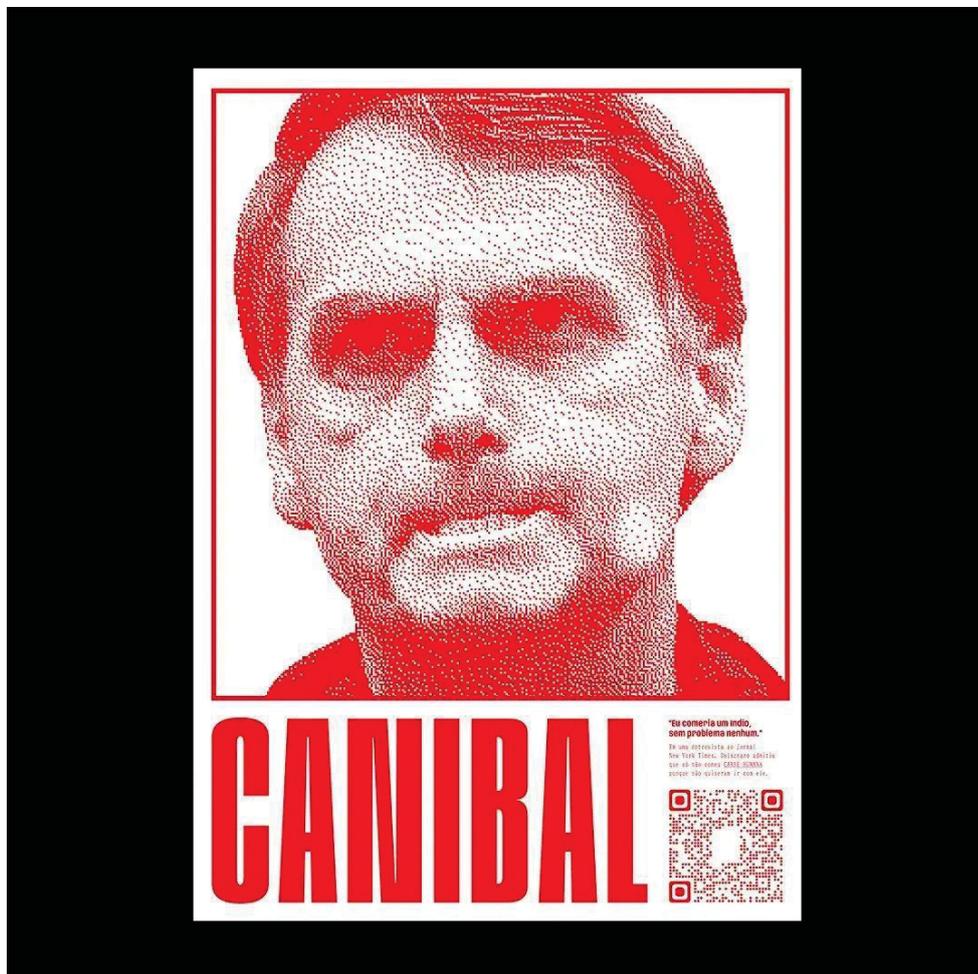


Figura 38: Canibal. **Fonte:** César Ganimi (@cesarganimi) via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

A imagem acima lembra o formato de um cartaz, constituído através da disposição vertical de seus elementos no centro da imagem, em contraste com o fundo preto da peça. Em um primeiro nível de hierarquia, é possível visualizarmos a imagem de Bolsonaro, que ocupa cerca de dois terços da composição. Sua figura parece estar impressa na imagem, por meio de uma técnica de retícula, onde utiliza-se o vermelho, que predomina na composição, junto do branco. Os olhos são pouco distinguíveis, tendo em vista o acúmulo de retículas no local. Possui uma expressão de irritação, perceptível principalmente por meio dos dentes inferiores à mostra. Abaixo dele, em um segundo nível de hierarquia, mas que se destaca de forma próxima na composição, há em caixa alta e tipografia alongada o signo linguístico “CANIBAL”.

Ao lado dos dizeres em tom de denúncia, há duas frases curtas de pequeno tamanho e um QR CODE. Nas frases é possível lermos “"Eu comeria um índio sem problema nenhum", localizada em maior destaque acima e tipografia em *bold*, e "Em uma entrevista ao Jornal New York Times, Bolsonaro admitiu que só não comeu CARNE HUMANA por que não quiseram ir com ele”", logo abaixo, em tipografia regular. O QR CODE da imagem carrega um *link* que leva para um vídeo, domiciliado no Google Drive, onde temos a referida declaração de Bolsonaro no ano de 2016⁵⁶. Na ocasião, Bolsonaro era entrevistado pelo jornalista Simon Romen, do jornal The New York Times (figura 39). O vídeo foi viralizado durante o segundo turno das eleições pela oposição do candidato, como uma tática para tensionar e “desgastar” a imagem de Bolsonaro (Ribeiro, 2022).



Figura 39: Entrevista de Bolsonaro a repórter Simon Romen do The New York Times. **Fonte:** Reprodução Google Drive (2024).

A declaração seria um relato de uma visita do de Bolsonaro à comunidade indígena Yanomami Surucucu, localizada em Vista Alegre (RO). O então deputado começa sua fala resgatando uma visita realizada no Haiti, onde recusou sexo com mulheres por elas “não terem higiene nenhum”. Ao prosseguir, Bolsonaro fala que em Surucucu havia morrido um “índio” e que os indígenas o estariam cozinhando, afirmando que seria a “cultura deles”.

⁵⁶ O vídeo está disponível no link: <<https://drive.google.com/file/d/1EOvtHHRoe8GtTsftL5TKyeKgCBUZR/view>>. Acesso em: 05 nov. 2024.

Cozinha por dois, três dias, e come com banana. E daí eu queria ver o índio sendo cozinhado. Daí o cara: ‘Se for, tem que comer’. Aí falei ‘Eu como’. Daí a comitiva, ninguém quis ir. ‘Vamo comigo lá’. Ninguém quis ir. Daí como a comitiva não quis ir, que tinha que comer o índio, eu, não queriam me levar sozinho lá. Aí não fui. Senão eu comeria o índio sem problema nenhum. É a cultura deles. E eu me submeti àquilo, talquei? (Bolsonaro, 2016).

A fala repercutida foi alvo de amplas críticas, principalmente de indígenas Yanomamis. Em matéria divulgada no Nexo Jornal, Junior Hekurari, presidente do Condisi (Conselho do Distrito Sanitário) Yanomami, relatou: “Nós, Yanomami do Surucucu, não somos canibais, nunca tivemos isso. Não tem um relato [sobre isso]. Nem relatos ancestrais nem atuais. Esse presidente não tem respeito com o ser humano.” (Valente, 2022).

Em vista disso, observo que a imagem constrói uma determinada visibilidade de Bolsonaro enquanto um homem violento, capaz de comer carne humana, e que não teria respeito com nenhuma população, principalmente as populações indígenas. Em paralelo, acredito que esse desrespeito se relaciona com a construção de um modo de ver histórico e estrutural, que se baseia na condição da população indígena como um povo inferior, bárbaro, próprio de uma visão colonialista.

Mas para além disso, compreendo que a imagem funciona a partir de uma tática de oposição, que utiliza de uma moldagem de narrativas e visualidades, para corroborar um discurso de Bolsonaro enquanto um candidato desumano. E ainda, reside nela e através dela a capacidade de evidenciar os tensionamentos, assim como a imagem anterior de Marcelo, das questões indígenas no governo Bolsonaro, de modo a colocar em xeque a então futura gestão do país frente à estas problemáticas.

As operações de opressão que a imagem acima tensiona também são abordadas na imagem a seguir (figura 40). “Envenenamento”, de autoria Gustavo Hildebrand (@gus.ilustras), foi publicada também no dia 06 de outubro, em outra postagem carrossel. Sua legenda, onde lia-se “Bolsonaro: lobo em pele de cordeiro 🐺”, parece corroborar com a dualidade da personagem representada na imagem.

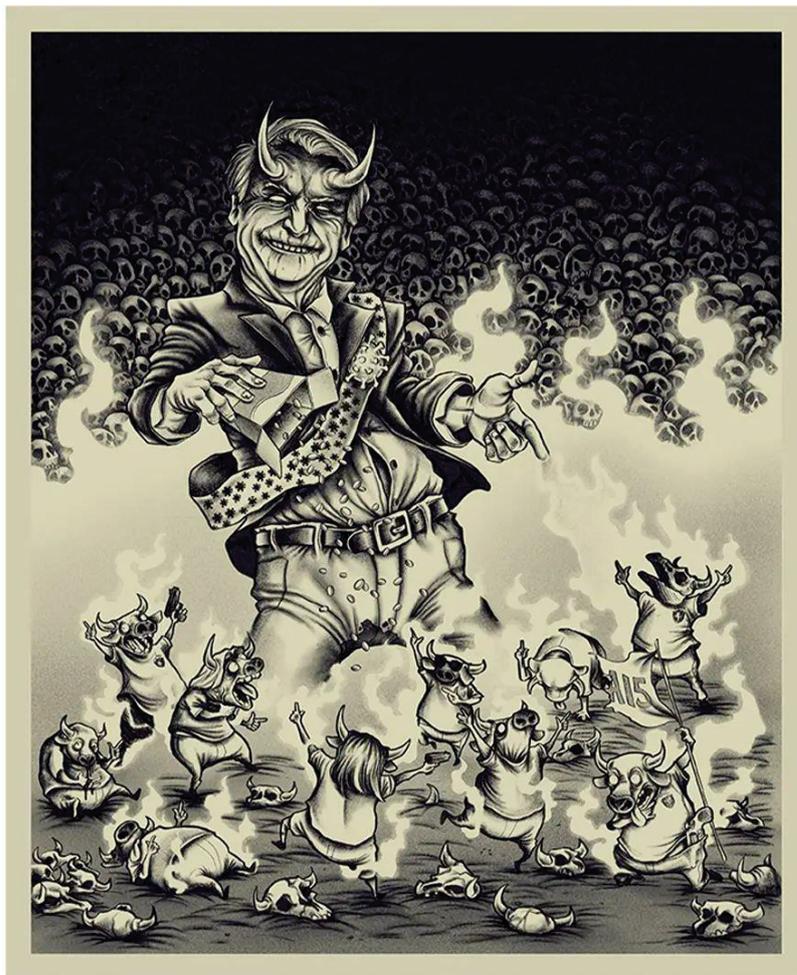


Figura 40: Envenenamento. **Fonte:** Gustavo Hildebrand (@gus.ilustras) via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

A imagem acima, em formato vertical, possui um tom sépia aplicado por toda a extensão, como se aludisse a uma fotografia antiga. Além disso, é possível identificarmos três planos de composição. Ao fundo, no último plano, é possível observarmos uma pilha formada por inúmeras caveiras. No topo da pilha há a utilização de sombra, como efeito para gerar profundidade, ao mesmo tempo que parece indicar que a pilha não tem um fim aparente. A parte inferior é iluminada por labaredas de fogo, a julgar pelo formato do que seriam as chamas.

Em segundo plano, e com maior destaque, está a figura de uma espécie de demônio, cujas feições da personagem fazem uma clara referência à Bolsonaro, porém com a adição de um par de chifres que irrompem de sua testa. A figura é retrata portando um *blaser*, camisa de botão, calças e cinto, além da costumeira faixa presidencial, contudo, no lugar dos motivos nacionais, há dezenas de pequenas representações de vírus, além de um grande vírus no lugar do Brasão de Armas da

República. Sua mão esquerda faz um gesto como se estivesse apontando para algo, ou como se imitasse uma arma, gestualidade frequentemente repetida pelo candidato (Melo, 2020). Na mão direita há uma caixa de remédios aberta, a qual Bolsonaro chacoalha, fazendo com que caiam inúmeros comprimidos para um grupo de bois humanoides abaixo.

O gesto nos leva para o primeiro plano da imagem, que se situa na parcela inferior da composição. É possível observarmos um chão sem nenhuma vegetação, onde estão dispostos inúmeros crânios bovinos. Ainda, diversos personagens, em menor escala comparados ao seu algoz, parecem festejar. Com o rosto no formato de bois, vestem camisetas que possuem um brasão no lado esquerdo, além de alguns estarem utilizando óculos escuros. Suas mãos/patas estão para o alto, como se imitassem o gesto de “arminha” feito por Bolsonaro. Dois deles portam armas, como o personagem abaixo do braço direito do candidato, e o que está no canto inferior direito da imagem, que também porta uma bandeira, onde lê-se “AI5”. Alguns dos personagens tosse, como se estivessem sendo envenenados, já outro, abaixo do braço esquerdo de Bolsonaro, parece estar morto, uma vez que vemos somente seu crânio, porém continua a gesticular para o alto. Todos continuam a dançar em meio às chamas que os queimam, como se não se importassem com o que está lhes ocorrendo.

Na descrição acima visualizo diversos acionamentos, que constroem uma caricatura de Bolsonaro enquanto um político e candidato que merece desconfiança, como o lobo em pele de cordeiro citado pela legenda que acompanha a imagem, e que reiteradamente veicula discursos de apoio ao militarismo. Começo por este último, tendo em vista a gestualidade dos personagens que imita uma arma e a placa com o signo linguístico “AI5”. O gesto de “arminha” remete a um sinal comumente feito por Bolsonaro desde sua campanha em 2018, na qual simbolizava com as mãos um revólver, enquanto fazia promessas de estímulo e flexibilização ao uso de armas caso fosse eleito. Enquanto enunciado, era visto simbolicamente como a disseminação de um discurso de legítima defesa, onde passava-se a responsabilidade da segurança do Estado para as/os cidadãs/ãos, e o combate da criminalidade era feito a base da legítima defesa (Ulhôa, Silva e Dorne, 2023).

Paralelamente, a bandeira com o signo “AI5” acessa uma dupla temporalidade, uma vez que aciona o Ato Institucional Nº 5, imposto durante o governo de Arthur da Costa e Silva na ditadura militar brasileira (1964-1985), considerado o Ato Institucional mais repressivo do período⁵⁷, ao mesmo tempo que evoca o uso desse enunciado nas constantes manifestações bolsonarista que pediam por intervenção militar (Melo, 2020). A mobilização desses tempos na imagem reforça, como analisado por Melo (2020), o caráter de uma retórica fascista pautada pelo culto à violência, além de um claro apoio à ditadura militar, recorrentemente utilizada por grupos bolsonaristas, e pelo próprio Bolsonaro.

Por conseguinte, há uma clara alusão às diversas pessoas vitimadas pela pandemia do coronavírus no Brasil durante a gestão Bolsonaro. Entre os anos de 2020 e 2022, parte do período de gestão do governo supracitado, foram registradas oficialmente cerca de 679.351 mortes por Covid19 no Brasil. Somente durante o ano de 2021, pico da pandemia no país, mais de 400 mil pessoas morreram em decorrência da doença (Madeiro, 2022).

Em uma análise sobre os primeiros oito meses da pandemia do coronavírus no Brasil, Calil (2021) aponta como a gestão da pandemia não decorreu de uma “falta de estratégia”, mas sim foi resultado de uma estratégia bem definida pelo governo. Assim, ao integrar nessa estratégia a desqualificação da pandemia, o estímulo a atitudes em prol da contaminação e a propagação de falsas soluções, como o uso de medicamentos sem comprovação de eficácia, buscava-se uma aceleração da imunização coletiva, como forma de enfrentamento à Covid19 (Calil, 2021). E nesse sentido, a imagem acessa, dá a ver e critica tal estratégia ao utilizar a visualidade da distribuição de medicamentos.

⁵⁷ Arthur da Costa e Silva foi o segundo presidente do Brasil durante o período ditatorial no país, ocupando o cargo entre março de 1967 e agosto de 1969. Seu governo foi marcado pela intensa contestação do regime militar, com ampla movimentação da oposição em manifestações, o que resultou na promulgação do ato institucional nº 5 (AI-5), que ampliou os poderes presidenciais e possibilitou: “o fechamento do Legislativo pelo presidente da República, a suspensão dos direitos políticos e garantias constitucionais, a intervenção federal em estados e municípios, a demissão e aposentadoria de funcionários públicos,” a cassação de parlamentares, dentre outras medidas (Arquivo Nacional, [s.d.]).

O gesto de louvor que os personagens fazem a Bolsonaro com a caixa de remédio na mão parece acionar um gesto semelhante ocorrido em 19 de julho de 2020. Na ocasião, Bolsonaro, que estava de máscara, levanta uma caixa de Cloroquina para seus apoiadores em meio aos primeiros meses da pandemia no Brasil (figura 41). O ato aconteceu em frente ao Palácio da Alvorada. Cerca de 13 dias antes do ato, em 07 de julho, Bolsonaro anunciou que havia contraído Covid19. Durante a live, ele repetiu 17 vezes o nome do medicamento (Humberto Martins, 2020). Até novembro de 2020, o Governo Federal havia distribuído 5,8 milhões de comprimidos do referido medicamento produzidos no laboratório do exército (Gussen, 2021).



Figura 41: Bolsonaro erguendo caixa de cloroquina para apoiadores. **Fonte:** Estado de Minas, Reprodução (2020).

Ao acionar tal visualidade e narrativa bolsonarista, compreendo que a imagem coloca em questão o uso da cloroquina como um símbolo e artefato veiculador de um discurso anticiência, pautado pelo uso de medicamentos ineficazes e a divulgação de desinformação durante a pandemia. A Cloroquina, elevada a um símbolo de salvação, servia como vetor de desilusão para quem buscava tratamento, e ópio para quem apoiava o discurso bolsonarista. Nesse sentido, mistura-se com os outros elementos presentes na imagem, como os cartazes pedindo a volta do AI-5 e o uso de armas, corroborando as narrativas criadas pela então presidente durante a pandemia.

Conforme apontam Hur, Sabucedo e Alzate (2021), a partir da análise do discurso de Bolsonaro em relação à pandemia da Covid19 em 2020, o então presidente promoveu uma necropolítica voltada à manutenção da lógica neoliberal. Assim, ao

utilizar uma retórica de diminuição dos riscos do coronavírus, naturalização das mortes, lógica militarista e de criação de inimigos, Bolsonaro colocou “a economia em primeiro plano, deixando as vidas humanas em segundo, e ignorando o discurso científico.” (Hur, Sabucedo e Alzate, 2021, p. 561).

Assim, ao incorporar elementos atrelados a uma necropolítica governamental, a imagem evidencia seu atravessamento pela memória, tornando-se ela mesma um “veículo da memória” (Didi-Huberman, 2017), capaz de mobilizar temporalidades e narrativas que nos fazem acessar acontecimentos de uma ferida (aberta) nacional. E para além disso, ela também deixa evidente a crítica ao próprio posicionamento bolsonarista e suas contradições, onde apoio se torna sinônimo de destruição. Assim, fica claro a polarização que a imagem comporta e produz, ampliando a diferenciação e o distanciamento entre campos (Rennó, 2022), construindo uma estrutura do visível onde a ideologia bolsonarista é colocada em questão.

As associações de Bolsonaro com uma narrativa de falsidade passam do nacionalismo ufanista para a religiosidade na imagem a seguir, intitulada “Falso Messias” (figura 42), de autoria de Lucas Barbosa (@lucasnobar). A imagem foi ao ar em 29 de outubro de 2022, véspera do segundo turno.

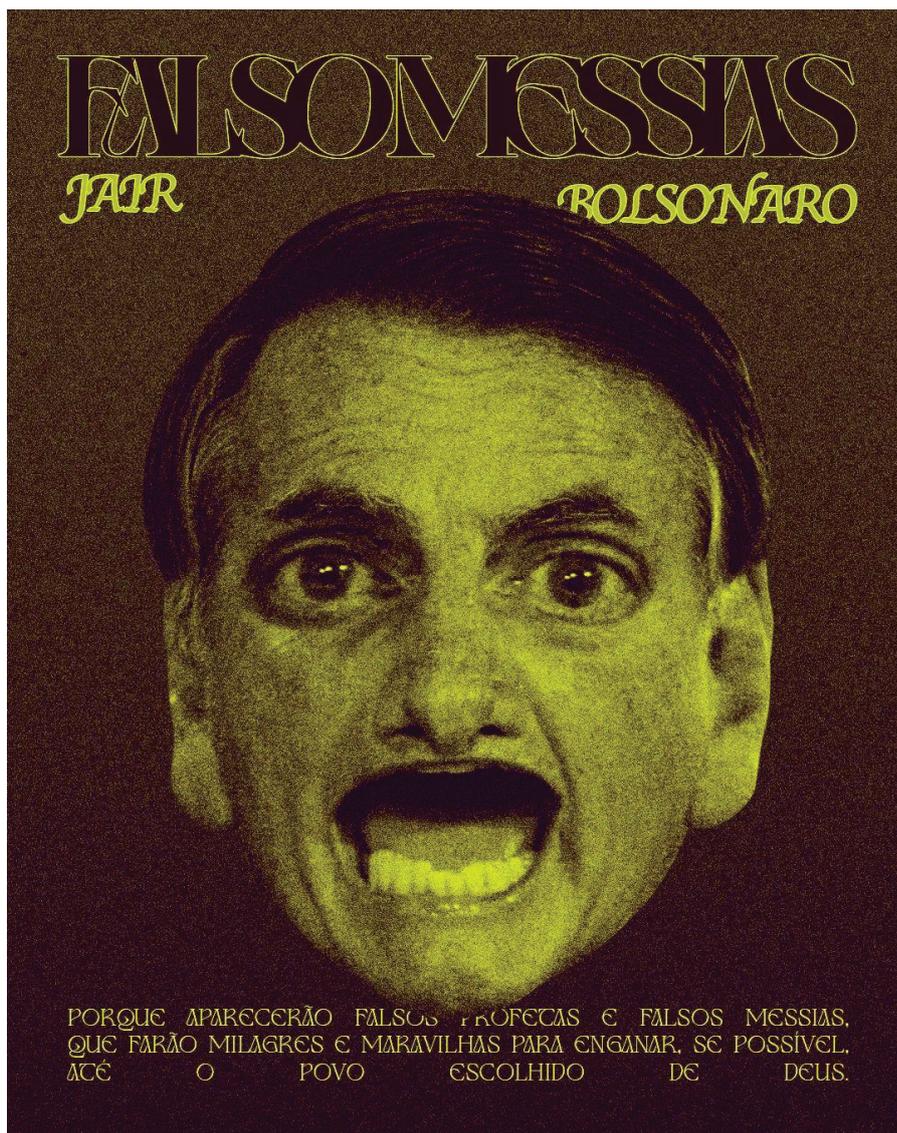


Figura 42: Falso Messias. **Fonte:** Lucas Barbosa (@lucasnobar) via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

A imagem, direciona nosso olhar por meio da hierarquia dos elementos, partindo do centro, nos levando para cima e então para a parte inferior. No centro da imagem há a cabeça de Bolsonaro, recortada do restante do corpo. Percebo uma clara manipulação digital da fotografia. Os olhos e orelhas estão aumentados, além de sua boca estar distorcida, com apenas o lábio e os dentes inferiores à mostra, e aberta como se estivesse gritando. Os cabelos estão penteados para a esquerda. O tom esverdeado da pele se mescla com o restante da composição, onde o verde e o marrom predominam, dando uma aparência doentia à representação.

Nesse primeiro momento, a imagem-sobrevivente parece ser acionada novamente. Entendo-a dessa forma, pois a representação de Bolsonaro na figura acima

parece fazer uma alusão ao personagem Adolf Hitler no filme “A Queda! As Últimas Horas de Hitler”⁵⁸ (figura 43), tendo em vista a expressão indignada, os dentes inferiores à mostra e a direção do penteado. Ao estabelecer uma relação com as duas primeiras imagens desta série (figuras 35 e 36), entendo que elas servem como um sintoma do discurso nazifascista do bolsonarismo. A visualidade é resquício e resultado desse processo em que a visibilidade do então candidato é associada a subjetividade e posicionamento do ditador alemão.



Figura 43: Adolf Hitler em cena do filme "A Queda". **Fonte:** Reprodução/Youtube (2018).

Voltando nossos olhos para a parte superior da imagem lê-se em caixa alta e fonte serifada as palavras “FALSO MESSIAS”, seguida do nome “JAIR” no lado esquerdo, e “BOLSONARO” no esquerdo. Ao olharmos para a parte inferior da composição, há um excerto bíblico, com algumas palavras sobrepostas pelo queixo de Bolsonaro, onde é possível lermos: “Porque aparecerão falsos profetas e falsos messias que farão milagres e maravilhas para enganar, se possível, até o povo

⁵⁸ No título original “Der Untergang”, o filme foi lançado em 2004, com direção de Oliver Hirschbiegel. Categorizado como um Documentário dramático, a sinopse do filme consiste em “O último secretário de Hitler relata seus últimos dias em seu bunker de Berlim no final da Segunda Guerra Mundial.”. O personagem de Adolf Hilter foi interpretado pelo ator Bruno Ganz (IMDB, [s.d.]).

escolhido de deus”. O excerto da Bíblia faz parte do Livro de Mateus, presente no capítulo 24 deste. O trecho possui algumas alterações conforme a versão da Bíblia consultada, mas refere-se a uma das falas de Jesus que, ao sair do templo, prega a seus discípulos sobre a destruição do Templo, argumentando como naquele cenário apareceriam falsos profetas e messias⁵⁹.

A associação de Bolsonaro com um falso messianismo está calcada em uma relação estreita de Bolsonaro com as camadas cristãs evangélicas. Essa relação foi uma das marcas de seu governo. Desde sua campanha nas eleições de 2018, Bolsonaro soube fazer acenos aos setores evangélicos, principalmente a partir de um apoio da bancada evangélica e de suas lideranças. A partir de uma instrumentação de interpretações teológicas e doutrinárias relacionadas ao modelo tradicional de família e o combate à corrupção, o público evangélico se identificou com o candidato, conferindo ao mesmo quase 70% das intenções de voto (Lopes, 2019). No discurso de sua posse como Presidente da República, Bolsonaro deixou evidente suas filiações:

Agradeço a Deus por estar vivo e a vocês que oraram por mim e por minha saúde nos momentos mais difíceis.
Peço ao bom Deus que nos dê sabedoria para conduzir a nação.
Que Deus abençoe esta grande nação.
Brasil acima de tudo. Deus acima de todos. (Bolsonaro, 2019)

Durante seu governo, Bolsonaro continuamente realizava uma reafirmação de seu alinhamento estratégico com as camadas evangélicas, como em 2022, quando nomeou o ex advogado-geral da União André Mendonça ao cargo de ministro do STF, cargo ocupado anteriormente pelo ministro Marco Aurélio Mello. A partir desse ato, Bolsonaro realizava um aceno às bases mais conservadoras do governo, cumprindo a promessa de indicar um nome “terrivelmente evangélico” ao cargo (Alessi, 2021). Tal indicação foi vista por lideranças evangélicas como um trunfo, tendo em vista que Mendonça dialogava de forma íntima com aspirações conservadoras e religiosas. Contudo, naquele contexto, o acontecimento evidenciava também uma polarização no voto evangélico para as Eleições de 2022, tendo em vista que, enquanto as lideranças reafirmavam sua posição a favor de Bolsonaro, as/os fiéis se encontravam

⁵⁹ Uma variação do trecho pode ser consultada no site: <https://pesquisa.biblia.com.br/pt-BR/NVI/mt/24>. Acesso em 03 dez. 2024.

indecisas/os. A partir de uma pesquisa do Atlas Político, conforme apontam Oliveira e Becker em matéria do jornal *ElPaís* (2021), Bolsonaro tinha cerca de 47% de intenções de voto entre os evangélicos, enquanto Lula agregava 34% das intenções de voto.

No contexto das Eleições de 2022, e principalmente entre o primeiro e segundo turno, as narrativas religiosas ganharam força, tendo em vista a força do possível eleitorado. As pesquisadoras Von Bülow e Carvalho (2022) apontam que a campanha lulista direcionou inúmeros esforços para o setor cristão, principalmente evangélico, como forma de atingir locais onde antes a retórica bolsonarista de que Lula fecharia as igrejas estava em voga. Assim, compreendo que a imagem corrobora para uma disputa narrativa, se colocando a favor da narrativa lulista, de modo a tensionar a aliança entre Bolsonaro e o campo evangélico.

Contudo, a partir da análise de Oliveira e Silva (2024) sobre os discursos e contradiscursos do messianismo político a partir da figura de Bolsonaro, entendo que essa imagem é perpassada por uma disputa que extrapola as Eleições de 2022, bem como tira do jogo sua associação com o discurso lulista. As autoras (2024) evidenciam que a disputa entre narrativas de Bolsonaro como um salvador, por parte da parcela evangélica, e do político como um falso messias já estavam em curso desde seu primeiro mandato como presidente da república. Assim, fica evidente que a utilização de tal visualidade durante as eleições está inscrita sob uma memória mais profunda, como um constante cabo de guerra das estruturas do visível, onde a imagem toma posição para que a corda ceda para um lado.

A temática religiosa que atravessa o discurso de Bolsonaro é acionada e tensionada junto a outros discursos na imagem que fecha esta série. “Bolçonaria” (figura 44), de autoria de Rodrigo Yokota (@rodrigo_yokota), foi publicada em 06 de outubro de 2022, poucos dias após o primeiro turno. Em sua legenda, além das informações comuns já citadas, lia-se na primeira linha a frase: “Bolçonaria a seita do falso Messias ✖”.

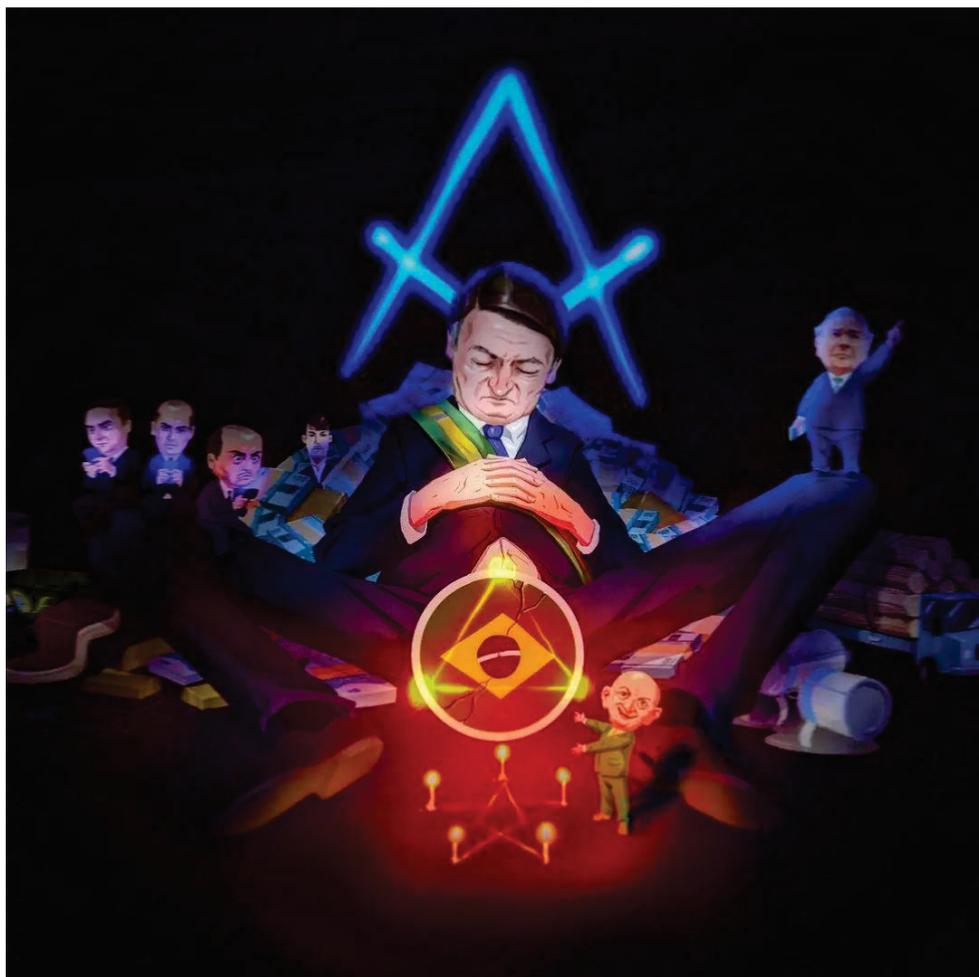


Figura 44: Bolçonaria. **Fonte:** Rodrigo Yokota (@rodrigo_yokota) via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

A ilustração parece aludir a um local escuro, como se fosse um esconderijo, como o covil de um vilão, construção insinuada pelos demais elementos que compõem a cena. No centro da imagem, deitado sobre uma pilha de maços de dinheiro vivo, está Bolsonaro, dormindo ou cochilando com as mãos juntas sobre o peito, e as pernas abertas. No local de sua genitália há uma bandeira do Brasil, um triângulo de coloração amarela, e um círculo de cor branca e efeito transparente. Abaixo da indicação observo um pentagrama, com uma vela em cada uma de suas pontas. É perceptível um efeito de luz, como se as velas iluminassem o local, bem como o personagem que aponta para o cenário.

Em relação a este último, o personagem é careca e veste um terno de coloração esverdeada. Uma referência direta a Luciano Hang, dono da rede de lojas Havan e um dos apoiadores de Bolsonaro. Outras personalidades ajudam a compor a cena. No lado direito da imagem, sobre o joelho de Bolsonaro, está Paulo Guedes, ministro da

Economia no governo Bolsonaro de 2019 a 2022, que aponta o dedo esquerdo para cima. No lado esquerdo da imagem, atrás de Bolsonaro e da pilha de dinheiro, estão seus 4 filhos Flávio, Eduardo, Carlos e Jair Renan, que são iluminados pela luz azul da tela dos celulares que carregam em mãos. Além dessas referências, há também outros elementos icônicos para além da pilha de dinheiro: um caminhão de madeira, atrás da perna esquerda de Bolsonaro, além de duas latas de tinta abaixo dela; inúmeras caixas de remédio abaixo da perna direita; o símbolo da maçonaria atrás da cabeça do candidato, em uma coloração azul neon; além de outros objetos pouco distinguíveis no lado esquerdo da imagem, atrás do joelho do personagem principal.

A construção põe em visibilidade uma das disputas entre discursos que circularam durante as Eleições de 2022. Poucos dias após o início da corrida para o segundo turno das eleições, começou a circular um vídeo de Bolsonaro do ano de 2017, onde ele discursava em uma loja da Maçonaria⁶⁰ (Gragnani e Braun, 2022). No início do vídeo, Bolsonaro fala que “Nós corremos um risco ainda muito sério, tão ou mais grave que a corrupção, que é a questão ideológica. Nós temos tudo para ser, sermos, uma grande nação.”⁶¹ (figura 45). Não há uma data específica para o registro, contudo, Bolsonaro se refere a si mesmo como deputado no decorrer do vídeo. Ainda, o político faz críticas à política governamental legislativa e judiciária, clamando por uma baixa intervenção do Estado, ao dizer “Precisamos de um presidente que não nos atrapalhe”.

⁶⁰ Conforme apresenta Dias (2015), a Maçonaria é uma sociedade de caráter fraternal, universal, iniciática e filosófica, que se destina a homens maiores de 21 anos. A admissão nesta ordem possui como exigência a crença em uma divindade superior, respeito à família, boa índole, busca por um aperfeiçoamento individual e espírito filantrópico, independente da raça, religião ou posição social.

⁶¹ Um trecho do referido vídeo está disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=BBNeE0tejtW&ab_channel=UOL. Acesso em: 03 dez. 2024.



Figura 45: Bolsonaro em loja maçônica. **Fonte:** Reprodução, UOL (2022).

A divulgação do vídeo, foi acompanhada da divulgação de notícias antigas sobre as relações de aliadas/os de Bolsonaro com a maçonaria. Caso da deputada Carla Zambelli, que se casou no ano de 2020 em uma cerimônia maçônica, e do então vice-presidente na época general Hamilton Mourão, que era maçom há mais de duas décadas (Gragnani e Braun, 2022). O uso de tal visualidade na composição, além de utilizar determinadas inscrições memoriais, se dá de forma estratégica, na busca por associar Bolsonaro a uma narrativa maçônica, de modo a promover uma ruptura dos seguimentos religiosos com o candidato.

Nesse sentido, vale ressaltar que a relação entre a cristandade e a maçonaria é vista como inconciliável. Conforme reportagem de Varella no jornal UOL (2022), publicada em 05 de outubro de 2022, a relação entre o catolicismo e a maçonaria era vista como um estado de pecado grave, de acordo com documento escrito em 1983 pelo cardeal Joseph Ratzinger (Papa Bento 16). No que tange as relações com grupos evangélicos, como aponta o pesquisador Gerson Moraes em entrevista ao repórter supracitado, inicialmente quando os primeiros protestantes chegaram ao Brasil foram acolhidos pelos maçons. Contudo, a relação passou a mudar no decorrer do século 20, quando grupos evangélicos incorporaram críticas católicas, levando uma associação da maçonaria com o satanismo por exemplo (Moraes em Varella, 2022).

O uso dessa tática em mobilizar uma determinada narrativa que seria vista com maus olhos no núcleo evangélico, evidencia o acirramento da disputa entre os

candidatos e seus discursos, corroborando ainda mais para uma polarização e um antagonismo durante as eleições. Mas além disso, a imagem ainda constrói outras visibilidades de Bolsonaro, que vão além dessa associação com “seitas maçônicas”. Ao utilizar elementos icônicos que adicionam outros sentidos e temáticas à imagem, como a corrupção, problemas ambientais em decorrência do desmatamento, política governamental neoliberal, ampla divulgação de medicamentos para tratamento da Covid19 e disseminação de *fake news*, a imagem coloca em jogo uma amálgama de elementos do discurso bolsonarista. Rennó (2022) argumenta que Bolsonaro era responsável por convergir disposições ideológicas diversas entre a elite e massa da direita brasileira, que catalisavam posicionamentos conservadores e tradicionalistas, típicos “das direitas mais radicalizadas do mundo” (Rennó, 2022, p. 151).

Assim, ao incorporar uma gama de visualidades em seu caráter plástico e icônico, é possível compreendermos que a imagem trabalha em várias frentes, ao acionar inscrições memoriais ao mesmo tempo que evidencia narrativas e disputas das Eleições de 2022. Nesse sentido, serve não somente como uma crítica ao governo de Bolsonaro, seu posicionamento político e ideológico, mas ajuda a revelar acontecimentos inscritos no tecido temporal das Eleições de 2022.

Com isso em vista, algumas relações são possíveis de serem traçadas a partir das análises de cada imagem deste subcapítulo.

Ao colocar essas imagens em confronto, de modo a visualizar quais relações se estabeleciam entre elas, pude perceber como todas mobilizavam determinados recortes de acontecimentos e narrativas do governo Bolsonaro ou de sua postura enquanto político e sujeito. A partir de tal operação, a constituição da visibilidade de um político fascista, violento e corrupto era materializada. O apoio ao militarismo, o discurso antidemocrático e nazifascista, a promoção de um genocídio contra população brasileira, fosse minoria ou sua apoiadora, e o uso do discurso religioso foram amplamente mobilizados pelas imagens.

Em vista de tais mobilizações, entendo, a partir de Didi-Huberman (2015), de que as imagens da série “Design Contra Bolsonaro” podem ser compreendidas como objetos históricos onde “todos os tempos se encontram” (Ibidem, p. 46). Tomo essa posição por entender que há nelas uma colisão onde temporalidade se fundem, “bifurcam ou se confundem” umas com as outras (Ibidem). Ao mobilizarem narrativas

circulantes sobre Bolsonaro, seu governo e sua base de apoiadores/as, as imagens faziam uso de um emaranhado memorial, produzido pelo encontro do tempo e do inconsciente (Ibidem, p. 50), e que acessava determinadas formas de compreensão sobre Bolsonaro. Assim, as imagens faziam uso de memórias específicas de grupos posicionados como oposição ao seu governo, tensionando o discurso nazifascista e antidemocrático do então candidato à reeleição. Elas serviam como dispositivos de resistência, procurando romper com a estrutura de um regime de visibilidade produzido pelo discurso bolsonarista, de modo que outros pudessem se constituir.

Partindo de tal perspectiva de interpretação, o conceito de “imagens dissidentes” proposto por Didiana Prata (2022) é profícuo para pensar tais constituições de um recorte do visível. Prata (2022), ao desdobrar as concepções sobre imagens-mensagem em conceitos menores, apresenta o termo “imagens dissidentes” para se referir às imagens que representam valores culturais e políticos que se opõe ao regime de poder em voga em determinado contexto. As imagens dissidentes são frutos de estratégias de agenciamento e do imediatismo de sua circulação, onde grupos se organizam em torno de pautas comuns e temas urgentes, pautados pelo cotidiano e relacionados a manifestações nas ruas e nas redes (Ibidem).

Essa perspectiva me permite compreender como havia a tentativa, tendo em vista o contexto da presente pesquisa, de produzir formas que contraporiam àquelas reguladas pelo poder bolsonarista. Assim, ao incorporarem as críticas à um controle neoliberal, a uma gestão necropolítica da pandemia e de populações marginalizadas, e a contradições próprias do bolsonarismo, como a corrupção, essas imagens serviam como formas dissidentes que desafiavam as representações do governo atual, promovendo um questionamento do que era colocado em visibilidade por Bolsonaro.

Nesse sentido, a noção de dissenso proposta por Rancière (1996a, 1996b) faz sentido ao considerarmos estas imagens enquanto formas dissidentes que se contrapõem a um determinado poder governamental. Assim, enquanto uma forma estética que instaura um litígio, performando rupturas nas formas consensuais de uma comunidade, as imagens produziram um dissenso necessário a própria reconfiguração do estado das coisas. Em outras palavras, as imagens da série “Design Contra Bolsonaro”, ao colocarem em suspensão a própria forma de estruturação da comunidade empreendida por Bolsonaro durante seus 4 anos de governo, a até mesmo

antes dele, elas procuravam romper com a lógica policial do bolsonarismo que regula a gestão de corpos, formas, afetos e desejos.

Tal interpretação me provoca a pensar essas imagens enquanto dispositivos (Rancière, 2021) de uma contranarrativa produzida pelo design ativismo, colocando em relação de colisão elementos acionados por essas imagens. Isso implica em entender que a contranarrativa no design sugere algo diferente da narrativa dominante do período, seja aquela que está explícita e coletivamente acordada, seja aquela que reside de modo implícito nos comportamentos socialmente aceitos e em paradigmas subjacentes (Fuad-Luke, 2009). Logo, o ativismo no design expressaria uma maneira de projetar outras possibilidades além daquelas já existentes, de modo a contribuir para possíveis mudanças e transformações sociais (Ibidem).

Nessa esteira de pensamento, as imagens, enquanto extensões visuais das disputas que se dão em determinado contexto social e histórico, se estabeleceriam como artefatos resultantes de tal processo ativista de design. Desafiariam a racionalidade consensual, trabalhando de maneira contrária à lógica bolsonarista, de modo a possibilitar que ocorressem modificações nos sentidos comuns. Logo, por mais que as imagens, ao olhá-las em conjunto, estabeleçam primeiramente um posicionamento contrário e crítico ao candidato, entendo que funcionavam operando outras possíveis narrativas, que colocavam em visibilidade comunidades que não tinham parte no governo de Bolsonaro.

Essa interpretação deriva da forma como as imagens colocam o povo e Bolsonaro em um local de iminente conflito. Três das imagens analisadas — “Genocida” de Marcelo Simeone (figura 36), “Canibal” de César Ganimi (figura 38) e “Envenenamento” de Gustavo Hildebrand (figura 40) — operam duas relações em que a violência se faz presente: as questões indígenas no governo Bolsonaro e a gestão da pandemia de Covid19 no Brasil.

Como já abordado nas análises realizadas acima, ambas as questões foram pontos de tensionamento durante seu governo, tendo em vista a gestão contra populações indígenas, bem como a má condução de contingência da pandemia que resultou em quase 700 mil mortes por Covid19 entre 2020 e 2022. Nesse sentido, o conceito de biopolítica cunhado por Foucault (1988) parece fazer sentido aqui. Segundo o filósofo, a biopolítica se figuraria a partir de uma série de intervenções e

controles que buscariam regular o corpo enquanto suporte de processos biológicos variados: “a proliferação, os nascimentos e a mortalidade, o nível de saúde, a duração da vida, a longevidade, com todas as condições que podem fazê-los variar, [...]” (Ibidem, p. 131).

Considero a gestão de Bolsonaro como uma biopolítica pois entendo que, ao utilizar-se de aparatos estatais que negligenciavam, controlavam e regulavam formas e modos de vida, sua gestão empreendeu uma vulnerabilização sobre a vida de populações específicas, como indígenas e outras populações marginalizadas. Logo, ao performarem uma crítica aos modos de controle de seu governo, entendo que essas imagens, ao instituírem um dissenso (Rancière, 1996a; 1996b), reivindicavam a partir de uma potência, um avesso do poder e da dominação, outras formas de visibilidade. Formas que evidenciavam a biopotência do coletivo (Pál Perbart, 2022), ou seja, a capacidade da multidão de gestar sua própria vida, colocada em contraposição à dominação biopolítica de Bolsonaro.

Mas, apesar de elas evidenciarem uma disputa de determinados grupos sociais contra a poder governamental bolsonarista, entendo que a disputa se dá também no sentido partidário, uma vez que o alinhamento e embate com as pautas da campanha lulista são evidentes. Assim, as imagens trabalhavam em diversas frentes, o que possibilita que outros sentidos e compreensões emergjam desta série de imagens. A primeira imagem desta série, “BolsoHitler” de Fos Ter (figura 35), mira justamente num enfrentamento entre as narrativas que associam Bolsonaro a uma ideologia nazifascista e Lula a um ideal de democracia. Já as duas últimas imagens analisadas — “Falso Messias” de Lucas Barbosa (figura 42) e “Bolçonaria” de Rodrigo Yokota (figura 44) — utilizam-se de táticas que visam explorar a tensão entre a postura de Bolsonaro e o discurso religioso, algo amplamente realizado pela campanha de Lula, principalmente durante o segundo turno das eleições. As imagens dessa série participavam de uma movimentação alinhada às estratégias lulistas, procurando jogar na arena dos valores, onde o campo progressista obrigava o adversário conservador a defender-se em diversos temas, como a religião por exemplo (Von Bülow e Carvalho, 2022).

Logo, ao passo que as imagens evidenciavam a instituição de uma política, onde buscava-se reconfigurar determinados espaços partilhados em comunidades, entendo

que elas também funcionavam como uma forma de contribuir com o discurso lulista de desqualificação de Bolsonaro. Ao fazerem uma subversão da narrativa bolsonarista, e acionando visualidades e memórias que incorporavam determinados modos de ver sobre Bolsonaro, as imagens constituíam a visibilidade de Bolsonaro a partir de duas operações, o dissenso crítico e a propaganda consensual. Promovendo a crítica a discursos biopolíticos, fascistas e antidemocráticos típicos do bolsonarismo, e associando-se a narrativas utilizadas por Lula, as imagens possuíam mais camadas de tensões do que se percebia ao primeiro olhar.

Por conseguinte, julgo importante destacar o uso de táticas ativistas que evidenciam e ampliam essas dinâmicas de poder. As imagens acima recorreram a determinadas narrativas para tensionar o discurso religioso durante as eleições, como a associação de Bolsonaro à maçonaria (“Bolçonaria” - figura 44). Além disso, outras táticas visuais, como a imagem “Genocida”, de Marcelo Simeone (figura 36), reforçam esse embate, em que o simbolismo da violência contra Bolsonaro se torna um meio de contestar seu discurso e resistir ao exercício de um poder opressivo. Nesse contexto, o protesto conceituado por Thorpe (2012) e a contranarrativa proposta por Fuad-Luke (2009) passam a ser empregados de forma mais direta, por vezes escapando das conceituações existentes de design ativismo e fazendo uso de uma abordagem muito mais combativa.

O uso de tais táticas evidencia uma estreita relação com contexto das eleições. A pesquisadora Helena Martins (2022), em ensaio publicado no *Jornal Nexo* no contexto das eleições, expôs como a desinformação era uma das pautas em jogo durante as eleições. Tema crescente desde as eleições de 2018, onde Bolsonaro, através das mídias sociais, fez uso intenso de tal estratégia durante sua campanha eleitoral e seu governo (Beiguelman, 2021), nas Eleições de 2022 ganhava outras nuances.

De um lado, o uso bolsonarista das redes era tensionado por uma maior fiscalização do Supremo Tribunal Federal (STF), ao mesmo tempo que Bolsonaro havia perdido parte de seus apoios durante seu governo, sofrendo rachas com perdas regionais e locais de apoiadores/as (Helena Martins, 2022). Por outro, o setor lulista também empreendia narrativas de desinformação ou desqualificação, como o caso da veiculação de narrativas que associavam Bolsonaro à maçonaria e ao canibalismo por

parte das/os apoiadoras/es do petista, ou a desqualificação do adversário que Lula empreendia em sua campanha eleitoral (Panke, Gonçalves e Brito, 2023).

Contudo, a desinformação não era o único ponto de tensão naquele pleito. Em reportagem da Agência Pública (2022), foram mapeados entre 16 de agosto a 30 de outubro de 2022 cerca de 324 casos de violência eleitoral, que variavam de violência psicológica e moral, até casos de assassinato por motivações políticas. 40% dos/as agressores/as eram apoiadores/as de Bolsonaro, enquanto apoiadores/as de Lula contabilizaram 7% dos ataques. Ao todo, foram pelo menos 15 assassinatos e 23 tentativas registradas no período (Violência..., 2022). A disputa partidária ganhava contornos violentos.

Tendo em vista o contexto que se desenhou durante as Eleições de 2022, entendo que o uso de tais formas de representação possibilitam olhar para as disputas que se davam não apenas entre as narrativas, mas também entre as pessoas. Corpo contra corpo, sujeito contra sujeito. As imagens performavam a política de uma guerra, travada por diversos meios (Foucault, 1999), onde as resistências ao poder bolsonarista se misturavam a táticas de visibilização empreendidas pela campanha lulista. O que, no contexto desta convocatória, serviu como uma forma de contestar a ordem policial do governo bolsonarista, ao mesmo tempo que promovia a tentativa de manutenção da ordem policial lulista. Em suma, as imagens evidenciavam as colisões entre uma política e uma polícia, um dissenso e um consenso, produzindo a partir disso visibilidades específicas de um candidato calcadas na mobilização de uma narrativa fascista e antidemocrática.

Esta narrativa, fruto de uma articulação global de designers, artistas e criativas/os em torno de um mesmo ideal pareceu ter seguido os planos que estas pessoas almejavam, tendo em vista o resultado das eleições. Em 30 de outubro de 2022, Lula vencia Bolsonaro com 50,90% dos votos válidos, consolidando seu 3º mandato. Portanto, no subcapítulo que se segue, tratarei da visualidade que cristaliza tal vitória neste contexto.

4.3 ELE VOLTOU!

Apesar de estar tratando especificamente de três séries de imagens da campanha Circuito Eleições 2022, julgo necessário fazer um parêntese curto, de modo que possa abordar uma imagem de forma isolada. Contudo, mesmo estando isolada das demais séries, tal artefato condensa visualidades, temporalidades e discursos que estavam materializados nas imagens acima, e que estarão nas páginas do subcapítulo a seguir. No dia 30 de outubro de 2022, após um segundo turno de tensão em diversas cidades do Brasil, principalmente no Nordeste do país, onde intervenções policiais tentavam barrar as/os votantes, o resultado para a presidência do Brasil estava matematicamente definido. Lula estava de volta para seu terceiro mandato como Presidente da República Federativa do Brasil.

Nesta mesma noite, o coletivo Design Ativista e a Mídia Ninja lançaram uma publicação conjunta, que comemorava a vitória de Lula (figura 46), e que funcionava como condensação da vitória de uma intensa mobilização dos últimos meses que englobou as/os participantes e público do CE22.



ELE VOLTOU



Figura 46: Ele Voltou! **Fonte:** Design Ativista e Mídia Ninja via Instagram coletivo Design Ativista e Mídia Ninja (2022).

Um dos primeiros elementos que destaco é os dizeres verbais “ELE VOLTOU”, escritos em uma tipografia sem serifa condensada, em caixa alta, de espessura *bold* ou *black*, na cor preta, localizados na parte superior e ocupando cerca de um terço da imagem total. Ao dirigir o olhar para cima, estão localizados na borda superior os logotipos da Mídia NINJA e do coletivo Design Ativista, em proporção menor e em escala de cinza.

Abaixo da frase, encontra-se a imagem em preto e branco de Lula, que aperta a mão de alguém da multidão enquanto olha para os olhos de um menino que é levantado nos ombros por uma das pessoas presentes no local, e sorrindo toca a face a face do político. Na imagem, também estão presentes um homem com boné em estilo militar, diversas crianças em segundo plano na imagem, braços e mãos que se

projetam ao encontro do candidato, um homem de semblante sério do lado direito e um pouco atrás de Lula no enquadramento, além de uma estrutura de metal coberta ao fundo. A imagem ainda era acompanhada da legenda em caixa alta: “O BEM VENCEU!”.



Figura 47: Lula durante campanha em 2006. **Fonte:** Ricardo Stuckert, via pt.org.br (2006).

A imagem que compõem a peça analisada deriva de uma fotografia de autoria de Ricardo Stuckert, fotógrafo oficial de Lula desde seu primeiro mandato em 2003 (figura 47). Na ocasião, o político era o então presidente da república, e estava em Lauro de Freitas, na Bahia, para a inauguração de casas populares durante sua campanha de reeleição para a presidência no ano de 2006. O menino que toca o rosto do presidente é Everton Conceição Santos, que na época tinha 7 anos e foi levantado por um vizinho em meio à multidão para que pudesse encontrar Lula (CUT, 2017).

Em um movimento intertextual, essa fotografia abriu caminho para outra imagem. A figura 48 retrata o reencontro de Lula com Everton no ano de 2017 em Salvador (BA), durante a caravana Lula pelo Brasil. Da mesma forma, a fotografia é de autoria de Stuckert, e foi registrada em um ângulo na altura dos olhos, com um enquadramento mais fechado e focado no rosto dos dois homens, em um ambiente aparentemente fechado, onde ambos sorriem um para o outro. Everton, toca novamente o rosto de Lula, que o abraça com o braço direito.



Figura 48: Reencontro de Lula e Everton durante a caravana Lula pelo Brasil em 2017. **Fonte:** Ricardo Stuckert, via Instagram (@lulaoficial) (2017).

Essas duas últimas imagens (figuras 47 e 48), quando aproximadas e colocadas em uma relação paralela, ajudam a construir algumas interpretações. Assim como aponta Mauad, podemos compreender a fotografia “como uma escolha efetuada em um conjunto de escolhas então possíveis” (Mauad, 1996, p. 12), logo, compreendo que há certas escolhas nessas imagens que ajudam a construir determinada visibilidade em torno da figura do político.

Em primeiro lugar, a reprodução de elementos na imagem do reencontro de Everton e Lula pode revelar uma intencionalidade de se construir uma conotação de ternura e gratidão. Temos em ambas as fotografias três elementos que possibilitam essa interpretação: os sorrisos, a troca de olhares e o toque do jovem no rosto do senhor. O enquadramento das fotos, com foco no rosto dos dois, gera uma aproximação do leitor com a cena, como um convite a participar do momento.

Mas há também outras informações que circundam essas imagens e que possibilitam uma ampliação da interpretação. Na ocasião da fotografia de 2017, Lula contou que Everton, então com 18 anos, “tem uma casinha própria e sonha fazer um Enem, uma universidade federal ou entrar no Prouni para ser um doutor. Quando ele for doutor, eu venho visitar ele de novo’.” (Lula, 2018). Soma-se isso à construção da visibilidade de Luiz Inácio como político, uma vez que o mesmo, durante o seu primeiro mandato assumiu uma postura agregadora entre as classes, tendo um amplo apoio das

camadas menos favorecidas, que viam em Lula um exemplo de “sucesso, inspiração e cuidado, [...]” (Ramalho, 2021).

Temos então de um lado a figura de Lula, tido como um político popular, e de outro a figura de Everton, jovem baiano de origem humilde e que ilustra o povo brasileiro. E é nesta relação que se estabelece a construção da visibilidade de Lula como o benfeitor da população, sinônimo de cuidado com o povo mais pobre. Compreendo que essas imagens estão inseridas em um contexto histórico e sociopolítico de construção da visibilidade de um político que, em meio a um movimento com acenos para a esquerda e para a direita, também olhou para as camadas mais pobres da sociedade (Singer, 2009).

Mas voltamos à primeira imagem. Em um primeiro nível, a fotografia de Lula e Everton em preto e branco com os elementos verbais “ELE VOLTOU” e a legenda “O BEM VENCEU”, pode denotar o resultado da eleição política, uma comunicação da vitória do candidato do povo. Mas como afirma Joly (2000), em diálogo com os estudos de Barthes (1964), “uma imagem quer sempre dizer outra coisa para lá daquilo que ela representa em primeiro grau, isto é, ao nível da denotação” (Joly, 2000, p. 96). Assim, além de somente uma comunicação de vitória, a postagem assume também outras conotações, como a eleição de uma figura tida como protetora da população contra um candidato que vai na oposição dos valores tidos como benéficos para a sociedade brasileira. Ou o retorno de uma fase na política brasileira que pudesse gerar avanços significativos para as camadas minoritárias da população.

Percebo, assim, uma tentativa de fixar e reforçar um significado em torno da postagem do Design Ativista e da Mídia NINJA. Isso ocorre por meio da utilização de uma imagem já carregada de sentidos associados à figura política de Lula, apoiada por outras imagens e textos que contribuem para a construção de uma estrutura significativa de visibilidade em torno da publicação da vitória. A imagem possui mais temporalidades do que dá a ver em um primeiro momento, realizando um trabalho memorial que joga com sentidos produzidos pelos afetos que associam Lula a um cuidado com o povo brasileiro.

Logo, compreendo que, através dessas práticas significativas, a imagem veiculada pelo coletivo de designers proporciona a construção da visibilidade de um político do povo e que fará o bem ao Brasil ao olhar para as camadas minoritárias da

população. Ao fazerem uso de signos visuais específicos e carregados de significados, a postagem se insere dentro de um conjunto significativo que reitera e constrói uma visibilidade de resgate da esperança e luta contra desigualdades do candidato.

Esta construção de um sujeito capaz de resgatar a esperança e reconstruir uma nação mais igualitária é também um dos aspectos abordados no subcapítulo a seguir, onde trato da última série de imagens, “Seu Slogan do Governo Lula”, veiculada nos dias seguintes ao resultado eleitoral.

4.4 TODOS FELIZES (OU QUASE): SÉRIE “SEU SLOGAN DO GOVERNO LULA”

Como tratei anteriormente, o resultado das Eleições de 2022 se deu de forma extremamente acirrada, contudo, correspondendo as intencionalidades e objetivos do coletivo Design Ativista. Este subcapítulo trata não apenas dessa correspondência, mas principalmente sobre o que se ficcionava para o futuro. Sendo mais preciso, sobre a materialização das aspirações coletivas do Design Ativista e das/os participantes do CE22 em ficções sobre esperavam e projetavam no próximo governo do recém-eleito presidente Luís Inácio Lula da Silva. Logo, abordarei nas páginas seguintes as análises de 4 pares de agrupamentos de imagens, oriundos da convocatória “Seu Slogan do Governo Lula”, promovida pelo coletivo Design Ativista, em conjunto com o perfil Militante Cansado (@militantecansado). (figura 49).



Figura 49: Publicação da Convocatória "Seu Slogan do Governo Lula". **Fonte:** coletivo Design Ativista (@designativista) e Militante Cansado (@militantecansado) (2022).

A publicação foi ao ar em 09 de novembro de 2022, 10 dias após o resultado das eleições. Nela, como apresento na imagem acima, consta um chamamento a partir da pergunta “Qual seria seu logo+slogan do governo Lula?”, além de uma composição ficcional, de autoria de Militante Cansado, onde era possível visualizarmos um logotipo em caixa alta e colorido a partir da palavra “BRASIL” e o slogan “PAÍS FELIZ COM VIDA DIGNA”, também em caixa alta. Na legenda da imagem, lia-se em seu trecho inicial:

★ CONVOCATÓRIA 🇧🇷 SEU SLOGAN DO GOVERNO LULA 🇧🇷
 📣 Todos felizes!
 Chegou a hora de mostrar como seria SEU logo + slogan IDEAL do Governo Lula. Faça do jeito que mais te representa, o importante é se expressar!
 Compartilhe com seus amigos Designers!!! (Design Ativista, 2022i).

É possível notar novamente o ideal de felicidade em torno de Lula, construção discursiva exposta anteriormente na análise da série “Contagem Regressiva”, mas que aqui passa por uma atualização, saindo de uma projeção numa possível vitória de Lula, para a materialização de um imaginário. O que também se relaciona com o foco da convocatória, uma vez que ela visava promover a produção de logos e slogans que fossem uma ficção pessoal, uma materialização de discursos e memórias que perpassavam aquelas pessoas.

Como abordado no capítulo anterior, o contexto do pós-vitória de Lula nas urnas era de sentimentos e posicionamentos mistos. Projetava-se por e em Lula um ideal de

“reconstrução democrática”, projetando-se conciliações e possíveis avanços em seu governo, que teria de lidar com um cenário extremamente polarizado. Ao mesmo tempo, Bolsonaro pouco ou nada falava sobre sua derrota, ao passo que diversos setores da sociedade, inconformados com o resultado das urnas, contestavam publicamente a vitória de Lula. O contexto era, ainda, de uma disputa. Parecia que a polarização evidenciada antes e durante as eleições, continuava a se estender, sem uma perspectiva de fim próximo.

Logo, aciono a seguir quatro composições, sendo elas: “*O país feliz de novo*”, a partir das imagens de Joice Antunes e Ronaldo Matos; “*Nação e Dignidade*”, composta pelas peças de Millman e Filipe Carvalho; “*Acima de tudo*”, de autoria de Tiago Santos e Carolina Zeferino; e por fim, a composição “*Unidos pelo futuro do Brasil*” de Bruno Salabastian e Jhon Bermond.

Começo por apresentar, na figura 50 abaixo, a composição “O país feliz de novo”, agrupamento produzido a partir das peças de Joice Antunes, publicada no dia 17 de novembro de 2022, e de Ronaldo de Matos, publicada em 18 de novembro de 2022.



Figura 50: O país feliz de novo. **Fonte:** Joice Antunes (@joiceantunesdsgn) à esquerda e Ronaldo Matos (@raviscosdoronaldo) à direita, via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

Na imagem à esquerda, de autoria de Joice, é possível visualizarmos uma composição gráfica a partir do uso de elementos tipográficos e cromáticos, seguindo um sentido horizontal de leitura. Em relação a seus elementos linguísticos, há a palavra

“BRASIL”, escrita em caixa alta, e abaixo é possível notar o slogan, também em caixa alta, “UM PAÍS FELIZ DE NOVO”. Conforme abordado no subcapítulo 1, onde apresento e analiso as imagens da série “Contagem Regressiva”, o uso da frase “O país feliz de novo” utiliza a frase da campanha de 2018, quando Lula seria candidato à presidência, mas teve sua candidatura revogada pelo Tribunal Superior Eleitoral, em decorrência das acusações e eventual prisão no julgamento da Operação Lava Jato. Apresento assim a primeira marca de temporalidade, ancorada em uma narrativa de Lula enquanto vetor de felicidade, capaz de resgatar a felicidade do povo com seu então eleito governo.

No que tange suas camadas, seria possível elencarmos duas de modo geral, uma vez que a composição está posicionada sobre o fundo, trabalhando de forma bidimensional. Além disso, percebo que há uma certa sobreposição entre as letras da palavra “BRASIL”, bem como a sobreposição do slogan acima do retângulo em ambas as versões da marca. A sobreposição parece resgatar a construção do logotipo da gestão Lula entre os anos 2003 e 2010 (figura 51).



Figura 51: Logo do Governo Lula entre 2003 e 2010. **Fonte:** Governo Federal (2007).

Há bastantes diferenças entre ambas as composições, principalmente no que diz respeito às suas cores e à tipografia, além da substituição da bandeira na contraforma da letra “A” da composição mais antiga por uma estrela na versão ficcional de 2022. Ademais, apesar das diferenças, sobrevive a sobreposição dos caracteres, o que poderia indicar uma tentativa de evidenciar e reforçar o resgate clamado pelo slogan. Lula estava de volta, logo, como indica a imagem, os avanços realizados em seu governo voltariam a ocorrer. Contudo, há ainda uma outra camada de sentido por conta da escolha da sobreposição dos elementos na composição. Jorge (2017), ao analisar os logos dos governos Lula e Dilma, salienta que a aproximação no

logotipo de 2007 indicava a aproximação do povo brasileiro, que em sua diversidade e miscigenação se tornava um só. Assim, percebo que há uma sobrevivência do discurso de união na composição de Joice em 2022, atualizando-se no contexto das eleições, mas mantendo a retórica da diversidade e união utilizada por Lula.

Ainda em relação a seus elementos plásticos, as cores que compõem a peça fazem uma clara alusão às cores utilizadas na bandeira do Brasil, ou seja, o verde, o amarelo, o azul e o branco, com adição de outras duas: o vermelho, cor do partido de Lula, e o creme, que colore o fundo da imagem. Percebo também uma espécie de textura no fundo da imagem, como se fosse um granulado. No que concerne os objetos icônicos, identifico o uso da estrela, que poderia representar tanto os estados do país, numa referência às estrelas presentes na bandeira, quanto o símbolo do Partido dos Trabalhadores, conotação reforçada pelo uso do vermelho, cor utilizada por Lula e o PT.

Na imagem de Ronaldo Matos, à direita, temos novamente uma composição a partir de elementos tipográficos e cromáticos, além do uso de padrões geométricos na parte superior da imagem. Os elementos linguísticos seguem o padrão, a palavra “BRASIL” em caixa alta, porém dessa vez com uma tipografia de peso regular, e o slogan abaixo “De todos, de novo”. Em relação a este elemento, evidencio novamente a marcação de uma temporalidade do passado e o resgate de um contexto próspero que pertence ao povo brasileiro. O slogan também parece remeter a uma totalidade da população, como se agora, a partir do governo Lula, o povo estivesse unido.

Cabe ressaltar que no discurso de Lula após a definição matemática de sua vitória no segundo turno, em 30 de outubro de 2022, o então candidato eleito, ao discursar para uma multidão na Avenida Paulista, em São Paulo, falou sobre a união do povo brasileiro. Em um trecho próximo da metade de sua fala, lê-se “Não existe dois brasis, somos um único país, um único povo, uma grande nação.” (Lula em Leia..., 2022). Essa noção de união entre diversos povos é algo salientado por Rennó e Cabello (2010), uma vez que Lula, em seus governos anteriores, tomou para si um discurso conciliador, reunindo eleitoras/es de “direita e de esquerda em sua base eleitoral” (ibidem, p. 43).

Em relação aos elementos plásticos que a imagem busca articular, é possível identificarmos o uso de tons como o rosa, o vermelho e o preto, além do uso do azul e do amarelo em menor escala. Percebo que há uma sobreposição no formato de um

losango acima da palavra “BRASIL”, como se completasse o ícone da bandeira que aparece logo abaixo da palavra e ao lado do slogan. Nesse sentido, destaco os dois elementos icônicos presentes na imagem, a bandeira do Brasil e o padrão indígena. Em relação a este último, sua visualidade indica uma certa manualidade, em decorrência da não-linearidade das linhas. Compreendo a partir dessa interação que há uma tentativa de produzir uma local de visibilidade para essas populações que se conecta de forma estreita com a figura de Lula enquanto conciliador, ao contrário de Bolsonaro, como abordei no subcapítulo anterior.

Em um comício na cidade de Belo Horizonte em 18 de agosto de 2022, Lula defendeu em sua fala o local de pessoas indígenas no governo. “A gente vai dizer para os indígenas, não vai mais ter garimpo ilegal na terra de vocês. Se preparem, indígenas do Brasil, porque eu vou criar o Ministério dos Povos Originários. E um indígena, ou uma indígena, será ministro nesse país” (Lula em Brandão, 2022). Contudo, a associação do discurso lulista às causas indígenas não vinha somente do lado do candidato. Em uma nota publicada em 13 de outubro de 2022, a Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (Apib), declarava seu apoio a Lula no segundo turno das eleições, evidenciando a relevância que ele teria na disputa, “porque sem ele se torna inimaginável o futuro do nosso país, da democracia, dos direitos fundamentais consagrados na Constituição Federal e do Estado de direito.” (Carta..., 2022).

Ambas as imagens se relacionam novamente com a construção da visibilidade de Lula enquanto um possível herói que irá resgatar o Brasil de um período sombrio, trazendo de volta a prosperidade de um governo que olhou para a população como um todo, principalmente as camadas mais vulneráveis desta. O uso de determinados elementos que evidenciam a união do povo (imagem de Joice Antunes) e as relações com as populações indígenas (imagem de Ronaldo Matos) são atravessados por acontecimentos e discursos, de modo que ficcionalizam o futuro a partir do passado. E nesse sentido, mobilizam não somente os acontecimentos do governo Bolsonaro, mas também os outros governos de Lula, em uma trama temporal que se cristaliza nas imagens e através delas.

O discurso de um país próspero para o povo também pode ser visualizado nas imagens do grupo “Nação e Dignidade” (figura 52), produzido pelas imagens de MILLMAN, à esquerda e publicada no dia 21 de novembro de 2022, e Filipe Carvalho, à

direita, que foi publicada em 19 de novembro de 2022. Ambas foram veiculadas em formato carrossel, junto a outras produções da convocatória.



Figura 52: Nação e Dignidade. **Fonte:** MILLMAN (@mill.man) à esquerda e Filipe Carvalho (@filipesoueu) à direita, via Instagram Design Ativista (2022).

Na imagem da esquerda, de autoria de MILLMAN, visualizo três elementos linguísticos: acima temos a frase “GOVERNO FEDERAL”, indicando a forma de organização do Estado; no centro a palavra “BRASIL”, como referência ao país e ao povo; e abaixo o slogan “NAÇÃO SEM FOME”. Em relação ao slogan, visualizo dois tipos de referência, primeiro ao povo em sua totalidade, mas também a uma parcela específica da população, que sofre constantemente com a fome e a insegurança alimentar. É possível notar o uso da cor azul em predominância, em decorrência do fundo, além do verde, branco e dourado, no lugar do amarelo da bandeira. A sensação visual do dourado se dá pela textura utilizada, que parece referenciar a superfície da pedra que dá nome à cor. Por fim, no que tange seus elementos icônicos, a composição faz uso de um brasão, composto a partir de uma relação figura-fundo, utilizando-se de elementos geométricos que referenciam a bandeira do país. Ainda, há duas estrelas, uma em cada canto das palavras “Governo Federal”, o que poderiam indicar as estrelas que representam os estados na bandeira oficial, ou, de formas mais provável, o símbolo de Lula e do Partido dos Trabalhadores.

Nesta descrição, fica perceptível como o slogan entra em contraste com seus elementos plásticos e icônicos. Interpreto como uma relação de contraste por

entender que o slogan, ao referenciar um povo que sofre com a insegurança alimentar e a miséria, se coloca em justaposição com a plasticidade e iconicidade, uma que estas parecem remeter a algo mais fino e imponente, tendo em vista a utilização das cores, texturas e ícones. É como se esses elementos se chocassem, gerando sentidos diversos, que poderiam residir na concepção das contradições de um país em que populações passam fome, ao mesmo tempo em que há uma concentração de riqueza nas mãos de poucas pessoas. Ou ainda, suscitar provocações sobre a utilização das riquezas do país em prol daqueles que realmente precisam, algo que se aproximaria do slogan do primeiro governo Dilma (2011-2014), com a frase “País rico é País sem pobreza” (Jorge, 2017). A imagem carregava em si potências de significações, não fixando um sentido único nas relações que seus elementos estabeleciam entre si.

Na imagem da direita, de autoria de Felipe, novamente temos os elementos já convencionados nas composições, as palavras “GOVERNO FEDERAL”, em caixa alta e tipografia fina localizadas no canto superior esquerdo da imagem, e “BRASIL” ao centro, também em caixa e tipografia *bold*, com uma pequena estrela no pingo da letra “i”. O slogan segue uma abordagem parecida com a imagem do agrupamento, uma vez que é possível lermos: “para quem mais precisa”, escrito em caixa baixa, ocupando a extensão inferior da palavra “Brasil”. Ao fundo, servindo de base para a construção tipográfica, é possível observarmos os elementos da bandeira do Brasil, desconstruídos e dispostos de forma horizontal, ocupando o centro da imagem. As cores também não seguem o padrão da bandeira, seja na coloração dos elementos ou no tom utilizado, o que julgo ser apenas uma questão estilística, já que o amarelo está presente no retângulo, o azul presente no losango e o verde no círculo. O branco serve de fundo para a imagem e de preenchimento para a tipografia.

Observo que essas imagens realizam a evidência de temporalidades que acionam tanto o governo Lula, quanto o governo Dilma. Começo por este último. No primeiro governo da presidente Dilma Rousseff, entre os anos de 2011 e 2014, o slogan do governo foi “País rico é país sem pobreza”. Ainda no primeiro ano de governo, foi criado o Plano Brasil Sem Miséria, programa governamental voltado às famílias que viviam com uma renda inferior a R\$ 70 mensais por pessoa. O programa era baseado em três pilares que incluíam a garantia de renda, acesso aos serviços públicos e a inclusão produtiva (Brasil... 2024). O uso desse tipo de política pública estava presente

nos governos petistas desde o primeiro governo Lula, onde foram criados o Programa Fome Zero e o Bolsa Família. O Programa Fome Zero foi lançado no final do mês de janeiro de 2003, o qual buscava além de medidas estruturais para combate à fome no Brasil,

uma política de apoio à agricultura familiar, o direito à Previdência Social, o direito à complementação de renda, a ampliação da merenda escolar e o apoio a programas criados por governos estaduais, municipais e pela sociedade civil organizada. (Moraes, 2006).

Na conjuntura das políticas públicas de suporte às populações vulneráveis, em outubro de 2003, primeiro ano do Governo Lula, foi lançado o Bolsa Família, através da Medida Provisória nº 132. O programa foi convertido em lei em janeiro de 2004. Conforme explicita Castro (2010), ao fazer uma genealogia do combate à fome no Brasil, antes da implementação do programa em 2003, havia uma situação de agravamento do cenário da fome no país. Segundo a autora, isso se devia em razão de políticas de defesa de um “Estado mínimo”, do abandono de políticas públicas básicas e de comportamentos competitivos das ações hegemônicas (Castro, 2010). O que é trazido por Castro alinha-se ao pensamento de Singer (2012), pois como aponta o autor, a redução da desigualdade durante o governo Lula se deveu ao “expressivo aumento do emprego e da renda, na qual a valorização do salário-mínimo teve rol crucial, e não as políticas compensatórias, fossem elas de corte neoliberal ou não.” (Singer, 2012, p. 108).

Mas para além disso, acredito que essas imagens, tendo em vista a relação de antítese que estabelecem em relação ao discurso bolsonarista, não somente acessam tal cenário dos governos passados petistas, mas tensionam a gestão do governo Bolsonaro, onde o país voltou ao Mapa da Fome no triênio 2019–2021. De acordo com os dados divulgados pela ONU em 2024 por meio do Relatório das Nações Unidas sobre o Estado da Insegurança Alimentar Mundial, até 2022 cerca de 17, 2 milhões de pessoas sofriam de insegurança alimentar e nutricional severa. O Brasil havia saído do mapa da fome em 2014, após a realização de políticas públicas como as citadas anteriormente (Secom, 2024). Como apontam Siebeneichler et al. (2021), a gestão Bolsonaro, no que diz respeito à questão da Segurança Alimentar e Nutricional no Brasil, foi responsável por uma desestruturação de programas essenciais e órgãos de

combate à fome no país, como a suspensão do programa Bolsa Família. Assim, por meio dessas (des)articulações, a pobreza se alastrou pelo país, acentuou-se a desigualdade social e fomentou-se uma visão colonialista histórica da estrutura produtiva brasileira (Siebeneichler et al., 2021).

Dessarte, é compreensível a construção de uma visibilidade em torno de Lula e seus governos anteriores, bem como no que estava por vir. A construção e o uso dos slogans estão pautados sob uma ótica onde Lula é visto a partir de sua capacidade de visibilizar tais populações, colocando-as nas perspectivas do governo. Ao mesmo tempo, estabelecem uma relação clara de antagonismo entre as políticas dos governos Lula e Bolsonaro, colocando em suspensão a visibilidade de ambos os políticos face à gestão de problemas que assolam a população brasileira. Apesar da derrota nas urnas, a sombra bolsonarista sobrevivia nas imagens.

Essa relação de antagonismo entre ambos os políticos, torna-se mais evidente no agrupamento “Acima de tudo” (figura 53), constituídos das imagens de Tiago Santos à esquerda, e Carolina Zeferino, à direita. As imagens foram veiculadas nos dias 19 e 21 de novembro, respectivamente.



@irtiagosantos



Figura 53: Acima de tudo. **Fonte:** Tiago Santos (@irtiagosantos) à esquerda e Carolina Zeferino (@metamorphozze) à direita, via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

As duas imagens acima funcionam de forma parecida em relação a seu slogan, mas com algumas particularidades presentes na construção de cada uma. Na imagem

da esquerda, de Tiago Santos, o uso do branco no fundo gera um foco total para o logo e o slogan desenvolvidos. Temos na parte superior e coloridas de rosa as palavras “Governo Federal”, fazendo uso de uma tipografia fina e espaçada. Ao centro, o nome “BRASIL”, em caixa alta e tipografia *bold*, ganha destaque pelo uso variado de cores, que vão desde o amarelo, azul e verde da bandeira, até o preto, vermelho e o rosa, além de utilizar uma sobreposição entre seus caracteres. Na base temos o slogan “AMOR ACIMA DE TUDO”, em caixa alta e cor azul. As contraformas das letras “B” e “A” estão preenchidas, seja por cores, seja pelo círculo e faixa da bandeira do Brasil, respectivamente. Percebo também o uso de efeitos de luz e sombra sobre as cores, como um degradê do tom mais escuro ao mais claro. No centro da imagem, em direção ascendente, é perceptível 5 estrelas, de formatos variados, que são dispostas a partir da base da letra “A”, se movendo e passando pela letra “S”, e chegando ao topo da composição. No canto inferior direito da imagem, consta apenas a assinatura de autoria da imagem, com os dizeres “@tiagosantos”.

A imagem da esquerda, de autoria de Carolina, utiliza uma composição mais sóbria. O fundo cinza lembra uma textura de concreto. No centro da imagem, temos na parte superior as palavras “GOVERNO FEDERAL”, em caixa alta e com seus caracteres espaçados. Na parte central da composição, a palavra “BRASIL” ganha destaque, com letras grossas, e igualmente coloridas, utilizando, como a imagem anterior, as cores da bandeira do Brasil e os tons preto, rosa e vermelho. No lugar da letra “A” há uma forma ascendente, como se estivesse (re)nascendo e que se refere à parte central da bandeira do país. Sua disposição gera um efeito de união entre as letras “R” e “S”. Na contraforma da letra “R”, vemos uma pequena estrela branca. E na parte inferior, estendendo-se por toda a base, temos o slogan em caixa alta e cor preta, que comporta a frase “O POVO ACIMA DE TUDO”.

Apesar dos signos linguísticos “amor” e “povo” estarem inscritos sob o viés do discurso lulista, algo já trabalhado nas imagens da série “Contagem Regressiva”, julgo que eles servem como uma forma de reforçar o antagonismo entre Lula e Bolsonaro, evidenciando a polarização presente nas Eleições de 2022. Logo, aciono aqui o slogan bolsonarista que serve de base para os slogans fictícios presentes nas imagens, “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”.

Conforme apresenta a repórter Carol Pires (2020) no podcast Retrato Narrado, enquanto estava como cadete na Academia Militar das Agulhas Negras (AMAN) entre os anos de 1974 e 1977, Bolsonaro escolheu fazer parte da Divisão de Artilharia. Em seu último ano na AMAN, ele decidiu fazer treinamento para ser Combatente Paraquedista do Exército Brasileiro, de onde pegou o slogan “Brasil acima de tudo”, “ao que ele acrescentou ‘Deus acima de todos’” (Retrato, 2020). O lema da Brigada de Infantaria Paraquedista do Exército, como resgatam Mafra et al. (2019) a partir de uma entrevista do coronel Cláudio Tavares Casali à Folha de S. Paulo em 2018, surgiu no final da década de 1960, logo após o decreto do Ato Institucional nº5 (AI-5). Um grupo de paraquedistas nacionalistas chamado Centelha Nativista criou o lema, de modo a ressuscitar valores nacionalistas e reforçar a identidade nacional. As/os autoras/es supracitados ainda apontam como o lema se assemelhava ao brado nazista “Alemanha cima de tudo”. No contexto das eleições de 2018, Bolsonaro adiciona a referência religiosa ao lema, construção que chegou a ser o nome da coligação de Bolsonaro nas eleições de 2018 (Concluída..., 2018).

Mafra et al. (2019) argumentam que o slogan fora produzido e circulado em um contexto em que o discurso anticorrupção, conservador, e religioso estava sendo articulado por Bolsonaro como uma forma de construir sua campanha dentro das expectativas de maioria do eleitorado. Assim, condensava-se no enunciado uma gama de conceitos e ideias que iam desde uma hierarquia e valorização da maioria, ao nacionalismo e a religiosidade (Ibidem, p. 13). As constatações das/os autoras/es corroboram a análise de Rennó (2022), tendo em vista que o autor aponta como as posições conservadoras e autoritárias se fazem presentes no eleitorado brasileiro, sendo significativamente inflamadas pelo discurso bolsonarista.

Assim, quando se realiza um hacking (Martins, F., 2022) do slogan bolsonarista, reinterpretando-o e adicionando a ele outras camadas de significação, a imagem ganha sentidos inscritos sob uma disputa iminente. A imagem torna-se terreno de uma disputa. Há um claro ideal de superação de um poder governamental ufanista, conservador e religioso, que dá lugar a um governo pautado pelo cuidado com o povo e a união de todas as camadas da população. Ao mesmo tempo que coloca em contraponto processos memoriais distintos, onde as narrativas da diferença entre um

governo sombrio e um governo próspero se fazem evidentes. A superação de um governo pelo outro se constrói pelo antagonismo entre eles.

Por fim, demarco que é perceptível como ambas ainda recorrem ao discurso lulista da união dos povos ao utilizar-se de uma ampla gama de cores na composição, como no logotipo dos governos de lula de 2003 a 2010, apresentado na primeira análise desta série (figura 50). Jorge (2017), ao analisar as cores da composição, aborda como elas funcionavam como um referencial simbólico da miscigenação do povo brasileiro baseado no mito das três raças fundadoras (indígenas, africanos e portugueses), produzindo uma “identidade autenticamente brasileira” (Ibidem, p. 60). O uso de uma gama de cores próximas nas ficções produzidas em 2022 parece reiterar tal discurso, ao mesmo tempo que o atualizam, elevando a pauta da diversidade para um amplo campo onde gênero, raça, classe e posições ideológicas se condensam. O discurso de união e conciliação típico do lulismo sobrevive nas imagens.

Nessa relação de superação e união, o último agrupamento evidencia a constituição de uma visão que se projeta para o futuro. “Unidos pelo futuro do Brasil” (figura 54) congrega as imagens de Bruno Salabastian à esquerda, publicada no dia 21 de novembro de 2022, e de Jhon Bermond, à direita e que foi ao ar no dia 17 de novembro do mesmo ano.



Figura 54: Unidos pelo futuro do Brasil. **Fonte:** Bruno Salabastian (@bsalabastian) à esquerda e Jhon Bermond (@jhonbermond) à direita, via Instagram coletivo Design Ativista (2022).

Começarei pela imagem da esquerda, de autoria de Bruno. Ao fundo, percebo um fundo texturizado, como uma espécie de papel, de coloração acinzentada. No centro, temos a composição do logotipo e slogan, onde o primeiro ganha o maior destaque. A palavra “BRASIL” foi construída em tipografia *bold* e dentro de um bloco retangular, restringindo seus elementos internamente, utilizando em sua composição as cores verde, amarelo, azul e rosa. No espaço formado pelo vértice da letra “L” é possível observarmos o ícone da bandeira do Brasil, com apenas um quarto de sua forma. Acima do logotipo, temos o identificador “GOVERNO FEDERAL”, novamente com uma apresentação convencionada em outras imagens aqui apresentadas, em caixa alta, tipografia fina e com espaçamento amplo. Abaixo do logotipo, o slogan em uma tipografia fina recebe pouco destaque, mas é possível lermos “PAÍS DO FUTURO. PAÍS DE TODOS”.

Já a imagem da esquerda foge um pouco das composições já apresentadas, uma vez que é uma fotografia. A fotografia foi tirada em um ângulo zenital, permitindo uma visualização plana da composição. A iluminação parece vir de uma fonte de luz presente na parte superior, tendo em vista o ângulo de projeção das sombras. No fundo da imagem, vemos uma textura de madeira, o que indicaria uma mesa de trabalho sobre a qual foi realizada a produção. Nos cantos da imagem percebemos diversos potes com pigmentos em pó, de tamanhos e cores variadas. No canto superior esquerdo observo que há parte de um pote e o cabo de pincel. Já na parte inferior, próximo do canto direito, há pequenas pétalas desidratadas de alguma espécie de flor. No centro da imagem, a composição de logo + slogan se dá sobre uma folha de papel, provavelmente A4 pelo seu tamanho em relação ao pincel.

Nesse sentido, percebo o uso de tons pastéis na composição, em decorrência da técnica de aquarela utilizada, além de uma irregularidade na composição, o que corrobora para uma impressão de um material feito manualmente. Assim, o logo é composto pelos elementos padrão já vistos anteriormente. Acima, temos as palavras “GOVERNO FEDERAL”, em caixa alta e centralizadas. No centro da imagem, o logo “BRASIL” é construído em caracteres espessos e coloridos, com tons que variam das cores da bandeira do Brasil ao preto e vermelho. A composição, assim como a imagem de Carolina Zeferino, também utiliza um fragmento da bandeira do país no lugar da letra

“A”, no mesmo formato de ascensão e que une as letras “R” e “S”. Abaixo, o slogan carrega a frase “JUNTOS PELO PAÍS”, em caixa alta como o restante da composição⁶².

Há duas marcações que julgo importante decompor nessas imagens, as narrativas de “futuro” e de “união”. A narrativa de futuro apareceu em um vídeo publicado no canal de Lula no YouTube no dia 25 de outubro de 2022, poucos dias antes do segundo turno, com o título “O BRASIL DO FUTURO”⁶³. No mesmo dia, o então candidato realizou uma live com a presença de personalidades políticas como Marina Silva, Simone Tebet e Geraldo Alckmin. A live tinha o título “Lula e o Brasil do Futuro”, e na primeira imagem que vemos ao assistir ao vídeo lê-se “O Brasil da esperança é o Brasil do Futuro”, escrita em branco e amarelo sobre um fundo azul⁶⁴. Poucos meses antes, em 16 de agosto, a equipe de Lula havia divulgado um vídeo com o título “Lula: O futuro do Brasil está em nossas mãos”⁶⁵, onde ele discursava sobre a necessidade e o poder de mudança do voto frente à conjuntura do governo daquele período.

É importante frisar que essa narrativa de um país do futuro presente na campanha de Lula durante o período eleitoral corresponde a uma construção discursiva datada dos anos 1940. Segundo Jorge (2017, p. 57), a expressão foi título do livro escrito pelo alemão Stefan Zweig, e posteriormente apropriada e desenvolvida pelo Estado ao longo de diferentes governos, principalmente durante o mandato de Juscelino Kubitschek. Como explica a autora, a expressão servia e serve como um mito, uma construção identitária brasileira, uma “ideia de que o Brasil, por ser um país continental, com muitas riquezas naturais, se tornará uma potência mundial, um país rico” (Ibidem). Logo, o uso de tais elementos linguísticos no slogan parecem estar

⁶² Em relação ao slogan, me parece que a utilização da frase “Juntos pelo País” traça uma relação com o slogan utilizado pelo presidente Itamar Franco, 2º presidente do Brasil após a redemocratização (1992-1994), e que consistia nos dizeres “União de Todos”. A de se considerar que o slogan era utilizado após o *impeachment* de Fernando Collor de Mello em 1992, que renunciou ao cargo no dia anterior, e em um contexto de dissolução social e política do *pós-impeachment* (Professor e Saporas, 2021). Logo, seria possível inferir em uma certa sobrevivência por meio da imagem em um discurso de união do país após um período de desestruturação política e social do país.

⁶³ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=065nBSnPvHE&ab_channel=Lula. Acesso em 04 dez 2024.

⁶⁴ O vídeo está disponível no canal do YouTube de Lula: https://www.youtube.com/watch?v=Qc-vnTxlltA&ab_channel=Lula. Acesso em 04 dez 2024.

⁶⁵ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=fNeLpR9b7e8&ab_channel=Lula. Acesso em 04 dez 2024.

alinhados ao discurso de Lula durante as Eleições de 2022, quando o político tentava construir uma visibilidade de si enquanto a esperança de um futuro melhor. Ao mesmo tempo, a escolha da frase é atravessada por uma memória e um discurso já consolidado no país, onde a narrativa de um futuro de um país se estabelece no horizonte da política governamental.

Esse uso de uma narrativa de futuro contrasta com o ideal de união do povo brasileiro nas imagens de Bruno e Jhon, o que também estava presente nos materiais de campanha de Lula durante as eleições. No plano de governo da Coligação Brasil da Esperança, pelo qual Lula era candidato, o texto de abertura, que apresentava os partidos que compunham a coligação (PT, PSB, PCdoB, PV, PSOL, REDE, SOLIDARIEDADE, AVANTE e AGIR), mobilizava um sentido de união dos partidos da coligação em prol da “reconstrução do país”, indicando também o projeto de um país para todos:

O sentido dessa união não é de apenas trabalhar pela vitória eleitoral, mas, sobretudo, por um projeto que reconstrua o país no presente e o transforme para o futuro. Nosso horizonte é a criação de um projeto justo, solidário, sustentável, soberano e criativo para um Brasil que seja de todos os brasileiros e brasileiras. (Coligação Brasil da Esperança, 2022)

Singer (2012), ao analisar a conjuntura dos dois primeiros governos de Lula em suas políticas de manutenção de uma estabilidade e ortodoxia econômicas aliadas a iniciativas que promoviam um ganho material às populações de baixa renda, comenta que Lula estava “à frente de um projeto” (ibidem, p. 40). Este projeto mostrava um forte caráter conciliatório, onde o lulismo, “ao executar o programa de combate à pobreza dentro da ordem,” confeccionava uma “via ideológica própria, com a união de bandeiras que não pareciam combinar” (ibidem, p. 43). Em vista disso, é compreensível como as imagens, ao utilizarem a narrativa de união do povo inscrito sob o discurso do lulismo, produzem uma visibilidade atualizada de Lula, tendo em vista o contexto polarizado das Eleições de 2022.

Em seus primeiros governos, Lula não estava à frente de um país amplamente polarizado politicamente, conjuntura que se cristalizou na política brasileira após o ano de 2013 (Pinheiro-Machado, 2019). Agora, após sua eleição em 2022, Lula teria de governar em um contexto em que o antagonismo se fazia presente. “Este país precisa de paz e de união, esse povo não quer mais brigar, esse povo está cansado de enxergar

no outro o inimigo e ser temido ou destruído.” (Lula em Leia..., 2022), disse Lula em seu discurso no dia 30 de outubro de 2022. Nesse sentido, compreendo que, ao serem atravessadas por uma gama de elementos circulantes antes e durante as eleições, as imagens cristalizam o discurso lulista de união. E para além disso, ficcionalizam uma visibilidade de Lula enquanto um sujeito líder e herói, capaz de fazer esforços para unir novamente o Brasil com vistas ao futuro da nação, da mesma forma que colocou sob a mesma bandeira setores da sociedade distintos sem seus primeiros anos de governo.

Tendo em vista as análises realizadas anteriormente, proponho aqui explorar algumas conexões que se desdobram a partir das imagens abordadas.

Ao observar os quatro agrupamentos em relação de proximidade e considerar as análises das séries anteriores, torna-se evidente que as imagens seguem na esteira das visibilidades já constituídas, mas com algumas atualizações. A série “Seu Slogan do Governo Lula” parece se alinhar às visibilidades estabelecidas na primeira série (“Contagem Regressiva”), dada a presença do discurso lulista e sua sintonia com a narrativa da campanha de Lula. No entanto, percebo uma atualização em sua relação com o contexto de circulação.

Retomarei, de modo a explicitar as aspirações em torno da vitória de Lula, o artigo escrito à CartaCapital pelo cientista político e pesquisador Leonardo Avritzer e pela jornalista e pesquisadora Eliara Santana (2022). Em seus comentários finais, as/os autoras/es explicam que a eleição de Lula em 2022 não significava em si o “fim do processo de erosão democrática”, mas sim uma retomada de “um processo de pactuação que pode recolocar a democracia brasileira no lugar” (Avritzer e Santana, 2022). É nítido, conforme já abordado no capítulo 3 desta dissertação, como residia na recém-eleição de Lula um discurso dele enquanto sujeito capaz de restaurar, ou pelo menos tentar restaurar, a democracia brasileira que havia sido solapada pelos quatro anos de Bolsonaro no poder. E que continuava a ser degradada, tendo em vista as diversas manifestações de cunho antidemocrático que se seguiram após a vitória do petista, onde grupos bolsonaristas pediam por intervenção militar e auditoria das urnas eletrônicas (Schreiber, 2022).

Entendo que tal discurso, para além de estar vinculado à própria narrativa presente na campanha de Lula, como demonstrado nas análises anteriores, também estava calcado em uma narrativa externa, projetada e circulada continuamente. Em

artigo publicado pela Agência Senado (2022), que congregava as diversas manifestações de senadoras e senadores a respeito da vitória de Lula nas urnas, entre os termos que mais se faziam presente estavam “democracia”, “polarização”, “reconstrução” e “pacificação”. Personalidades políticas inseridas no espectro de centro a direita, para além de reafirmarem a oposição ao novo presidente, falavam em vitória e fortalecimento da democracia, de modo a pacificar e reerguer o país — Simone Tebet (MDB), Vanderlan Cardoso (PSD), Renan Calheiros (MDB) e Nelsinho Trad (PSD) podem ser citadas/os como exemplos de tal posicionamento. A visibilidade conciliatória de Lula era acionada novamente, mas com outra funcionalidade, a de reerguer a democracia, uma vez que era inserida em um cenário de crescente polarização. Vale lembrar que, como já pontuado anteriormente, a base na Câmara e no Senado era de grande oposição a Lula.

À vista disso, entendo que, ao contrário da série “Contagem Regressiva”, que procurava articular visibilidades em torno da candidatura de Lula enquanto esperança de um Brasil melhor para o povo, as imagens da série “Seu Slogan do Governo Lula” trabalhavam em torno de visibilidades dele enquanto vetor de união de setores da sociedade e reconstrução democrática. Defendo, dessa forma, que há uma atualização das visibilidades constituídas durante o período de campanha política, onde Lula passa de figura da esperança para figura de reconstrução. E adicionalmente, entendo que há ainda algumas outras veias de interpretação possíveis para tais imagens.

A proposição de Fuchs (2022, p. 22) sobre as imagens terem mais memória, mais passado e mais futuro, como já abordado anteriormente no capítulo de método, é útil para pensar como os artefatos visuais resultantes dessa convocatória trabalham em um emaranhado temporal. Essa trama de linhas constrói ao mesmo tempo ficções sobre o futuro governo, bem como materializam determinadas estruturas do visível inscritas na história. Nessa direção, é possível elencar o uso de marcas antigas dos governos anteriores — “O país feliz de novo” de Joice Antunes e Ronaldo Matos (figura 50) e “Unidos pelo futuro do Brasil” de Bruno Salabastian e Jhon Bermond (figura 54) —, o que permite o acionamento de discursos recorrentes utilizados por aparelho estatal de poder. Tal uso marca uma temporalidade nas imagens, o que confere um recorte do visível a elas, retomando imaginários da construção de um país do futuro, e a união de um povo diverso, narrativas utilizadas por Lula em seus governos anteriores. Assim, ao

acessarem narrativas historicamente localizáveis, as imagens pareciam ficcionar o futuro a partir do passado, contribuindo para se criar uma visibilidade de Lula enquanto sujeito capaz de resgatar um Brasil de outrora.

Ao evidenciarem uma trama de relações entre o futuro e o passado, entendo que tais imagens servem também como a materialização de um potencial ficcional do design. O que se conecta, de certa forma, ao caráter propositivo do design ativismo (Thorpe, 2012). Defendo a posição “de certa forma” pois compreendo que, apesar dessas imagens mobilizarem subjetividades, memórias e vontades coletivas de um país com futuro mais digno para toda a população, elas ainda incorporam as narrativas da campanha lulista. As imagens trabalhavam, assim, em várias frentes, entre a ficção, a propaganda e a disputa. Contudo, julgo ser necessário discorrer sobre uma linha de interpretação via a ficção por meio do design, uma vez que tal característica era marcante na convocatória.

Nesse sentido, compreendo que há um determinado caminho de exploração dentro do design ativismo para as possibilidades de se pensar outros futuros. Na corrente das proposições de outras formas de organização social por meio de práticas ativistas no design (Thorpe, 2012), apoio-me em Portinari e Nogueira (2016) para pensar o potencial ficcional de outras possibilidades de existência no mundo. As/os autoras/es provocam-nos a pensar que tais práticas precisam ser empreendidas em um nível micropolítico, associadas ao mundo real, onde busca-se ficcionar outros mundos a partir da realidade que está dada. Assim, o design teria a “capacidade de construir múltiplas possibilidades de um futuro real, micro-utopias de futuros desejáveis.” (Ibidem, p. 42), em uma realidade assíncrona, onde o presente estaria permeado com outros futuros possíveis.

Tomando a visão das/os autoras/es como perspectiva, entendo que as imagens buscavam construir futuros em que a dignidade e a equidade seriam os pilares do novo governo. Eram uma forma de produzir outras realidades na esteira da ficção. Por ficção, a entendo a partir de Rancière e Calderón (2021), não como uma forma de “fingir”, de deslocar o terreno da experiência para uma irrealidade, uma utopia que não será alcançada, mas como um ato de “forjar, como um trabalho de criação de outros sentidos para o comum” (ibidem, p. 61). Há ficção em qualquer lugar em que haja acontecimentos, atores e situações que se relacionam entre si, e essa se figura como

uma forma de racionalizar o que nos é dado a perceber e experimentar (Rancière, 2021). Desse modo, opera em “dupla face”, criando outras formas de visibilidade possíveis a partir de um poder político de resistência, ao mesmo tempo que pode funcionar como uma forma de regular e criar ficção de necessidade, típica da narrativa dominante do status quo.

Em vista de tal posicionamento, entendo que essas imagens operavam ficções múltiplas, uma vez que faziam usos de memórias coletivas dos governos anteriores para produzir outros locais possíveis para o povo. Um país do futuro digno para todas/os as/os brasileiras/os, que fosse inclusivo à diversidade da população e que representasse a união do povo. Assim, as imagens trabalhavam em sua capacidade de construir outras relações e possibilidades de aparecimento de sujeitos, formas e vidas (Marques et al. 2020).

Todavia, apesar de ficcionarem desejos de para um país do futuro, entendo que há outras possibilidades de interpretação de tais imagens, que correm no caminho da disputa, como as séries anteriores. Olhar para essas imagens é olhar para as tensões que suas temporalidades mobilizam, para as tensões políticas daquele contexto. Ficamos diante da própria polarização presente naquelas eleições, e para além dela, uma vez que as memórias que elas acionam não se dão como resultado, mas como um processo, um debate entre lembranças (Didi-Huberman, 2015) das pessoas que se colocam diante e entre essas imagens. Logo, entendo que elas acionam e colocam em justaposição memórias permeadas pelos governos de Lula e de Bolsonaro, promovendo um embate, uma visão retrospectiva de ambos os governos (Rennó, 2022), e os comparando. Tinha-se aqui a continuação da constituição de uma visibilidade da dicotomia entre os políticos, mesmo que as eleições já tivessem acabado.

Didi-Huberman (2015, p. 106) afirma que as imagens não estão na história “como um ponto sobre uma linha”, não seriam, desse modo, um “simples evento no devir histórico, nem um bloco de eternidade insensível às condições desse devir”. Ela produz uma “temporalidade com dupla face”, onde produz uma historicidade anacrônica e uma significação sintomal (ibidem). Ou seja, fazendo colidir tempos heterogêneos, ao mesmo tempo que seu aparecimento produz outras possibilidades de compreensão sobre a imagem, tendo em vista os conflitos internos que ela carrega. Nesse sentido, seriam como uma “imagem-sintoma”, nos moldes que o autor

supracitado define, que interrompe o curso da simples representação, congregando em seu território um estado de tensão, que expõe a complexidade dos conflitos sociais e culturais em dada época (Didi-Huberman, 2015; Imparato, 2024).

Todas as imagens, e em especial o terceiro grupo (“Acima de tudo” de Tiago Santos e Carolina Zeferino – figura 53), colocam em suspensão a dicotomia construída entre Lula e Bolsonaro. Seja na comparação entre os governos, na dicotomia entre priorizar o nacionalismo ou o povo, ou ainda na oposição entre união e divisão da população, essas imagens constantemente mobilizavam narrativas que posicionavam Lula e Bolsonaro em lados opostos. Entendo, a partir de tais elementos, que tal modo de constituição de um futuro governo Lula parecia estar calcado em sua relação direta com o governo Bolsonaro, como se o novo governo pudesse reconstruir um país enfraquecido pelo bolsonarismo.

Ainda, entendo que há outros possíveis estados de tensão que se desenham nessas imagens, pois, assim como a série “Contagem Regressiva”, há novamente uma exposição dos conflitos do próprio lulismo. Rosana Pinheiro-Machado (2019), ao analisar a esteira política do lulismo ao bolsonarismo a partir de 2016, comenta que a narrativa de esperança veiculada pelo lulismo estava atrelada a uma promoção do brilho e da felicidade como categorias principais da narrativa de inclusão e acesso ao consumo por populações mais pobres. Como argumenta a pesquisadora, o governo de Lula abriu uma brecha para ver o mundo, junto de tantas outras oportunidades que vinham junto.

Porém, o crescimento via consumo torna-se insustentável a longo prazo, uma vez que o endividamento e a mobilidade individual constituem o cerne de tal perspectiva. Assim, o lulismo manteve seu foco na “relação gestora entre o Estado e o indivíduo, e despolitizou a inclusão, democratizou a vida financeira, mas desdemocratizou a vida política da comunidade, que era muito forte no orçamento participativo [...]” (Pinheiro-Machado, 2019, [s.p.]). O que a pesquisadora aponta relaciona-se intimamente como as tensões que essas imagens revelam e as invisibilidades que são constituídas em seu curso. O discurso do lulismo que é materializado nessas imagens corresponde a apenas uma narrativa específica, que se deseja veicular, pautada pela esperança, reconstrução e união, mas que em suas entranhas esconde apagamentos e despolitizações.

Novamente as imagens figuram entre um ativismo e uma propaganda. Ficcionavam outras partilhas para um futuro, mas reiteravam narrativas dominantes. Eram território de disputas das relações de força nos mais diferentes níveis.

4.5 SOBRE VISIBILIDADES CONSTITUÍDAS EM DISPUTA

Embora já tenha abordado algumas discussões nas análises e reflexões anteriores, neste subcapítulo buscarei sintetizar as relações que constituíram os regimes de visibilidade identificados ao longo do processo eleitoral.

Dessarte, resgato uma parte da reflexão de Georges Didi-Huberman (2017) sobre *Kriegsfibel*, álbum fotográfico da Guerra do Pacífico de autoria de Bertolt Brecht. Em sua análise, o autor afirma que, em Brecht, a imagem documenta “um momento na história”, mas quando articulada a outras imagens e textos nos permite ver, saber e até mesmo prever o “estado histórico e político do mundo”, visto que a “montagem das imagens fundamenta toda sua eficácia numa arte da memória” (Didi-Huberman, 2017, p. 35). Ao longo das análises empreendidas anteriormente, compreendo que a relação entre imagens e memória foi um dos elementos fundamentais para a constituição de determinadas visibilidades durante as Eleições de 2022.

Essa relação está inserida em um contexto no qual o fator rememorativo dos governos anteriores se mostrava central, uma vez que ambos os candidatos já haviam ocupado a presidência (Rennó, 2022). Nesse sentido, considero a perspectiva de Didi-Huberman (2015), em diálogo com Walter Benjamin, pertinente já que estabelece que as imagens funcionam como espaços de condensação dos diversos estratos da memória involuntária da sociedade. Considerando o contexto amplamente polarizado em que essas imagens foram produzidas e circuladas, assumindo o estatuto de um território da política (Beiguelman, 2021), argumento que mobilizar a proposição de Didi-Huberman (2015) permite evidenciar como tais imagens se inseriam ativamente nessas disputas. Dessa forma, elas estavam imbricadas em relações sociais dicotômicas, nas quais os códigos culturalmente convencionados (Mauad, 1996) respondiam aos anseios, posicionamentos e memórias coletivas dos sujeitos envolvidos em sua produção, circulação e consumo.

Diante disso, considero relevante retomar brevemente as proposições de Conde (2017) e Mateus (2014) sobre regimes de visibilidade. Ambos os autores convergem na compreensão de que esses regimes, enquanto um conjunto de condições que possibilitam determinadas formas de percepção sobre o que é ou não visível, são estruturados pelas relações sociais em um contexto espaço-temporal específico. Nesse processo, costumes e artefatos produzidos em determinados contextos e práticas sociais assumem pressupostos que organizam diferentes expectativas e formas de identificação. Em outras palavras, o conceito de regime “postula a presença de certas especificidades e, ao mesmo tempo, de certas formas de entrelaçamento” (Conde, 2017, p. 42) entre o tecido social e as práticas, percepções e formas de visibilidade que nele se engendram.

Ainda, julgo importante enfatizar que os regimes, como explica Conde (2017) em diálogo com Rancière, não devem ser tidos como estáticos, como se estabelecessem sempre “exatamente as mesmas condições de possibilidades” (Ibidem, p. 47). São regimes em constituição, formados gradualmente nas e pelas dinâmicas sociais, derivando de práticas já estabelecidas na partilha da comunidade. O que implica em considerar que eles não surgem ou desaparecem de maneira espontânea, mas se atualizam, e se transformam internamente, interagindo entre si em diferentes graus de correlação e contradição (Ibidem).

Como abordei nas análises das três séries de imagens, havia constantemente o acionamento de discursos já estabelecidos de alguma forma, como o lulismo e o bolsonarismo, fazendo com que visibilidades anteriormente produzidas, como Lula enquanto sindicalista ou como um candidato “paz e amor”, fossem acionadas e atualizadas no cenário daquele pleito. Nessa perspectiva, compreendo que a constituição dos regimes de visibilidade durante as Eleições de 2022 está intrinsecamente relacionada às dinâmicas sociais que moldam nossos modos de ver. Trata-se, portanto, de um processo constituído a partir das relações entre sujeitos, e igualmente pelas relações de força desenhadas sob uma disputa das estruturas da comunidade em seus mais diversos níveis.

As imagens apresentadas acima, em cujas análises busquei evidenciar as relações entre narrativas, temporalidades e visualidades, serviram, na esteira da memória, como uma forma de condensar elementos que constituíram determinados

regimes de visibilidade que circularam durante as Eleições de 2022. Produzindo determinadas condições de visibilidade dos atores sociais deste cenário, definindo o que era possível (ou não) de ser visto e como ser visto.

Ademais, reconheço a evidente heterogeneidade em cada uma das séries apresentadas acima. Ao explorar uma ampla variedade de elementos, percebi como cada série de imagens operava dentro de uma lógica que articulava camadas multifacetadas. Essa dinâmica evidenciava, por um lado, as recorrentes disputas naquele pleito e, por outro, as próprias tensões internas das imagens. Assim, a partir das relações traçadas nos subcapítulos anteriores, compreendo que foram constituídos quatro regimes de visibilidade, centrados nas **Eleições de 2022**, em **Lula**, em **Bolsonaro** e, por fim, no **Design/Ativismo**. A seguir, identifico-os e sintetizo os modos de constituição de cada um deles.

Apesar das análises acima terem sido centradas nas figuras de Lula e Bolsonaro, entendo que os regimes de visibilidade constituídos em torno de ambos se davam nas relações estabelecidas no contexto das Eleições de 2022, e anteriormente a elas. Logo, começarei por esse, o qual congrego na imagem abaixo (figura 55) as principais características desse regime.



Figura 55: Síntese do regime de visibilidade das Eleições 2022. **Fonte:** o autor (2025).

Ao analisar as imagens das três séries abordadas neste capítulo, foi perceptível como havia continuamente a justaposição entre **Lula** e **Bolsonaro**, mesmo que as imagens não necessariamente os colocassem em uma contraposição explícita. O que evidencia os jogos entre o visível e o invisível nas imagens. Todas as séries colocavam ambos os candidatos em uma relação de **antagonismo**, como se fossem dois lados únicos em uma das **disputas** eleitorais mais acirradas da história brasileira. Assim, ao

utilizarem-se de elementos visuais, memórias e determinadas narrativas, alinhadas à campanha lulista por exemplo, as imagens colocam o amor contra o ódio, o **bem** contra o **mal**, a **democracia** contra o **fascismo**, **Lula** contra **Bolsonaro**, respectivamente.

Entendo que esse regime de visibilidade das eleições, calcado em um antagonismo, estava pautado por táticas de composição que sempre se apoiavam na antítese para serem produzidas. Por exemplo, ao utilizarem-se de frases como “O amor vai vencer o ódio” (figura 24), “Bozo nunca mais” (figura 30), “Por la democracia y la dignidad del pueblo brasileiro” (figura 35) e “Amor acima de tudo/O povo acima de tudo” (figura 53), havia nessas séries de imagens muito mais do que a oposição a um candidato, mas a instituição de uma disputa estreita entre ambas as personalidades políticas. O antagonismo virava **dicotomia**, mesmo que não fosse uma dicotomia totalmente real.

E nesse sentido, o termo “polarização assimétrica” apresentado pelo pesquisador Rodrigo Nunes em entrevista à Isabela Cruz no Jornal Nexó (2022), abordado anteriormente no capítulo 3 desta dissertação, é útil para compreender sobre essa falsa dicotomia. Defendo como “falsa” pois entendo, como Nunes (2022) apresenta, que a ideia de que Lula e Bolsonaro eram dois lados iguais não se faz concreta, tendo em vista a posição de ambos no espectro político. Lula estava localizado num local ocupado pelo esquerda-centro, enquanto Bolsonaro residia na ponta da extrema-direita. Tal assimetria não parecia estar presente nas imagens, pelo menos não no regime de visibilidade que elas constituíam primeiramente, pois a mobilização de elementos visuais e narrativos de uma série à outra levava a compreendê-los como uma dicotomia, onde apenas um lado sairia vitorioso com a derrocada do outro.

Assim, percebo que esse regime era constituído a partir da mobilização de um antagonismo entre ambos os candidatos, conferindo às Eleições de 2022 um caráter extremamente dicotômico, que não necessariamente estava alinhado à posição que ambos os lados estavam no espectro político. A disputa de narrativas que se empreendia visava derrotar um único lado (Bolsonaro) em detrimento do outro (Lula). Ainda, o entendo como uma consequência de uma configuração histórica que estava em curso, tendo em vista que os regimes de visibilidade se pautam por um movimento

de temporalidades (Conde, 2017), que estabelecem parte dos modos de conexões entre formas de compreensão sobre o que, como e quem é visto ou não.

Em um primeiro momento, tal configuração deriva, como apresentam Rosana Pinheiro-Machado (2018) e Rodrigo Nunes (2020), de uma reação no cenário político brasileiro a partir dos anos de 2013, como, por exemplo, as Jornadas de Junho⁶⁶. Tais movimentos, resultantes de uma reação da sociedade civil à crise econômica mundial em 2008, resultaram numa reconfiguração no cenário político, passando pelo impeachment de Dilma Roussef em 2016 e a eleição de Bolsonaro em 2018. Contexto esse onde, a partir de um discurso pautado por Bolsonaro de combate à velha política e uma retomada da ordem no país, as posições e apoios políticos cada vez mais se polarizavam (Pinheiro-Machado, 2018; Nunes, 2020).

Paralelamente, entendo que outras configurações históricas como o lulismo e o bolsonarismo também faziam parte de tal constituição, uma vez que estes discursos foram formados principalmente no seio dos primeiros governos de Lula e no período anterior à eleição de Bolsonaro em 2018, respectivamente. O acionamento dessas narrativas nas e pelas imagens contribuía para a construção de uma (falsa) dicotomia entre ambos os candidatos. Assim, fica compreensível como o regime constituído em torno das Eleições de 2022 estava pautado a partir de acontecimentos históricos que remontavam períodos anteriores ao contexto do pleito, mas que explicitavam a polarização (assimétrica) presente naquele cenário.

Olhar para essas imagens era estar diante do tempo, da história (Didi-Huberman, 2017), ou seja, das disputas presentes nas eleições. E nesse sentido, ao constituírem um regime de visibilidade do pleito enquanto antagônico, havia a necessidade de se produzirem outros dois regimes de visibilidades que construíssem tal dicotomia. Ou seja, de Lula e de Bolsonaro, os quais tratarei a seguir.

⁶⁶ As Jornadas de Junho foram uma gama de manifestações populares que ocorreram em junho de 2013 no Brasil, que reuniram milhões de manifestantes dos mais variados estratos sociais e em diversas regiões. As manifestações tinham três posições principais: a oposição à esquerda, a oposição conservadora em diferentes frações e a defesa em prol de Dilma Roussef. Os protestos tiveram início a partir de mobilizações convocadas pelo Movimento Passe Livre (MPL) em São Paulo, em reação ao reajuste do valor da passagem do transporte urbano. O movimento rapidamente se espalhou por todo o país, em pautas e reivindicações diversificadas. (Calil, 2013).



Figura 56: Síntese do regime de visibilidade de Lula. **Fonte:** o autor (2025).

No que se relaciona a Lula (figura 56), compreendo que houve um regime de visibilidade constituído a partir da utilização de elementos que o elevavam a posição de um **herói**. O salvador da **democracia** brasileira. Assim, desenhavam-se linhas de um visível que era pautado pelo **resgate** da **esperança**.

Como bem lembram Panke, Gonçalves e Brito (2023), a campanha de Lula estava articulada a partir da ênfase na diferença entre os candidatos e na exaltação dos feitos realizados nos governos anteriores de Lula. A valorização de Lula o desenhava como uma “encarnação da esperança nacional”. Narrativa construída pelo lulismo tendo em vista os acontecimentos prósperos dos governos Lula anteriores (Pinheiro-Machado, 2018), e atualizada no cenário das Eleições de 2022. Algo que as imagens presentes tanto na série “*Contagem Regressiva*”, quanto na série “*Seu Slogan do Governo Lula*” utilizavam como tática. Imagens como “amor x ódio” (figura 24), “Curativo antifascista” (figura 26) e “Clique 13 pela democracia” (figura 28) e “O país feliz de novo” (figura 50) são algumas das imagens que, associadas a outras visibilidades, o colocam nessa posição de sujeito que resgataria e restauraria as esperanças da população, face à ameaça bolsonarista.

Tal constituição é reforçada por imagens onde visibilidades de Lula enquanto sinônimo de **cuidado**, **felicidade** e **amor** eram utilizadas, como “Lula nos braços do povo” (figura 31), “Amor x Ódio” (figura 24) e “Lula presidente, felicidade novamente” (figura 30). O processo de formação do regime de visibilidade de Lula era pautado por imperativos historicamente situados a partir da constituição do lulismo desde o

primeiro governo de Lula (2003-2006), onde pautou-se a colocação de camadas mais pobres, o subproletariado, em visibilidade na gestão governamental (Singer, 2009).

Tais imperativos foram atualizados durante as Eleições de 2022, onde Lula figurava como um sujeito aliado de **grupos minoritários** (indígenas, MST, LGBTQIAP+, etc.), **populações mais jovens**, como na imagem “Clique 13 pela Democracia”, e sinônimo de esperança para que a população voltasse a prosperar, como no agrupamento “Nação e Dignidade” (figura 52). O que era suportado pelo acionamento de outras narrativas que associavam Lula ao **sindicalismo**, imagem “Sem medo de ser feliz” (figura 33), as questões em torno da **reforma agrária**, “Lula nos braços do povo” (figura 31). Em vista disso, esse regime se constituiu pela interação entre as memórias pessoais e coletivas de um Lula alinhado às demandas do povo, ao mesmo tempo que se entrelaça com a construção de sua própria visibilidade ao longo da campanha eleitoral.

Ao mesmo tempo, entendo que esse regime ficcionava a **união** do povo a partir de Lula com vistas a produzir um futuro melhor para o país, no caso do agrupamento “Unidos pelo futuro do Brasil” (figura 54). Essas visibilidades estavam associadas a uma postura histórica de Lula (Singer, 2009, 2012) bem como alinhadas às narrativas veiculadas por sua campanha, uma vez que acionavam sua postura conciliatória. No contexto amplamente polarizado daquele pleito, e como já abordado no subcapítulo anterior, Lula era visto como um sujeito que poderia unir novamente setores diferentes da população, como fez em seus governos anteriores. Era a esperança da reconstrução da democracia brasileira (Avritzer e Santana, 2022).

Por conseguinte, é um regime que funciona a partir de um consenso, uma ordenação das estruturas visíveis em locais definidos (Rancière, 1996a; 1996b). Defendo tal postura tendo em vista que, ao utilizarem-se de um discurso historicamente localizado como o lulismo, as imagens produziam visibilidades pautadas por um padrão de poder (Thorpe, 2012) que já esteve em curso numa posição governamental. Apesar de estar associado a desejos e afetos concentrados em uma melhora das estruturas sociais, ainda reiterava uma narrativa dominante. Apesar de elas procurarem produzir um consenso, elas também fabularam, a partir de um imaginário coletivo, outros mundos mais justos. É um regime que possui contradições internas (Conde, 2017).

Desse, entendo que esse processo de constituição de um regime de visibilidade de Lula, pautava-se pelas contradições que o lulismo possui em sua estrutura (Singer, 2012). Retomando o que Lilia Schwarcz (2020) fala sobre as imagens possuírem regimes de visibilidade e de extrema invisibilidade, entendo que há também a construção de um regime de invisibilidade sobre Lula, uma vez que as narrativas e memórias de Lula regulam sua postura de conciliador alinhado aos interesses do capital, e colocado muito mais ao centro do que a esquerda. Tais imagens, ao circularem nas eleições e estarem em disputa direta com o discurso bolsonarista, produziam uma forma do visível que associa Lula a uma postura progressista, e até mesmo socialista. Tática essa que se relacionava intimamente com o regime de visibilidade de Bolsonaro.



Figura 57: Síntese do regime de visibilidade de Bolsonaro. **Fonte:** o autor (2025).

Na imagem acima (figura 57), há a condensação dos elementos articulados pelas séries de imagens analisadas acima, na constituição de um regime de visibilidade de Bolsonaro como um **vilão** durante as Eleições de 2022. Condensava-se assim, as narrativas dele enquanto uma ameaça à democracia e promotor de ideologias de extrema-direita, conservadoras e conspiratórias.

Compreendo que a constituição desse regime resultava do mesmo processo de reificação ocorrido com Lula, mas, no caso de Bolsonaro, sua visibilidade se construía pela reificação como seu oposto absoluto. Tais modos de ver articulados podem ser percebidos em todas as séries de imagens, mesmo que apenas a série “Design Contra Bolsonaro” tratasse diretamente dele. Tinha-se novamente os jogos entre o visível e o

invisível. Assim, ao colocarem-no como uma metade oposta a Lula, a mobilização de memórias específicas da oposição ao político, o uso de narrativas bolsonaristas colocadas em suspensão e tensionamento pelas imagens, e o alinhamento com a campanha lulista eram essenciais a este desenho de um terreno do visível.

Características como o discurso **antidemocrático**, a adoção de uma posição **religiosa** conservadora, o alinhamento com o **militarismo**, e o uso de narrativas **negacionistas** (Rennó, 2022) típicas do bolsonarismo eram continuamente acionadas pelas imagens da série “Design Contra Bolsonaro”. Imagens como “BolsoHitler” (figura 35), “Envenenamento” (figura 40), “Falso Messias” (figura 42) e “Bolçonaria” (figura 44), são exemplos claros de como essas características do discurso bolsonarista eram tensionadas e subvertidas.

Apesar das imagens pertencentes à essa série partirem de uma subversão do discurso bolsonarista mais clara, era perceptível que as demais séries utilizavam-se das mesmas táticas. Assim, o associavam a uma narrativa de **ódio**, “Amor x Ódio” (figura 24), ou a um **nacionalismo** exacerbado, “Acima de tudo” (figura 53), promovendo a utilização do perfil bolsonarista como ponto de tensão. Ponto de tensão presente no invisível da imagem. Além disso, a relação com seu contexto de circulação eram cruciais para a produção de tais visibilidades, tendo em vista que, por exemplo, as imagens da série “Seu Slogan do Governo Lula” foram produzidas e veiculadas em meio ao questionamento da lisura do processo eleitoral por Bolsonaro e os pedidos de intervenção de seus/as apoiadores/as (Messagi Junior, 2023). Constituíam-se assim, um regime de visibilidade fruto da resistência à amálgama do negacionismo, extremismo e **conservadorismo** impulsionado pela extrema-direita brasileira.

Essa amálgama era alimentada, ainda, pela evidência e contestação do **poder biopolítico** de Bolsonaro em outras imagens presentes na série “Design Conta Bolsonaro”. Empreendendo essa afirmação tendo em vista que há uma evidência de tal poder em imagens como “Genocida” (figura 36) e “Canibal” (figura 38), onde a **violência** contra povos indígenas e a população brasileira é utilizada como forma de contrapô-lo discursivamente. Paralelamente, as imagens “BolsoHilter” (figura 35) e “Falso Messias”, ao fazerem uso de visualidades que aproximavam o político de Adolf Hilter, acionavam elementos de uma postura **nazifascista**, discurso continuamente

reiterado pelo coletivo, tendo em vista que Bolsonaro era considerado por eles uma ameaça fascista.

Entendo, por esta perspectiva, que a constituição desse regime de visibilidade era baseada em uma forma de resistência ao poder biopolítico de Bolsonaro, uma vez que o uso do poder por uma força dominante incute em uma resistência (Foucault, 1984). As imagens redesenhavam as configurações do visível a partir de um dissenso (Rancière, 1996a; 1996b). Ao procurem romper e fraturar a ordem policial bolsonarista, elas instituíram uma disputa sobre as partilhas da comunidade, os lugares ocupados e as visibilidades reguladas. O que acontecia aqui em nível micropolítico, tendo em vista as relações de força estabelecidas entre o coletivo e o candidato. Desse modo, parto de um entendimento que, ao articularem determinados modos de ver sobre Bolsonaro que o colocavam em conflito iminente com outras minorias, essas imagens buscariam promover outras possibilidades de aparecer e o questionamento de partilhas (Marques et al, 2020; Calderón, 2021) contidas em seu governo.

Contudo, era um regime que evidenciava outras disputas, internas e externas. Julgo isso pois, ao tomar as séries de imagens em relação umas com as outras, é perceptível como o dissenso que se provocava de um lado, era contrastado com o consenso que se buscava com Lula na governança brasileira. O que evidencia a complexa teia de relações políticas presentes nas imagens. Por fim, compreendo que ao acionarem enunciados típicos do discurso bolsonarista, subvertendo-os e produzindo contranarrativas (Fuad-Luke, 2009) ao poder biopolítico bolsonarista, as imagens constituíam um regime de visibilidade que entrava em conflito com aquele estabelecido por este grupo. Uma vez que este buscava por um resgate de valores conservadores no Brasil, o colocando como um herói, que salvaria o Brasil da velha política e da ameaça comunista.

Ao compreender a constituição de tais regimes, entendo que havia uma disputa elevada ao extremo da polarização sobre as estruturas do mundo partilhado. Aqui, as imagens, ao servirem como dissidência e consenso, (re)configuravam em um nível micropolítico determinadas estruturas do visível, projetando (outras) formas de se conceber a sociedade. Pautadas em uma desassociação do governo biopolítico de Bolsonaro, mas alinhadas ao poder governamental e policial de Lula. Tal configuração

política é o que me leva a defender a constituição de um quarto regime de visibilidade, o do próprio design ativismo, perpassado pelas disputas destas eleições.



Figura 58: Síntese do regime de visibilidade do Design/Ativismo. **Fonte:** o autor (2025).

Assim, proponho, a partir das análises e discussões anteriores, que se desenhou um regime de visibilidade do design enquanto **heterogêneo** (figura 58), fruto de uma complexa relação entre elementos **políticos** e **policiais**. Fruto de um conflito entre o apoio enquanto **propaganda** e a **contestação** como forma de **denúncia**, a **ficção** de outras realidades e futuros com a **manutenção** de uma governabilidade histórica, além da **disputa** em defesa da democracia.

A reflexão de Gustavo Bomfim (1999) é válida para a estrutura desse argumento, uma vez que, como aponta o autor, o design incorpora as características de uma comunidade, sua cultura e contradições, podendo funcionar como anúncio ou como denúncia. Assim, tinha-se de um lado seu estatuto enquanto denúncia, produzido através de uma memória coletiva de anos de um governo biopolítico. E de outro o anúncio de um governo conciliador, o que, apesar de sua tentativa de contribuir para mudanças na sociedade, acabava por reiterar uma ordem policial onde Lula, apesar de esperança, manteria uma governabilidade apoiada em uma democracia neoliberal.

O design figurava, desse modo, entre a política e a polícia que Rancière (1996a; 1996b) nos provoca a pensar. Entre a instituição de um dissenso e de um consenso. Servia como uma ferramenta de disputa de padrões de poder (Thorpe, 2012), disputa entre as formas de estruturação do mundo comum partilhado, de modo a veicular e materializar determinadas narrativas que entravam em choque com outros discursos circulantes no contexto das Eleições de 2022.

Considero assim o design, e neste caso o design ativismo, enquanto fruto de uma teia de relações políticas. Digo isto pois, como bem lembra Fuad-Luke (2009), o design ajuda a materializar e contestar formas culturalmente aceitas de determinados modelos e normas sociais. Algo próximo do que Forty (2007) argumenta sobre o design moldar mitos em formas tangíveis e duradouras. O que estas perspectivas contribuem ao pensamento, é que o fazer e pensar projetual está inserido dentro dos processos sociais, culturais e, principalmente políticos, uma vez que deriva e (re)produz relações sociais. Seja na afirmação do paradigma dominante, seja em sua contenção através de contranarrativas (Fuad-Luke, 2009), o design é parte constituinte/constituída dos processos, e como eles, é fruto e promotor de suas contradições, disputas e acordos (Bomfim, 1999).

Ao tomar seu uso no contexto sociopolítico das Eleições de 2022 pelo coletivo e participantes do CE22, onde havia o tensionamento da própria estrutura democrática brasileira (Rennó, 2022; Messagi Junior, 2023), entendo que ele servia como um modo de desenhar superfícies onde as relações de litígio se davam. Onde, além de disputar as narrativas, contribuía para disputar a própria democracia. Mesmo que em defesa de uma forma democrática cristalizada sob uma governabilidade neoliberal da esquerda progressista. Logo, como ferramenta, como processo social e como desenho de partilhas da comunidade, o design ativismo estaria, no que tange o cenário desta pesquisa, entre uma trama de relações que iam desde a proposição e a contranarrativa (Thorpe, 2012; Fuad-Luke, 2009), a promoção, manutenção e disputa da democracia, a produção de ficções de outras realidades (Portinari e Nogueira, 2016), e seu uso como propaganda e anúncio de um poder governamental (Denis, 2000). Um regime de visibilidade que revela a heterogeneidade da prática e reflexão projetual.

Tal ponto de vista me leva a abordar, por fim, duas provocações convergentes em seu ponto de vista sobre o design. A primeira apresentada por Denis (2000), que ao tratar do uso do design em propagandas estatais, versava sobre como tudo o que projetamos também reflete um projeto de sociedade, daí a importância de sempre se ter a consciência de qual sociedade se deseja projetar. Provocação complementada por Portinari e Nogueira (2016), que fomentam o debate sobre uma politização do design, em que as/os designers muitas vezes não se dão conta de estarem reproduzindo mecanismo de dominação da máquina biopolítica, mesmo que

acreditem estar realizando um design socialmente engajado. O que as/os autoras/es apresentam revela como o design, quando introjetado em um contexto de uma disputa política explícita e inflamada, situa-se nas dinâmicas e afetos do próprio inconsciente das e dos sujeitos que o fazem. Assim, as imagens das séries apresentadas acima, constituíram regimes de visibilidade dos sujeitos e suas relações, tanto em um nível macropolítico, as eleições e os candidatos, quanto nas micropolíticas do cotidiano, de ações políticas e ativistas de designers organizados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta dissertação, procurei responder as problemáticas propostas inicialmente: *“Como as séries de imagens veiculadas na campanha “Circuito Eleições 2022”, proposta pelo Coletivo Design Ativista no Instagram, constituíram regimes de visibilidade durante as Eleições de 2022? E quais regimes foram constituídos?”*. Desse modo, apesar de já ter abordado em meio às discussões do capítulo anterior tais modos de constituição e a identificação de tais regimes, coloco-me na posição de tecer alguns breves comentários a respeito, tendo em vista sua necessária retomada.

Primeiramente, identifico a constituição de quatro regimes de visibilidades. O primeiro refere-se às Eleições de 2022, visibilizadas enquanto antagônicas e dicotômicas, tendo em vista a evidente polarização do período, principalmente em função da disputa entre Lula e Bolsonaro. Em relação a estes, o regime de visibilidade de Lula pode ser compreendido enquanto a construção da figura de um herói, sinônimo de esperança que salvaria a democracia brasileira. Regime de visibilidade que se relaciona estritamente com o de Bolsonaro, que pode ser compreendido como um vilão, considerado uma ameaça fascista e promotor de posicionamentos extremistas da direita. E por fim, do Design/Ativismo, visto enquanto uma pensar e fazer projetual inserido em uma complexa teia de relações heterogêneas, que figura entre a propaganda, a contestação e a ficção.

Estes regimes foram constituídos a partir do estabelecimento de uma disputa em um contexto da política brasileira que já se encontrava amplamente polarizado. Tal disputa estava calcada no enfrentamento de narrativas distintas ancoradas em discursos localizados historicamente, o lulismo e o bolsonarismo, que eram continuamente mobilizados pelas imagens, seja como forma de reiterá-lo, no caso do lulismo, seja no sentido de subvertê-lo e criticá-lo, em relação ao bolsonarismo. Tais enfrentamentos estavam pautados por um contexto em que as memórias das gestões anteriores de ambos os candidatos eram acionadas. Assim, a mobilização de temporalidades e visualidades evidenciavam uma tomada de posição em favor de Lula, se colocando em relação de confronto com discursos bolsonaristas do período, e desenhando certas configurações do visível no cenário das Eleições de 2022.

Tais acionamentos e usos são fundamentais de serem analisados em seu contexto, pois os regimes de visibilidade que se consolidaram durante o pleito daquele ano estavam atrelados a discursos já estabelecidos, mobilizando visibilidades previamente produzidas, ainda que em algum nível. Utilizo a expressão "em algum nível" porque essas visibilidades não estão fixadas em um único sentido; vinculadas ao lulismo ou bolsonarismo, passam por constantes transformações conforme as narrativas se atualizam no curso da história. São construções em movimento, continuamente reutilizadas e ressignificadas. No contexto abordado, essa atualização se manifesta especialmente no regime de visibilidade de Lula, cuja imagem como vetor de esperança foi resgatada para representá-lo como alternativa à ameaça da gestão bolsonarista — algo distinto do que ocorreu em 2002, por exemplo.

Nesse sentido, evidenciei que as constituições dos referidos regimes eram baseadas na construção de um antagonismo entre ambos os candidatos, ou seja, estes regimes dependiam da dicotomia que se instaurava entre eles. Tendo isso em perspectiva, entendo que as imagens operavam tais regimes a partir de disputas macropolíticas, acessando e acionando narrativas circulantes da época, filiando-se principalmente ao discurso empreendido pela campanha lulista. Assim, ao tomarem partido dentro de uma disputa macropolítica, as imagens produzidas e veiculadas no CE22 agiam em um nível micropolítico. As entendo em tal dimensão, pois as ações de resistência e posicionamento do coletivo ocorriam dentro de uma “bolha”, uma comunidade na qual as relações sociais e políticas eram construídas a partir de um posicionamento comum de apoio a Lula e oposição à Bolsonaro. Uma comunidade que se relacionava com outras tantas, e que suas ações residiam em um pequeno lugar do campo de batalha que era aquele pleito.

Tendo isso em vista, pude demonstrar como as imagens evidenciavam as diversas camadas das disputas entre as relações de força. Ao acionarem, tensionarem e colocarem em contraposição as narrativas de ambos os candidatos, as imagens, enquanto a materialização das extensões e disputas entre padrões de poder, colocavam em visibilidade as contradições da partilha daquela comunidade. Assim, entendo a partir das provocações sobre o conceito de política empreendidas por Rancière, que havia relações heterogêneas presentes nessas imagens. Primeiramente, uma política se fazia presente, tendo em vista a suspensão de uma disputa pela

instituição de um cenário mais justo e igualitário na estrutura social brasileira, empreendida pelo coletivo e as/os participantes do CE22. Ainda, a tentativa de manutenção de uma ordem policial, que se desenhava pela tentativa de resgate do poder governamental de Lula. E por fim, uma polarização sobre a partilha do sensível, onde as posições de disputa entre sujeitos tenderam, e tendem, a ser levadas ao extremo, de modo que tensionava a estrutura democrática do país.

Dessa forma, a identificação e exploração dos modos de constituição desses regimes de deram ao produzir montagens de partes das imagens promovidas pelo CE22, conjugando-as em séries de análises. A partir disso, pude visualizar como as imagens se conectavam e colidiam umas com as outras, quais relações se estabeleciam, quais as suas significações preferenciais e quais as disputas que evidenciavam em conjunto. Ainda, o mapeamento de seu contexto de produção e circulação se fez necessário para compreendê-las em suas potencialidades, uma vez que eram fruto de um cenário onde o posicionamento do coletivo ajudava a pautar a posição tomadas pelas imagens.

E aqui reconheço a necessidade de um comentário, tendo em vista que a lente utilizada nesta pesquisa é o design ativismo. Como Bomfim (1999) elabora, o design incorpora as características da comunidade em que atua, seus valores e contradições. Ao longo desta pesquisa, tanto na contextualização da campanha “Circuito Eleições 2022” e do coletivo, bem como na análise e discussão de cada uma das séries, evidenciei como as práticas ativistas deste grupo pareciam tensionar as estruturas visíveis do design. Ao tomar as imagens como objeto, pude visualizar em suas operações como as movimentações dessas e desses designers, artistas e criativos se espelhavam nas imagens, na política que as atravessava. Ora, como argumenta Rancière (1996a), a política é assunto de sujeitos e de seus modos de subjetivação.

Logo, entendo que o design, em uma posição autodeclarada ativista por parte do coletivo, estava além de apenas uma ferramenta de disputa de narrativas e da política cotidiana naquele contexto. Mas, enquanto uma atividade humana que configura formas estéticas das partilhas de uma comunidade, demonstrava, incorporava e materializava a subjetividade daquelas/es eleitoras/es. Assim, por mais que a atuação do design nestas análises tenha se distanciado em alguns momentos do que as bases teóricas de design ativismo versam, entendo que essa atuação reflete as subjetividades

destas pessoas. Seus posicionamentos, desejos, afetos e contradições se prendiam às imagens do “Circuito Eleições 2022”. Assim, me questiono e provoço a pensar sobre as tensões sempre presentes em um posicionamento ativista no design, e como olhar para elas incute em afastar-se e tomar posições que permitem olhá-las de modo que possamos compreender a heterogeneidade de suas relações.

Para o desenvolvimento desta pesquisa, minha escolha por um referencial teórico interdisciplinar foi crucial para definição do escopo em torno dos regimes de visibilidade que essas imagens constituíram durante as Eleições de 2022. Meu posicionamento deriva de um entendimento de que o Design, enquanto disciplina, dialoga e se constitui com outras áreas do conhecimento. Para tanto, a definição do referencial teórico a partir da exploração do tema e da realização de uma revisão bibliográfica em consonância com a análise dos documentos, me permitiu acessar compreensões que corroborassem com a construção do argumento aqui presente. Nesse sentido, o estabelecimento de um diálogo com outras áreas como a Filosofia, História da Arte, Comunicação e Ciência Política se torna uma forma de tensionar e alargar as discussões dentro da disciplina e profissão. Além disso, o acesso e operacionalização de conceitos como política, imagens, lulismo, bolsonarismo e outros advindos de tais áreas tornaram-se profícuos, uma vez que possibilitaram um aprofundamento nas análises e discussões.

No que tange ao método adotado para a realização da pesquisa, entendo que a adaptação dos processos e ferramentas da pesquisa documental para o ambiente online foram produtivos. Ao adotar as proposições de Cellard (2014), Flick (2008) e Creswell (2014), entendo que pude abordar o trabalho com documentos imagéticos e textuais com profundidade e rigorosidade necessárias à cada etapa da pesquisa. A exploração por meio de uma abordagem qualitativa contribuiu para que pudesse revisar as etapas realizadas de forma constante, tendo em vista sua flexibilidade. Assim, pude acessar etapas anteriores que já seriam consideradas encerradas, de modo a construir o caminho da pesquisa de forma mais coesa.

Em vista disso, saliento um dos pontos de maior rigor, e dificuldade, nesta pesquisa: a efemeridade dos arquivos e documentos no ambiente digital. Como explicitado no capítulo metodológico, meu acesso a estes materiais se deu ainda no ano de 2022, onde acompanhei as dinâmicas do coletivo através do seu perfil no

Instagram e no canal de demandas no Telegram. Este acesso anterior ao início da pesquisa (2023) foi útil, tendo em vista a obtenção e salvaguarda de determinados documentos, como a captura de tela do site “Circuito Eleições 2022”, o qual saiu de ar ainda em meados de 2022. Caso semelhante ao site “Design Contra Bolsonaro”, que no momento da escrita desta dissertação (2024-2025), não está mais disponível para acesso. Assim, à medida que ia acessando estes arquivos, procurei realizar seu registro, uma vez que não tinha uma previsão de sua disponibilidade os necessitasse novamente.

Por conta dessa implicação, entendo que o registro desses documentos reside como uma contribuição desta pesquisa, ao mesmo tempo que evidencia a problemática do acesso aos arquivos, e a efemeridade da memória. Tomo como exemplo a galeria presente no site “Design Contra Bolsonaro”, a qual continha cerca de 379 imagens, de formatos estáticos e em movimento, produzidas por mais de 300 designers oriundos de 18 países diferentes. A impossibilidade de acesso a tal arquivo, o qual reside, no momento de escrita dessas considerações, apenas em meus registros pessoais e do coletivo, evidencia as dificuldades de extensão desta pesquisa. E para além disso, e talvez mais desalentador, ao compreender a imagem enquanto um dispositivo que mobiliza memórias, a efemeridade das redes pode colocar tais memórias em invisibilidade, impossibilitando que possam ser acessadas, principalmente quando a democracia está em jogo, como era o caso daquele pleito.

Mas voltando ao método estabelecido, compreendo que essas revisões constantes foram responsáveis por contribuir com os ajustes da metodologia de análise. Ao partir da compreensão de Zacar (2018) sobre a necessidade de se confrontar o material empírico com que trabalhamos, pude acessar elementos específicos dessas imagens de modo a adaptar o protocolo de análise desenvolvido pela autora supracitada para que atendesse aos objetivos desta pesquisa. Processo igualmente realizado com o protocolo desenvolvido para análise de documentos textuais (Apêndice C), o qual sofreu alterações à medida em que examinava cada documento. Além disso, este processo de revisão também contribui para que as perguntas e os objetivos desta pesquisa fossem ajustados conforme seu andamento.

Em relação ao processo de análise, entendo que a adaptação, elaboração e aplicação dos protocolos para análise dos documentos imagéticos e textuais atendeu

aos objetivos propostos. Por meio de sua aplicação, pude compreender como se desenhava o contexto de produção do CE22, quais táticas de design ativismo estavam presentes, quais elementos sógnicos foram utilizados de modo a acionar narrativas (como o lulismo e o bolsonarismo), temporalidades e memórias de ambos os governos, bem como outras visualidades que carregavam em si modos de compreensão sobre tais sujeitos. Em relação a tal uso, busquei por meio das análises evidenciar os elementos principais que as imagens possuíam, logo, outros acionamentos não puderam ser explorados.

Ainda, entendo que a utilização de tais protocolos, apesar de profícua, não deve ser tomada como restritiva. Ao analisar os documentos, pude perceber como o uso de tais roteiros de forma pragmática deixava de lado outras relações possíveis de serem traçadas, como as contradições próprias das imagens, ou a trama de relações que elas produziam, como representado no capítulo de método (figura 12). Logo, entendo que ter realizado as análises em níveis de profundidade, e não restringir meu olhar a categorias pré-estabelecidas, foram necessárias para que pudesse traçar as relações necessárias para que pudesse responder às problemáticas de pesquisa. O que foi apoiado pelo referencial teórico estabelecido, uma vez que abordagens como a de Rancière ou Didi-Huberman não se aproximavam inteiramente de uma leitura semio-histórica das imagens. Desse modo, apesar de tal procedimento inculir em lacunas e choques entre abordagens teóricas e metodológicas, entendo que os subsídios advindos destes campos contribuíram para suprir os objetivos desta pesquisa.

No que concerne ao modo como tracei tais relações, saliento a dificuldade em acessar pesquisas científicas e acadêmicas mais recentes que abordassem o contexto das Eleições de 2022. Salvo as pesquisas organizados por Panke e Messagi Junior (2023), Avritzer, Santana e Bragatto (2023) e Rennó (2022), além dos artigos e ensaios elaborados por pesquisadoras/es vinculadas/os ao Observatório das Eleições, havia pouco afastamento temporal para que outras pesquisas mais aprofundadas tivessem sido realizadas. Tais brechas foram preenchidas a partir do uso de outras fontes de pesquisa, como artigos e matérias de jornais produzidos e veiculados na época das Eleições daquele ano.

Nesse sentido, tendo em vista as limitações implicadas por esta abordagem, julgo válido ressaltar como as coberturas feitas pela mídia também evidenciam

determinados modos de ver sobre os fatos ocorridos. Como as imagens, estes textos verbais são uma escolha dentre outras possíveis, o que implica em agenciamentos e visibilidades diversas. Logo, optar por utilizá-las resultou em um recorte do visível e de sua construção, bem como as interpretações traçadas sobre ele. De toda forma, entendo que tal limitação metodológica, apesar de suas problemáticas, tinha poucas saídas, uma vez que apartar o objeto desta pesquisa de seu contexto não estava no horizonte do estudo. A partir disso, compreendo que com um distanciamento temporal maior, de modo que se possa visualizar todas as implicações e desdobramentos resultantes das Eleições de 2022, outras pesquisas podem surgir, de modo que as leituras e interpretações aqui realizadas possam ser complementadas. Visto que as análises realizadas representam uma leitura subjetiva destes documentos, mesmo que pautada pelas abordagens teóricas adotadas.

Como consideração final em relação aos procedimentos de realização da pesquisa, entendo que as etapas e ferramentas descritas no capítulo de método e presentes nos apêndices desta dissertação contribuem metodologicamente para pesquisas futuras interessadas na exploração de documentos em arquivos online, bem como outras pesquisas documentais. Outrossim, reconheço que esta pesquisa também contribui para o alargamento dos escopos de estudo em design ativismo. Apesar de abordar produções fruto da mobilização de um coletivo já consolidado em pesquisas brasileiras, tanto no design quanto fora dele, entendo que abordar as imagens a partir do que elas constituem, do que dão (ou não) a ver, e como fazem isso, contribui para se pensar outros estatutos do design, pautados por um tensionamento da malha política da sociedade.

No que tange à historiografia do design, entendo que as análises e discussões resultantes desta pesquisa contribuem para produzir versões da história recente do design gráfico no Brasil. Ao considerar as imagens produzidas em um contexto de polarização política crescente e de uma disputa evidente entre dois candidatos específicos, interpreto-as como uma extensão da política em torno dos padrões de poder presentes naquele contexto. Portanto, abordar tais artefatos, bem como as articulações e táticas em torno do seu contexto de produção e circulação, contribuiu para que se desenhasse uma versão do uso e tensões do design nas Eleições de 2022, bem como uma versão sobre os próprios acontecimentos desse pleito. Como

argumenta Didi-Huberman (2015), estar diante de uma imagem é estar diante da história, com suas contradições, tensionamentos, acordos e desdobramentos. Logo, estudar essas imagens é também olhar para uma, das diversas versões dos acontecimentos que permearam aquela disputa.

Além disso, tendo em vista o volume do corpus de pesquisa, bem como o tempo de execução de uma pesquisa de mestrado, reconheço que não pude realizar um aprofundamento maior no que diz respeito às perspectivas em torno de discursos como o lulismo e o bolsonarismo, e da política brasileira. Dessa forma, utilizei de referências que demonstrassem uma construção narrativa de forma geral e ampla em torno dos sujeitos (Lula e Bolsonaro), de modo que pudesse acessar e evidenciar em algum grau a trama de relações entre elementos que produziram tais visibilidades.

Ciente de que toda pesquisa deixa fios soltos que podem ser retomados por outras/os pesquisadoras/es, destaco algumas potencialidades identificadas, ainda que abordadas de modo geral ou não exploradas, configurando-se como possíveis desdobramentos. A seguir, farei alguns apontamentos.

Ao partir do entendimento de Beiguelman (2021) de que as imagens nas redes sociais se figuram como território da disputa política, principalmente no contexto de polarização política no Brasil recente, compreendo que os regimes constituídos pelas imagens do CE22 também estão em relação com os usos das redes sociais. Apesar de tais relações terem sido abordadas em algum nível, a medida em que busquei discutir a disseminação massiva de imagens como tática ativista no design, uma abordagem mais aprofundada seria profícua. Uma vez que as mídias sociais foram amplamente utilizadas durante as Eleições de 2022 como meio de disputa de narrativas e disseminação de desinformação (Helena Martins, 2022).

Ainda, é perceptível como essas imagens evidenciam o tensionamento das estruturas democráticas do país durante as Eleições de 2022, o que implica em uma relação intrínseca entre design e democracia. Apesar desta relação ter sido abordada em algum nível nesta pesquisa, acredito que uma exploração mais detalhada poderia ser pertinente em estudos futuros, tendo em vista que o cenário de erosão democrática era evidente (Panke e Messagi Jr, 2023) e a articulação do coletivo e das/os participantes em torno desta pauta era nítida. Contudo, julgo válido comentar que o modo de constituição dos regimes de visibilidade aqui trabalhados indica como as

narrativas sobre a democracia se encontravam imbricadas aos discursos em torno de ambos os candidatos.

Compreendo que esses regimes contribuíram para que as discussões sobre a ameaça à democracia naquelas eleições fossem moldadas, de modo que Lula era tido como o salvador do regime democrático e Bolsonaro como seu maior algoz. Essa relação pode ser evidenciada em outros enunciados que circularam naquele período, próprios da campanha lulista e presentes em pesquisas posteriores ao período (Panke e Messagi Jr, 2023; Avritzer, Santana e Bragatto, 2023). Contudo, ao voltar para os documentos do CE22 e o posicionamento do coletivo, para quem a democracia estava em perigo e que Lula era um sujeito capaz de salvá-la, questiono-me sobre qual democracia estavam falando? Seria uma democracia realmente participativa, ou apenas uma democracia burguesa, onde pouco se escuta o povo, e que trabalha a favor de um consenso que retira da cena política a maioria da população? Questionar tal concepção sobre democracia é válida, uma vez que nos permite questionar quais estruturas sociais nós, como designers, desejamos projetar, e se nesse processo, estamos rompendo ou reiterando determinadas ordens sociais.

Ademais, como já abordado nos capítulos 2 e 3 desta dissertação, o “Circuito Eleições 2022”, ocorrido entre 06 de junho de 2022 a 01 de janeiro de 2023, abarcou uma enorme quantidade de materiais gráficos e audiovisuais. Foram organizadas cerca de 14 convocatórias, além de outras chamadas relâmpago no canal de demandas do Telegram, das quais apenas quatro puderam ser abordadas nesta pesquisa (as contagens regressivas de ambos os turnos, e as chamadas “Design Contra Bolsonaro” e “Seu Slogan do Governo Lula”). As Eleições de 2022 foram responsáveis por fazer emergir uma diversidade de temas, que iam desde a segurança alimentar até direitos de povos originários, evidenciando outras disputas em torno deste evento. Por isso, entendo como profícuas a produção de outras pesquisas que abordem tais materiais, sua produção, circulação e consumo, e desdobramentos para no cenário sociopolítico brasileiro, e principalmente, no design. O que implica em problemáticas de arquivamento e acesso, como já abordado anteriormente neste capítulo.

Nesta mesma corrente de compreensão, entendo que os filtros de seleção gerados nesta pesquisa ao mesmo tempo que contribuíram para um recorte mais específico, deixaram de lado outras imagens pertencentes às convocatórias

abordadas. Todas as séries aqui produzidas derivaram de uma coletânea maior de imagens, presentes nos anexos A, B e C deste documento. Logo, entendo esta pesquisa como uma versão, dentre outras tantas possíveis. A exploração de outras imagens por outras/os pesquisadoras/es produziram versões diferentes e contribuiriam para o desenvolvimento da disciplina.

Ainda, como apresento na frase que abre a introdução desta dissertação, esta é (foi) uma pesquisa sobre imagens. Logo, parti delas para desenhar relações, tensionamentos e produções, de modo a responder as problemáticas iniciais. Contudo, como Didi-Huberman (2015) e Rancière (2015) argumentam, as imagens não falam por si mesmo, não possuem vida própria. É na relação que se estabelece ao estarmos diante delas, ao emprestarmos nossa vida a elas, que seus potenciais sentidos se fazem possíveis. Por consequência, compreendo que outras possibilidades de exploração residem nas relações entre os sujeitos e as imagens produzidas, os afetos, valores e tensionamentos entre um e outro. O coletivo, através do CE22, foi responsável por mobilizar, nacional e internacionalmente, designers, artistas e criativos na produção e disseminação dessas peças gráficas. Sendo assim, entendo que minha pesquisa contribui para abrir outras possibilidades para que as relações de constituição mútua entre pessoas e artefatos possam ser exploradas, principalmente em contextos em que o ativismo se faz presente.

Também, ao analisar as imagens das séries aqui abordadas, pude perceber que, para além da construção de uma significação primeira, havia outras camadas de possíveis interpretações pautadas, por exemplo, em questões de gênero. A figura paternalista de Lula e as tensões de violência e fragilidade da masculinidade de Bolsonaro, como nas imagens “Lula nos braços do povo” (figura 31) e “Bolçonaria” (figura 43), respectivamente. Tal interpretação deriva de uma compreensão que tais representações também estavam fundadas sob uma relação de forças, onde a representação dos corpos, e neste caso o masculino, segue normatizações sociais definidas em um dado momento histórico, como o paternalismo e a violência. Dessa forma, abordar produções ativistas sob a ótica de gênero no design se faz necessário.

Ademais, como continuamente reiterarei ao longo dos capítulos, a disputa política era algo evidente nas imagens. Nesta pesquisa, apesar de ter priorizado o que elas davam a ver e como faziam isso, entendo que tais modos de constituição de regimes de

visibilidade se pautam por um enfrentamento direto com outras visualidades do período, produzidas e circuladas por pessoas que se opunham ao posicionamento do coletivo e seus participantes. Assim, o empreendimento de pesquisas que busquem analisar imagens “do outro lado”, imbricadas em um discurso bolsonarista e de extrema-direita, pode contribuir com a disciplina, de modo a adicionar outras camadas para as discussões aqui proposta. Uma vez que, pelo design ser uma atividade humana, compreender como se articulam outros tipos de ativismo contribuirá para que outras histórias e modos de compreensão sobre o design se façam presentes.

Por fim, reconheço que ter abordado a constituição de regimes de visibilidade sobre o design nos(me) permite(iu) acessar modos de compreensão sobre o que projetamos e como projetamos, questionar as rupturas ou continuidades que o design pode fabricar. As imagens abordadas nessa dissertação, enquanto extensões e território de uma política calcada nas relações de força traçadas no tecido social das eleições, possibilitaram evidenciar como se davam as disputas, eleitorais ou não, em seus mais diversos níveis. Minha intenção, residiu em evidenciar como e quais relações de força se dão na constituição do que vemos, ou nos permitimos ver, e principalmente, dos modos como compreendemos e identificamos algo em dado momento histórico. Isso revela o emaranhado de conflitos que atravessam a subjetividade humana e, conseqüentemente, o design—seja ele ativista ou não.

REFERÊNCIAS

“ESSE meu boy é uma figura”, diz Janja sobre Lula. **Poder360**, 22 set. 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/partidos-politicos/esse-meu-boy-e-uma-figura-diz-janja-sobre-lula/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

ADLER, Katya. **“O rápido avanço dos partidos de direita radical pela Europa”**. BBC News Brasil, São Paulo, 03 jul. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c3gm0pj2ykgo>. Acesso em: 12 de março de 2024.

AFP. Milhares protestam contra resultado da eleição no país. **UOL Notícias**, 15 nov. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/afp/2022/11/15/milhares-protestam-contra-resultado-da-eleicao-no-pais.htm>. Acesso em: 06 dez. 2024.

ALBUQUERQUE, Elisabete Maria de. **Design Gráfico em Tempos de Ativismo**. 2018. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2018.

ALESSI, Gil. André Mendonça, o nome “terrivelmente evangélico” para o STF de Bolsonaro. **El País Brasil**, 12 jul. 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-07-12/andre-mendonca-o-nome-terrivelmente-evangelico-para-o-stf-de-bolsonaro.html>. Acesso em: 03 dez. 2024.

ARQUIVO NACIONAL. **Michel Miguel Elias Temer Lulia**. Disponível em: <https://presidentes.an.gov.br/index.php/arquivo-nacional/60-servicos/registro-de-autoridade/174-michel-temer>. Acesso em: 21 nov. 2024.

ARQUIVO NACIONAL. **Arthur da Costa e Silva**. Disponível em: <https://presidentes.an.gov.br/index.php/arquivo-nacional/60-servicos/registro-de-autoridade/92-costa-e-silva>. Acesso em: 21 nov. 2024.

ASSIS, Fernanda Regina Rios. **Midiativismo e estética como resistência: uma análise sobre o design ativista**. 2022. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagens) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2022.

AVRITZER, Leonardo; SANTANA, Eliara. Eleição 2022 e a reconstrução democrática. **CartaCapital**, 30 out. 2022. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/opiniao/eleicao-2022-e-a-reconstrucao-democratica/>. Acesso em: 05 dez. 2024.

AVRITZER, Leonardo; SANTANA, Eliara; BRAGATTO, Rachel Callai. **Eleições 2022 e a reconstrução da democracia no Brasil**. Belo Horizonte: Autêntica, 2023.

BATISTA, Marcelo Vianna. **Estratégias Ativistas no Design**. 2023. 135 f. Tese (Doutorado em Design - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2023).

BBC News. Greve dos caminhoneiros: a cronologia dos 10 dias que pararam o Brasil. **UOL Economia**, 30 maio 2018. Disponível em:

<https://economia.uol.com.br/noticias/bbc/2018/05/30/greve-dos-caminhoneiros-a-cronologia-dos-10-dias-que-pararam-o-brasil.htm>. Acesso em: 22 nov. 2024.

BEIGUELMAN, Giselle. **ESPAÇOS DE SUBORDINAÇÃO E CONTESTAÇÃO NAS REDES SOCIAIS**. Revista USP, [S. l.], n. 92, p. 20-31, 2012. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i92p20-31. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/34880>. Acesso em: 25 fev. 2024.

BEIGUELMAN, Giselle. **Políticas da Imagem: vigilância e resistência na dadosfera**. São Paulo: UBU Editora, 2021.

BERGER, John. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BILÓ, Gabriela. Gabriela Biló. **Testemunha Ocular**, Instituto Moreira Salles, 2025. Disponível em: <https://testemunhaocular.ims.com.br/convidados/gabriela-bilo/>. Acesso em: 02 dez. 2024.

BOITO JUNIOR, Armando. Por que caracterizar o bolsonarismo como neofascismo. **Crítica Marxista**, n. 50, p. 111-119, 2020.

BOLSONARO discursa em manifestação em Brasília que defendeu intervenção militar. **G1**, 19 abr. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/04/19/bolsonaro-discursa-em-manifestacao-em-brasilia-que-defendeu-intervencao-militar.ghtml>. Acesso em: 02 dez. 2024.

BOLSONARO, Jair Messias. Discurso do Presidente da República Jair Bolsonaro durante cerimônia de posse no Congresso Nacional, Brasília, 1º de janeiro de 2019. **Governo Federal**, 1 jan. 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/mre/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/discursos-artigos-e-entrevistas/presidente-da-republica/presidente-da-republica-federativa-do-brasil-discursos/jair-messias-bolsonaro-2019-2022/discurso-do-presidente-da-republica-jair-bolsonaro-durante-cerimonia-de-posse-no-congresso-nacional-brasilia-1-de-janeiro-de-2019>. Acesso em: 03 dez. 2024.

BOMFIM, Gustavo Amarante. Coordenadas cronológicas e cosmológicas como espaço das transformações formais. In: COUTO, Rita Maria de Souza; FARBIARZ, Jackeline Lima; NOVAES, Luiza; OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de. (orgs.). **Formas do Design**. Rio de Janeiro: 2AB, p. 137 – 155, 1999.

BONSIEPE, Gui. Design and Democracy. **Design Issues**, v. 22, n. 2, p. 27-34, 2006.

BRANDÃO, Marcelo. Lula promete criação de ministérios para indígenas e pequenas empresas. **Agência Brasil**, 18 ago. 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2022-08/lula-promete-criacao-de-ministerios-para-indigenas-e-pequenas-empresas>. Acesso em: 03 dez. 2024.

BRASIL sem miséria. **Governo Federal**, 24 mar. 2015. Disponível em: <https://www.gov.br/sri/pt-br/backup-secretaria-de-governo/iniciativas/internacional/fsm/eixos/inclusao-social/brasil-sem-miseria>. Acesso em: 03 dez. 2024.

BRÍGIDO, Carolina; GULINO, Daniel. Vamos libertar o povo do socialismo e do politicamente correto, diz Bolsonaro. **O Globo**, 27 set. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/vamos-libertar-povo-do-socialismo-do-politicamente-correto-diz-bolsonaro-23339518>. Acesso em: 12 jan. 2025.

BUTLER, Judith. Levante. IN: DIDI-HUBERMAN, Georges. **Levantes**. São Paulo: Edições Sesc, 2017, p. 23-36.

CALDART, Roseli Salete. O MST e a formação dos sem terra: o movimento social como princípio educativo. **Estudos Avançados**, n. 15, v. 43, p. 207-224. 2001.

CALDERÓN, Andrea Soto. Introdução. In: RANCIÈRE, Jacques. O trabalho das imagens: Conversações com Andrea Soto Calderón. Belo Horizonte: Chão da Feira, p. 13-41, 2021.

CALIL, Gilberto. Embates e disputas em torno das Jornadas de Junho. **Projeto História**, São Paulo, n. 47, pp. 377-403, ago. 2013.

CALIL, Gilberto Grassi. A negação da pandemia: reflexões sobre a estratégia bolsonarista. **Serviço Social & Sociedade**, São Paulo, n. 140, p. 30-47, jan./abr. 2021.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Leia o discurso do presidente Lula na íntegra. **Câmara dos Deputados**, 1 jan. 2023. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/932450-leia-o-discurso-do-presidente-lula-na-integra/>. Acesso em: 06 dez. 2024.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Biografia do Deputado Jair Bolsonaro**. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/74847/biografia>. Acesso em: 30 dez. 2024.

CAMPANHA de Lula lança nova versão de “Lula lá”. **Poder360**, 26 set. 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/campanha-de-lula-lanca-nova-versao-de-lula-la/>. Acesso em: 08 nov. 2024.

CANDIDATOS à Presidência do Brasil – Eleições 2018. **G1**, [s.d.]. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/candidatos/presidente.ghtml>. Acesso em: 21 nov. 2024.

CARTA da APIB aos povos indígenas e ao Brasil: por que votar em Lula, dia 30 de outubro. **APIB**, 13 out. 2022. Disponível em: <https://apiboficial.org/2022/10/13/carta-da-apib-aos-povos-indigenas-e-ao-brasil-por-que-votar-em-lula-dia-30-de-outubro/>. Acesso em: 03 dez. 2024.

CARVALHO, João, Victor da Silva. “Sem medo de ser feliz”: atualizações da memória no/pelo digital. **Revista Investigações**, Recife, v. 36, n. 2, p. 1 - 27, 2023.

CARVALHO, Priscila D. de. O que está em jogo nas eleições: ação coletiva, políticas e democracia. **Nexo Jornal**, 11 set. 2022. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2022/09/11/o-que-esta-em-jogo-nas-eleicoes-acao-coletiva-politicas-e-democracia>. Acesso em: 06 dez. 2024.

CASAMENTO de Lula e Janja reúne políticos e artistas; veja fotos. **Poder360**, 19 maio 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/casamento-de-lula-e-janja-reune-politicos-e-artistas-veja-fotos/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

CASTRO, Anna Maria. A Trajetória do Combate à Fome no Brasil. IN: ARANHA, Adriana Veiga (org.). Fome Zero: **Uma História Brasileira**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. p. 18-25. 2010.

CELLARD, André. **A análise documental**. IN: POUPART, Jean; DESLAURIERS, Jean Pierre; GROULX, Lionel-H; LAPERRIÈRE, Anna; MAYER, Robert; PIRES, Álvaro. (orgs). A Pesquisa Qualitativa. Enfoques epistemológicos e metodológicos. 4ª ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2014. (Coleção Sociologia). p. 295-316.

CHALOUB, Jorge. **“O golpe de 2016 e as saídas para as tragédias do presente”**. CartaCapital, São Paulo, 29 jan. 2023. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/artigo/ainda-o-golpe/>. Acesso em: 12 de março de 2024.

CNN BRASIL. Lula participa de ato pela democracia e Bolsonaro se reúne com representantes da indústria. CNN Brasil, 17 set. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/lula-participa-de-ato-pela-democracia-e-bolsonaro-se-reune-com-representantes-da-industria/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

COLIGAÇÃO BRASIL DA ESPERANÇA. Diretrizes para o Programa de Reconstrução e Transformação do Brasil Lula Alckmin 2023-2026. ago. 2022. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/wp-content/uploads/2022/09/lula.pdf>. Acesso em: 13 jan. 2025.

CONCLUÍDA totalização de votos do 1º turno das eleições 2018. **Tribunal Superior Eleitoral**, 09 out. 2018. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2018/Outubro/concluida-totalizacao-de-votos-do-1o-turno-das-eleicoes-2018>. Acesso em: 04 dez. 2024.

CONDE, Guilherme Bezzi. **A arte como possibilidade: reflexões sobre a relevância contemporânea da arte a partir de Jacques Rancière**. 155 p. Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

CRESWELL, John W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa**. Porto Alegre: Editora Penso, 2014.

CRUZ, Isabela. Como a ideia de polarização se aplica às Eleições de 2022. Nexo Jornal, 12 jun. 2022. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2022/06/12/como-a-ideia-de-polarizacao-se-aplica-as-eleicoes-de-2022>. Acesso em: 22 nov. 2024.

CUT. **Vou andar por esse país pra despertar a consciência do povo**. Disponível em: <https://www.cut.org.br/noticias/vou-andar-por-esse-pais-pra-despertar-a-consciencia-do-povo-85ea>. Acesso em: 10 out. 2023.

DATAFOLHA. 31% aprovam o desempenho do presidente Jair Bolsonaro. 29 set. 2022. Disponível em: <https://datafolha.folha.uol.com.br/avaliacao-de-governo/2022/09/31-aprovam-o-desempenho-do-presidente-jair-bolsonaro.shtml>. Acesso em: 27 nov. 2024.

DENIS, Rafael Cardoso. Design, Propaganda e Guerra. In: _____. **Uma Introdução à História do Design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000. pp. 138-143.

DIAS, Douglas Oliveira. **O que faz o maçom, maçom?** – análise da forma de socialização e ethos maçom. 2015. 42 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2015.

DESIGN ATIVISTA. **Vida Longa ao Design Ativista.** 28 out. 2018. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BpfjHPqndgV/>. Acesso em: 21 nov. 2024.

DESIGN ATIVISTA. **Instagram @designativista.** 2022. Disponível em: <<https://www.instagram.com/designativista/>>. Acesso em: 18 de janeiro de 2024.

DESIGN ATIVISTA. **Design Ativista mobiliza mais de 800 designers em menos de 48 horas com o Circuito Eleições 2022.** 09 jun. 2022a. Disponível em: <<https://midianinja.org/news/design-ativista-mobiliza-mais-de-800-designers-em-menos-de-48-horas-com-o-circuito-eleicoes-2022/>>. Acesso em: 30 jun. 2023.

DESIGN ATIVISTA. **Circuito Eleições 2022.** 06 jun. 2022b. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CeerQ3dvbc1/?img_index=1. Acesso em: 21 nov. 2024.

DESIGN ATIVISTA. **Design Ativista mobiliza mais de 300 designers de 17 países em manifesto visual em favor de Lula!** 06 jun. 2022c. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CkJsBafPZ9T/>. Acesso em: 05 dez. 2024.

DESIGN ATIVISTA. **Parabéns. 25 nov.** 2022d. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ClZbt73vL7Q/>. Acesso em: 05 dez. 2024.

DESIGN ATIVISTA. **ACHOU QUE ACABOU? CHEGOU A CONVOCATÓRIA DA POSSE!.** 22 dez. 2022e. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CmfBlnZv-il/>. Acesso em: 06 dez. 2024.

DESIGN ATIVISTA. **Circuito Eleições 2022.** 06 jun. 2022f. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CmfBlnZv-il/>. Acesso em: 06 dez. 2024.

DESIGN ATIVISTA. **Circuito Eleições 2022.** 16 set. 2022g. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CikmrujuuY1/>. Acesso em: 06 dez. 2024.

DESIGN ATIVISTA. **Força Tarefa Design.** 06 jun. 2022h. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CjnYodaOtal/?img_index=1. Acesso em: 06 dez. 2024.

DESIGN ATIVISTA. **Convocatória Seu Slogan do Governo Lula.** 09 nov. 2022i. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CkwSd7Fv3rC/?img_index=1. Acesso em: 06 dez. 2024.

DESIGN ATIVISTA. **Design Contra Bolsonaro.** 02 out. 2022j. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CjOx8cWL7Q-/?img_index=1. Acesso em: 06 dez. 2024.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **“As imagens não são apenas coisas para representar”:** Entrevista (jun. 2017b). Entrevistadora: Veronica Engler. Disponível em: <<https://ihu.unisinos.br/categorias/186-noticias-2017/568830-as-imagens-nao-sao-apenas-coisas-para-representar-entrevista-comgeorges-didi-huberman> >. Acesso em: 20 de fevereiro de 2024.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Diante do Tempo.** Belo Horizonte: Editora UFMG. 2015

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Introdução**. IN: DIDI-HUBERMAN, Georges. Levantes. São Paulo: Edições Sesc, 2017a, p. 13-22.

DIDI-HUBERMAN, Georges. Quando as imagens tocam o real. Tradução de Patrícia Carmello e Vera Casa Nova. **PÓS: Revista do Programa de Pós-graduação em Artes da EBA/UFMG**, p. 206-219, 30 nov. 2012.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Quando as imagens tomam posição**: O olho da história, I. Trad. Cleonice Paes Barreto Mourão. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017.

FACA, Camila Carvalho. **A imagem como manifesto: fragmentos de uma gráfica ativista brasileira**. 2022. Dissertação (Mestrado em Ciência, Tecnologia e Sociedade) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2022.

FELLET, João. Por que bandeira do Brasil se tornou símbolo da direita e do bolsonarismo. **BBC News Brasil**, 29 jan. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-51229884>. Acesso em: 02 dez. 2024.

FERNANDES, Bernardo Mançamo. O MST e os desafios para a realização da reforma agrária no governo Lula. **OSAL**, ano IV, n. 11, maio/ago. 2003.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

FOUCAULT, M. O sujeito e o poder. 1984. In: DREYFUS, H. L.; RABINOW, P. Michel **Foucault: uma trajetória filosófica. Para além do estruturalismo e da hermenêutica**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009. p. 231-249.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I: A Vontade de Saber**. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade: Curso no Collège de France (1975-1976)**. Trad. Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FREIRE, Desirré Guichard; OLIVEIRA, Floriano José Godinho; RIBEIRO, Guilherme; OLIVEIRA, Leandro Dias de. 2016, ano em que o país sofreu um golpe político-institucional, não termina. **Espaço e Economia**, ano V, n. 9, 2016.

FREITAS, Ernani Cesar de; BOAVENTURA, Luis Henrique. Enunciados aderentes: a bandeira do Brasil como ethos de apoio ao bolsonarismo nas Eleições de 2022. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo**, v. 18, n. 3, p. 611-636, set/dez. 2022.

FUKUSHIMA, Kando. **Cartazes nas margens: contestação, arte e produção do espaço**. 2019. 288 f. Tese (Doutorado em Tecnologia e Sociedade) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2019.

FUKUSHIMA, Kátia Alves; FERRAZ, Ana Targina Rodrigues. A ascensão da extrema direita e as consequências para as democracias. **Argumentum**, vol. 13, núm. 2, pp. 4-7, 2021.

G1. Saiba quem são os representantes do povo brasileiro que entregaram a faixa para Lula. **G1**, 1 jan. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2023/01/01/cachorra-resistencia-sobe-a-rampa-com-lula.ghtml>. Acesso em: 06 dez. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª edição. São Paulo: Atlas. 2008.

GÓES, Camila Massaro de; BRITO, Leonardo Octavio Belinelli de. Crise da política contemporânea no Brasil: notas de um debate sobre o lulismo. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, v. 6, n. 3, p. 180-199, 2015.

GOVERNO FEDERAL. **Manual de identidade visual**. 2007. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/ManualGov03.pdf>. Acesso em: 03 dez. 2024.

GRABOWSKI, Ariadne F. de S. **Acervo do Museu de Fotografia Cidade de Curitiba - PR (MFCC): o processo de circulação e consumo de imagens (1996-2020)**. Projeto de Mestrado (Mestrado em Tecnologia e Sociedade) – Programa de Pós-Graduação em Tecnologia e Sociedade, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba 2020.

GRAGNANI, Juliana; BRAUN, Julia. Cultura de cancelamento no Brasil: o que é, como funciona e por que divide opiniões. **BBC News Brasil**, 4 out. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-63138847>. Acesso em: 03 dez. 2024.

GRINDON, Gavin. Disobedient objects. **DAT Journal**, [S. l.], v. 5, n. 3, p. 10–32, 2020. DOI: 10.29147/dat.v5i3.268. Disponível em: <https://datjournal.anhemi.br/dat/article/view/268>. Acesso em: 18 jan. 2024.

GUIMARÃES, Mariana. **O avanço do neoliberalismo no Brasil no século XXI a partir do golpe de 2016 por uma visão gramsciana**. Disciplina de Política Brasileira Contemporânea, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2019.

GUSSEN, Ana Flávia. O que há por trás do lobby de Bolsonaro pelo uso da cloroquina. **CartaCapital**, 1 mar. 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/o-que-ha-por-tras-do-lobby-de-bolsonaro-pelo-uso-da-cloroquina/>. Acesso em: 02 dez. 2024.

HUR, Domênico Uhng; SABUCEDO, José Manuel; ALZATE, Mónica. Bolsonaro e Covid-19: Negacionismo, militarismo e neoliberalismo. **Psicologia Política**, vol. 21, n.51, p. 550-569. 2021.

INTERNET MOVIE DATABASE. **A Queda! As Últimas Horas de Hitler**. Disponível em: <https://www.imdb.com/pt/title/tt0363163/>. Acesso em: 26 jan. 2024.

IPEA. Programa Minha Casa Minha Vida (PMCMV). **Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**, 26 mar. 2009. Disponível em: <https://catalogo.ipea.gov.br/politica/400/programa-minha-casa-minha-vida-pmcmv#:~:text=26%20de%20mar%C3%A7o%20de%202009>. Acesso em: 26 nov. 2024.

JAIR Bolsonaro é eleito presidente com 57,8 milhões de votos. **G1**, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/apuracao/presidente.ghtml>. Acesso em: 21 nov. 2024.

JINGLES. Lula lá (Lula 1989). **Letras.mus.br**, [s.d.]a. Disponível em: https://www.lettras.mus.br/jingles/lula-la-lula-1989/#google_vignette. Acesso em: 26 nov. 2024

JINGLES. Sem medo de ser feliz (Lula 2022). **Letras.mus.br**, [s.d.]b. Disponível em: <https://www.lettras.mus.br/jingles/sem-medo-de-ser-feliz-lula-2022/>. Acesso em: 26 nov. 2025.

JORGE, Alana. Comunicação do Governo Federal e identidade brasileira: análise das logomarcas dos governos Lula e Dilma. **Signos do Consumo**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 55-66, jan./jun. 2017.

KANIAK, Thais; PARIS, Letícia; GIMENES, Erick; D'AGOSTINO, Rosanne. PT anuncia candidatura de Fernando Haddad à presidência no lugar de Lula. **G1**, 11 set. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/eleicoes/2018/noticia/2018/09/11/pt-anuncia-candidatura-de-fernando-haddad-a-presidencia-no-lugar-de-lula.ghtml>. Acesso em: 27 nov. 2024.

LEIA a íntegra do pronunciamento de Lula após o resultado da eleição. **UOL Notícias**, 30 out. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/30/leia-a-integra-do-pronunciamento-de-lula-apos-o-resultado-da-eleicao.htm>. Acesso em: 03 dez. 2024.

LOHTAJA, Aleksí. Designing Dissensual Common Sense: Critical Art, Architecture, and Design in Jacques Rancière's Political Thought. **Design and Culture**, Londres, v. 13, n. 3, p. 305-324, 2021. DOI: 10.1080/17547075.2021.1966730

LOPES, Guilherme Esteves Galvão. A bancada evangélica e a eleição de Jair Bolsonaro (2018). **Anais do 2º Encontro Internacional História & Parcerias**, p. 1-17, 2019.

LUCENA, André. As irregularidades cometidas por Bolsonaro no combate à covid-19 entre indígenas, segundo o TCU. **CartaCapital**, 27 abr. 2023. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/saude/as-irregularidades-cometidas-por-bolsonaro-no-combate-a-covid-19-entre-indigenas-segundo-o-tcu/>. Acesso em: 02 dez. 2024.

LULA. **Lula 2022: A esperança de um Brasil feliz de novo**. YouTube, 28 set. 2022b. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=oMsqjYEXvpw&ab_channel=Lula. Acesso em: 26 nov. 2024.

LULA. Lula 2022: A esperança de um Brasil feliz de novo. **YouTube**, 28 set. 2022c. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=oMsqjYEXvpw&t=4s&ab_channel=Lula. Acesso em: 27 nov. 2024.

LULA. O amor vai vencer o ódio. **YouTube**, 27 ago. 2022a. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1zaGaYLgSao>. Acesso em: 26 nov. 2024.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS Jennifer Cole. **Novos Fundamentos do Design**. Tradução: Cristian Borges. Editora Cosac Naify, São Paulo, 2008. 211 p.

MACHADO, Maria Letícia; FREITAS, Rebeca. O primeiro ano de pandemia no Brasil em 43 eventos. **Nexo Jornal**, 17 mar. 2021. Disponível em: <https://pp.nexojornal.com.br/linha-do-tempo/2021/o-primeiro-ano-de-pandemia-no-brasil-em-43-eventos>. Acesso em: 02 dez. 2024.

MADEIRO, Carlos. Após 2 anos, covid deixa topo de causa de mortes no Brasil em 2022. **UOL Notícias**, 21 jan. 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/carlos-madeiro/2023/01/21/apos-2-anos-covid-deixa-topo-de-causa-de-mortes-no-brasil-em-2022.htm>. Acesso em: 02 dez. 2024.

MAFRA, Danndriely Carneiro; OLIVEIRA, Suziê Mari Marçal de; BARIÃO, Daniele Aguiar; OLIVEIRA FILHA, Elza Aparecida. Análise Semiótica do slogan “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos. Belém: **Anais 42º Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, p. 1-15. 2019.

MAGRO JUNIOR, José Carlos. **Ativismo em Design: a dimensão política e social na contemporaneidade**. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual Paulista. Bauru (SP). 2022.

MAGRO JUNIOR, José Carlos; MOURA, Mônica Cristina de. **Design como ativismo no brasil contemporâneo**. Actas de Diseño, Buenos Aires, v. 36, [s. n.], p. 247-250, 2021.

MAGRO JUNIOR, José Carlos; MOURA, Mônica; HENRIQUES, Fernanda. Design Ativista em Quarentena: uma Perspectiva Brasileira. **Estudos em Design**. Revista (online) Rio de Janeiro: v. xx, n. x [ANO], p. 131-146. 2021.

MAIA, Mateus; MALI, Tiago. PL e partidos de direita somarão 273 deputados na Câmara. **Poder360**, 3 out. 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/pl-e-partidos-de-direita-somarao-273-deputados-na-camara/>. Acesso em: 05 dez. 2024.

MAITINO, Martin Egon. Populismo e bolsonarismo. **Cadernos Cemarx**, Campinas, n. 13, p. 1-20, 2020.

MARKUSSEM, Thomas. **The impure politics of design activism**. IN: BIELING, Tom. Design (&) Activism: Perspectives on Design as Activism and Activism as Design. [s.l.] Mimesis International, 2019, p. 35 – 46.

MARQUES, Angela Cristina Salgueiro; SÁ MARTINO, Luis Mauro; VIEIRA DE SOUZA, Frederico da Cruz; ANTUNES, Elton. Fabular imagens intervalares e montar imagens sobreviventes: aproximações e diferenças entre os métodos de Rancière e Didi-Huberman. **Logos**, [S. l.], v. 27, n. 1, 2020. DOI: 10.12957/logos.2020.49270. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/logos/article/view/49270>. Acesso em: 15 nov. 2023.

MARQUES, Angela Cristina Salgueiro; PRADO, Marco Aurélio Máximo. Os processos de subjetivação e emancipação política em Jacques Rancière. **Psicologia & Sociedade**, v. 34, p. e265750, 2022.

MARTINS, Fábio de Oliveira. **A vida social das imagens políticas: técnica e economia a partir do design ativista**. 2022. 214 f., il. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) — Universidade de Brasília, Brasília, 2022.

MARTINS, Helena. O que está em jogo nas eleições 2022: mídia e desinformação. **Nexo Jornal**, 04 set. 2022. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2022/09/04/o-que-esta-em-jogo-nas-eleicoes-2022-midia-e-desinformacao>. Acesso em: 20 jan. 2025.

MARTINS, Humberto. Apoiadores de Bolsonaro saudam cloroquina e internet não perdoa. **Estado de Minas**, 19 jul. 2020. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/07/19/interna_politica,1168321/apoiadores-de-bolsonaro-saudam-cloroquina-e-internet-nao-perdoa-s.shtml. Acesso em: 02 dez. 2024.

MAUAD, Ana Maria. Através da Imagem: Fotografia e História. **Interfaces**. Tempo, Rio de Janeiro, vol. 1, no 2, 1996, p 73-98. Disponível em: https://www.historia.uff.br/tempo/artigos_dossie/artg2-4.pdf. Acesso em: 15 nov. 2023.

MAUAD, Ana Maria; LOPES, Marcos Felipe de Brum. História e Fotografia. IN: CARDOSO, Ciro Flamarion; VAINFAS, Ronaldo. **Novos Domínios da História**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012, p. 263-281.

MAZUI, Guilherme; MATOSO, Filipe; MARTELLO, Alexandre. Aos 2 anos, governo Temer festeja economia, mas enfrenta impopularidade, denúncias e crise política; relembre. **G1**, 12 maio 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/aos-2-anos-governo-temer-festeja-economia-mas-enfrenta-impopularidade-denuncias-e-crise-politica-relembre.ghtml>. Acesso em: 27 nov. 2024.

MEDEIROS, Taísa. Lula no JN: “O povo tem que voltar a comer churrasquinho e picanha”. **Correio Braziliense**, 26 ago. 2022. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/08/5032120-lula-no-jn-o-povo-tem-que-voltar-a-comer-churrasquinho-e-picanha.html>. Acesso em: 27 nov. 2024.

MELO, Demian. O bolsonarismo como fascismo do século XXI. IN: REBUÁ, Eduardo; COSTA, Reginaldo; GOMES, Rodrigo Lima R. CHABALGOITY, Diego. **(NEO) FASCISMOS E EDUCAÇÃO: Reflexões críticas sobre o avanço conservador no Brasil**. Rio de Janeiro: Morula. 2020.

MENDONÇA, Ana. De óculos Juliet, Lula direciona campanha nas redes sociais para jovens. **Estado de Minas**, 23 abr. 2022. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/04/23/interna_politica,1361830/de-oculos-juliet-lula-direciona-campanha-nas-redes-sociais-para-jovens.shtml. Acesso em: 27 nov. 2024.

MESSAGI JR., Mário. 2022, o ano em que a democracia brasileira quase terminou. In: PANKE, Luciana; MESSAGI JÚNIOR, Mário. **Facetas de uma guerra brutal**. Campina Grande (PB): EDUEPB. 2023.

MESTRE, Gabriela. Da prisão ao Planalto: Lula era preso há exatos 5 anos. **Poder360**, 7 abr. 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/da-prisao-ao-planalto-lula-era-presos-ha-exatos-5-anos/>. Acesso em: 10 mar. 2024.

MÍDIA NINJA. **Designers brasileiros se unem em Encontro para derrotar Bolsonaro**. 25 nov. 2021. Disponível em: <https://midianinja.org/designers-brasileiros-se-unem-em-encontro-para-derrotar-bolsonaro/>. Acesso em: 22 nov. 2024.

MÍDIA NINJA. **Quem somos**. 2024. Disponível em: <https://midianinja.org/a-midia-ninja/>. Acesso em: 10 mar. 2024.

MORAES, Geórgia. Especial - Programa Fome Zero. **Câmara dos Deputados**, 6 fev. 2006. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/radio/programas/267330-especial---programa-fome-zero-----08--41%E2%80%94>. Acesso em: 03 dez. 2024.

MORENO, Esteban Lopez. Das Tradições Arcaicas ao Homem de Ferro. **Anais do VI Congresso Scientiarum Historia**, v. 1, 2023. p. 1-13.

MÜLLER, Caroline. **(In) vestindo histórias: o processo de patrimonialização do acervo de indumentária do movimento tradicionalista gaúcho (MTG) de Porto Alegre – RS (2003-2015)**. 2016. 183p. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2016.

NOBRE, Noéli. Sancionada com vetos lei que prevê ações para prevenir covid-19 entre indígenas e quilombolas. **Câmara dos Deputados**, 8 jul. 2020. Edição de Marcelo Oliveira. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/674455-sancionada-com-vetos-lei-que-preve-acoes-para-prevenir-covid-19-entre-indigenas-e-quilombolas/>. Acesso em: 02 dez. 2024.

NUNES, Rodrigo. Todo lado tem dois lados. **Revista Serrote**, Rio de Janeiro, n. 36, 2020. Disponível em: <https://revistaserrote.com.br/2020/06/todo-lado-tem-dois-lados-por-rodrigo-nunes/>. Acesso em: 20 jan. 2025.

OGLOBO. Meu crush, minha vida no flow: Lula diz que, se for eleito, todos brasileiros irão namorar e viraliza. **O Globo**, 10 out. 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/sonar-a-escuta-das-redes/post/2022/10/meu-crush-minha-vida-no-flow-lula-diz-que-se-for-eleito-todos-brasileiros-irao-namorar-e-viraliza.ghtml>. Acesso em: 26 nov. 2024.

OGLOBO. Quem é o grupo Flow, que organiza debate para prefeito de SP e já teve um dos fundadores acusado de apologia ao nazismo. **O Globo**, 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2024/noticia/2024/09/23/quem-e-o-grupo-flow-que-organiza-debate-para-prefeito-de-sp-e-ja-teve-um-dos-fundadores-acusado-de-apologia-ao-nazismo.ghtml>. Acesso em 26 nov. 2024.

OLIVEIRA, Regiane; BECKER, Fernanda. André Mendonça no STF vira trunfo de pastores evangélicos, mas fiéis ignoram batalha política. **El País Brasil**, 13 dez. 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-12-13/andre-mendonca-no-stf-vira-trunfo-de->

[pastores-evangelicos-mas-fieis-ignoram-batalha-politica.html](#). Acesso em: 03 dez. 2024.

OLIVEIRA, Caroline. De 12 presidenciáveis, quatro defendem políticas de reforma agrária; conheça as propostas. **Brasil de Fato**, 31 ago. 2022. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2022/08/31/de-12-presidenciaveis-quatro-defendem-politicas-de-reforma-agraria-conheca-as-propostas>. Acesso em: 28 nov. 2024.

OLIVEIRA, Regiane; BECKER, Fernanda. André Mendonça no STF vira trunfo de pastores evangélicos, mas fiéis ignoram batalha política. **El País Brasil**, 13 dez. 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-12-13/andre-mendonca-no-stf-vira-trunfo-de-pastores-evangelicos-mas-fieis-ignoram-batalha-politica.html>. Acesso em: 03 dez. 2024.

OLIVEIRA, Beatriz Rocha de; SILVA, Edvania Gomes da. Efeitos de salvação e de extinção nos discursos e contradiscursos sobre o messianismo político. **Anais do XV Colóquio Nacional e VIII Internacional do Museu Pedagógico da UESB**. p. 1020-1024. 2024.

PANKE, Luciana; MESSAGI JÚNIOR, Mário. **Facetas de uma guerra brutal**. Campina Grande (PB): EDUEPB. 2023.

PANKE, Luciana; Gonçalves, Ana Beatriz; BRITO, Lucas. É Lula de novo, com a força do povo? IN: PANKE, Luciana; MESSAGI JÚNIOR, Mário. **Facetas de uma guerra brutal**. Campina Grande (PB): EDUEPB. 2023. p. 42-55.

PASSOS, Gésio. Relatório aponta retrocessos no direito indígena em gestão Bolsonaro. **Agência Brasil**, 27 jul. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/direitos-humanos/audio/2023-07/relatorio-aponta-retrocessos-no-direito-indigena-em-gestao-bolsonaro>. Acesso em: 02 dez. 2024.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana; FACHIN, Patricia (Entrevistadora). Do lulismo ao bolsonarismo: entrevista especial com Rosana Pinheiro-Machado. **IHU Online**, 16 ago. 2018. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/159-noticias/entrevistas/581843-do-lulismo-ao-bolsonarismo-entrevista-especial-com-rosana-pinheiro-machado>. Acesso em: 04 dez. 2024.

PLATONOW, Vladimir. Protestos de caminhoneiros atrapalham trânsito em 20 estados. **Agência Brasil**, 31 out. 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-10/protestos-de-caminhoneiros-atrapalham-transito-em-20-estados>. Acesso em: 06 dez. 2024.

PORTINARI, Denise Berruezo; NOGUEIRA, Pedro Caetano Eboli. Por um design político. **Estudos em Design**. Rio de Janeiro: v. 24, n. 3, p. 32 – 46, 2016.

PRADO, Gheysa Caroline. Design ativismo ou design ativista? **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 3, p. 52-65, 2021.

PRATA, Didiana. **A imagem-mensagem: cultura visual e design dissidente nas redes**. 2022. Tese (Doutorado em Design) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo,

Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022. doi:10.11606/T.16.2022.tde-29062023-100733.

PROFESSOR, Juciano Rocha; SAPARAS, Marcelo. Análise de Marcas de dois governos federais pós-impeachment. **Revista do GEL**, v. 18, n. 3, p. 366-385, 2021.

QUEIROZ, André Vieira; BOAS, André Villas. Design visual, hegemonia e ativismo. p. 681-696. In: **Anais do Colóquio Internacional de Design 2020**. São Paulo: Blucher, 2020. ISSN 2318-6968, DOI 10.5151/cid2020-53.

RAMALHO, Gustavo Henrique Pontes Guimarães. **A construção da imagem política de LULA: uma análise da Carta ao povo brasileiro**. 2021. 23 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em História) — Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

RANCIÈRE, Jacques. **O Desentendimento: política e filosofia**. Trad. Ângela Leite Lopes. São Paulo: Editora 34, 1996a.

RANCIÈRE, Jacques. **O Dissenso**. IN: NOVAES, Dauto. A Crise da Razão. São Paulo: Companhia das Letras, 1996b. p. 367-383.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política**. Trad. Mônica Costa Netto. São Paulo: EXO experimental, 2005.

RANCIÈRE, Jacques. Le travail de l'image. **Multitudes**, n. 28, 2007.

RANCIÈRE, Jacques. A Estética como Política. **Devires**. Belo Horizonte, v. 7, n. 2, p. 14-36, jul/dez 2010.

RANCIÈRE, Jacques. **O destino das Imagens**. Trad. Mônica Costa Netto. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. Trad. Ivone C Benetti. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

RANCIÈRE, Jacques. **As imagens querem realmente viver?** IN: ALLOA, Emmanuel (org). Pensar a imagem. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

RANCIÈRE, Jacques. **O trabalho das imagens: Conversações com Andrea Soto Calderón**. Belo Horizonte: Chão da Feira, 2021.

RANCIÈRE, Jacques. **“A política tem sempre uma dimensão estética.”** [Entrevista concedida a] Gabriela Longman e Diego Viana. Revista CULT, 2010. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/entrevista-jacques-ranciere/>>. Acesso em: 14 nov. 2023.

REDAÇÃO PARANÁ. Lula faz maior ato político de Curitiba nas eleições 2022. **Brasil de Fato**, 17 set. 2022. Disponível em: <https://www.brasildefatopr.com.br/2022/09/17/lula-faz-maior-ato-politico-de-curitiba-nas-eleicoes-2022>. Acesso em: 26 nov. 2024.

REIS, Daniel Aarão. Notas para a compreensão do bolsonarismo. **Estudos Ibero-Americanos**, Porto Alegre, v. 46, n. 1, p. 1-11, jan-abr. 2020.

RENNÓ, Lucio. Bolsonarismo e as Eleições de 2022. **Estudos Avançados**, v. 36, n. 106, p. 147-163, 2022.

RENNÓ, Lúcio; CABELLO, Andrea. As bases do lulismo: a volta do personalismo, realinhamento ideológico ou não alinhamento? **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 25, n. 74, out. 2010.

RETRATO Narrado. **Bolsonaro. 2. Indisciplina Militar**. [Locução de]: Carol Pires. Revista Piauí, Spotify Studios e Rádio Novelo, out. 2020. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/1ZNJCB5igL2e51eZiVms8?si=b54880fa9e914794>. Acesso em: 22 ago. 2024.

REUTERS. “Lulinha paz e amor voltou com força total”, diz candidato petista. **UOL**, 22 set. 2022. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2022/09/22/lulinha-paz-e-amor-voltou-com-forca-total-diz-candidato-petista.htm>. Acesso em: 26 nov. 2024.

REVISTA IstoÉ compara Bolsonaro a Hitler e chama presidente de eugenista. **Poder360**, 17 set. 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/revista-isto-e-compara-bolsonaro-a-hitler-e-chama-presidente-de-eugenista/>. Acesso em: 02 dez. 2024.

RIBEIRO, Andrei. Opositores de Bolsonaro resgatam vídeo em que ele diz quase ter comido índio em cerimônia canibal. **Folha de S. Paulo**, 5 out. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/hashtag/2022/10/opositores-de-bolsonaro-resgatam-video-em-que-ele-diz-quase-ter-comido-indio-em-cerimonia-canibal.shtml>. Acesso em: 02 dez. 2024.

RICUPERO, Bernardo. O que foi o 8 de janeiro. **Jornal da USP**, 11 jan. 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/o-que-foi-o-8-de-janeiro/>. Acesso em: 06 dez. 2024.

ROUBICEK, Marcelo. O que está em jogo para o país nas eleições presidenciais de 2022. **Nexo Jornal**, 29 out. 2022. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2022/10/29/o-que-esta-em-jogo-para-o-pais-nas-eleicoes-presidenciais-de-2022>. Acesso em: 05 dez. 2024.

SAMAIN, Etienne. Antropologia, imagens e arte. Um percurso reflexivo a partir de Georges Didi-Huberman. **Cadernos de Arte e Antropologia**, v. 3, n. 2 | -1, 47-55, 2014.

SAMAIN, Etienne. **As imagens não são bolas de sinuca**. IN: _____. Como pensam as imagens. São Paulo: Editora da Unicamp, 2012, p. 21-36.

SAMPAIO, Kleber. Manifestantes protestam contra resultado das urnas. **Agência Brasil**, 31 out. 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2022-11/manifestantes-protestam-contra-resultado-das-urnas>. Acesso em: 06 dez. 2024.

SANTOS, João Vitor; FACHIN, Patrícia. Eleições 2022: uma maioria democrática e uma direita forte e resiliente. Algumas análises. **Instituto Humanitas Unisinos – IHU**, 3 out. 2022. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/159-entrevistas/622664-eleicoes-2022-uma-maioria-democratica-e-uma-direita-forte-e-resiliente-algumas-analises>. Acesso em: 05 dez. 2024.

SCHREIBER, Mariana. É possível dizer que Lula foi inocentado na Lava Jato? **BBC News Brasil**, 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62612955>. Acesso em: 26 nov. 2024.

SCHREIBER, Mariana. Bolsonaro e Lula tentam atrair votos de evangélicos no 2º turno; entenda o peso do grupo no eleitorado. **BBC News Brasil**, 26 nov. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-63762494>. Acesso em: 06 dez. 2024.

SCHWARCZ, Lilia. O dirigente, a criança e o futuro. Revista Zum. [online]. 2020.

SECOM. Mapa da fome da ONU: insegurança alimentar severa cai 85% no Brasil em 2023. **Governo Federal**, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2024/07/mapa-da-fome-da-onu-inseguranca-alimentar-severa-cai-85-no-brasil-em-2023>. Acesso em: 03 dez. 2024.

SIEBENEICHLER, Amanda Jandrey; DOMENICO, Mariane; SCHIMITT, Thales Jéferson Rodrigues; AZEVEDO, Valentina Reck de. Segurança alimentar e nutricional na América Latina: O Brasil de volta ao Mapa da Fome. IN: DOMINGUES, Fabian Scholze; PAIVA, Fernanda Boldrin de; SILVA, Lucca Medeiros da; LAGOAS, Natália Lucena; ALVES, Pedro Henrique Atiense; DRIEMEYER, Tyago. **Segurança Internacional e Tecnologia: Desafios e Perspectivas**. Porto Alegre: UFRGS/FCE/PPGEEI, v. 8, p. 135-169. 2021.

SILVA, Tarcisio Torres. Image alternatives to the attention economy: Design and activism in Brazil. **DATJournal Design Art and Technology**, São Paulo, v. 6, n. 4, p. 156-172, 2021.

SINGER, André. Raízes sociais e ideológicas do Lulismo. **Novos Estudos Cebrap**, São Paulo, v. 28, n. 3, p. 83-102, nov. 2009.

SINGER, André. **Os sentidos do Lulismo: reforma gradual e pacto conservador**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO. **Programa do Ratinho**. Disponível em: <https://tv.sbt.com.br/programas/auditorio/ratinho>. Acesso em: 20 jan. 2025.

THORPE, Ann. Design as activism: a conceptual tool. In: CIPOLLA, Carla; PERUCCIO, Pier Paolo. **Changing the change: design, visions, proposals and tools proceedings**. Torino, 2008.

THORPE, Ann. **Defining Design as Activism**. 2011. Disponível em: <http://designactivism.net/wp-content/uploads/2011/05/Thorpe-definingdesignactivism.pdf>. Acesso em: 12 set. 2021.

THORPE, Ann. **Architecture & Design versus Consumerism: How Design Activism Confronts Growth**. Nova Iorque: Earthscan, 2012.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Resultados das eleições de 1989**. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-antiores/eleicoes-1989/resultados>. Acesso em: 28 nov. 2024.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **100% das seções totalizadas: confirma como ficou o quadro eleitoral após o 1º turno**. 3 out. 2022. Disponível em:

<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/100-das-secoes-totalizadas-confira-como-ficou-o-quadro-eleitoral-apos-o-1o-turno>. Acesso em: 26 nov. 2024.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Eleições 2022**. Disponível em: < <https://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2022>>. Acesso em 10 de fevereiro de 2024.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Resultados – TSE**. Disponível em: <https://resultados.tse.jus.br/oficial/app/index.html#/eleicao/resultados>. Acesso em: 10 out. 2023.

ULHÔA, Leonardo Moreira da; SILVA, Mariana Batista do Nascimento; DORNE, Vinícius Durval. Gesto de arma com as mãos e/na produção de subjetividades da infância. **Policromias — Revista de Estudos do Discurso**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, p. 156-180, jan./abr. 2023.

VALENTE, Rubens. O falso canibalismo yanomami relatado por Bolsonaro. **Nexo Jornal**, 7 out. 2022. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/externo/2022/10/07/o-falso-canibalismo-yanomami-relatado-por-bolsonaro>. Acesso em: 02 dez. 2024.

VARELLA, Thiago. Por que discurso de Bolsonaro na maçonaria pode irritar evangélicos. **UOL Notícias**, 5 out. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/05/por-que-discurso-de-bolsonaro-na-maconaria-pode-irritar-evangelicos.htm>. Acesso em: 03 dez. 2024.

VILELA, Pedro Rafael. Presidente condena apologia ao nazismo e pede seriedade sobre o tema. **Agência Brasil**, 16 fev. 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-02/presidente-condena-apologia-ao-nazismo-e-pede-seriedade-sobre-o-tema>. Acesso em: 02 dez. 2024.

VIOLÊNCIA eleitoral: noite da votação teve pico de assassinatos. **Agência Pública**, São Paulo, 08 nov. 2022. Disponível em: <https://apublica.org/2022/11/violencia-eleitoral-noite-da-votacao-teve-pico-de-assassinatos/>. Acesso em: 20 jan. 2025.

VIRISSIMO, Vivian. Eleição no primeiro turno? 68% preferem definir resultado já no dia 2 de outubro, aponta Ipespe. **Brasil de Fato**, 17 set. 2022. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2022/09/17/eleicao-no-primeiro-turno-68-preferem-definir-resultado-ja-no-dia-2-de-outubro-aponta-ipespe>. Acesso em: 26 nov. 2024.

VON BÜLOW, Marisa; DELGADO DE CARVALHO, Priscila. O que está em jogo: religião, valores e política. **Nexo Jornal**, 23 out. 2022. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2022/10/23/o-que-esta-em-jogo-religiao-valores-e-politica>. Acesso em: 03 dez. 2024.

ZACAR, Cláudia Regina Hasegawa. **O design de interiores como prótese de gênero: um estudo sobre a Casa Cor Paraná (1994-2017)**. 2018. 268 f. Tese (Doutorado em Tecnologia e Sociedade) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ANÁLISE DE IMAGENS DO ARTIGO “IMAGENS DO DISSENSO: PROPOSIÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS PARA UM MODELO ANALÍTICO DE IMAGENS ATIVISTAS”

ROTEIRO PARA ANÁLISE DE IMAGENS ATIVISTAS - DESCRIÇÃO		
Categoria Geral	Seção	Detalhamentos
DESCRIÇÃO DOS ELEMENTOS QUE COMPÕEM A IMAGEM	Conteúdo da Imagem	<i>Elementos Gráficos:</i> Elementos visuais constitutivos das imagens (cores, ícones, fotografias...).
		<i>Elementos Textuais:</i> Conteúdo textual que está inscrito na imagem veiculada.
	Complemento Textual	Legenda que acompanha a imagem na postagem da rede social Instagram.
	Coleção/Série/Movimento	Especificação da convocatória na qual a imagem foi produzida e veiculada.
	Coletivo/Grupo Ativista/Autor	Informações sobre o grupo, coletivo ou autor que produz e veicula as peças (autoria, data, meio de divulgação).

ROTEIRO PARA ANÁLISE DE IMAGENS ATIVISTAS – ANÁLISE		
Categoria Geral	Seção	Detalhamentos
ANÁLISE: IMAGEM EM SI E EM CONJUNTO	Representações	Quais os significados já convencionados que são de conhecimento prévio dos elementos que compõem a imagem?
		Como esses elementos são representados na composição da imagem? Qual o significado preferencial?
		Quais as redes semânticas? Quais os discursos que formulam aquela representação?
		Quais outros significados podem ser depreendidos da imagem através da articulação com os discursos?
	Identities (Sociais e Coletivo)	Como aquele grupo se identifica? Como os sujeitos que consomem se identificam? De quem eles querem se diferenciar? Quais identidades sociais estão relacionadas a ele? Quais grupos sociais estão envolvidos naquela representação?
Conjunto de Imagens	Como aquelas imagens se comportam em conjunto? Há a produção ou tentativa de fixação de um significado preferencial por meio das articulações produzidas entre elas? Quais discursos se articulam entre elas?	
ANÁLISE: DESIGN E INTERMEDIÇÕES ATIVISTAS	Contexto	<i>Circunstâncias técnicas de produção:</i> quais os aparatos tecnológicos que proporcionaram o seu aparecimento? <i>Coletivos e sujeito:</i> quem são os seus autores e quais são as práticas ativistas que eles desempenham? <i>Cenário histórico:</i> Que acontecimentos culturais, sociais e políticos motivaram sua produção? Qual a conexão entre esses acontecimentos? <i>Circulação da imagem:</i> qual o momento de sua difusão e por quais mídias?
	Processos de Design Ativismo	Como aquela peça foi produzida? Qual tipo de processo foi feito? (ex: processo de briefing) Como o design codifica aquela peça? Há uma prática de hacking? Uma apropriação estética? É um artefato de protesto ou uma peça de comunicação? É um trabalho que atua junto com a população? Está sendo realizado localmente ou em um amplo território?
	Local de Produção e Circulação	Onde aquela peça foi veiculada? Qual a relação dela (produto) com o local que ela foi divulgada (meio)? Como isso pode alterar as percepções sobre ela? Qual foi a intenção de ser divulgada dessa forma?

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ANÁLISE DE DOCUMENTOS IMAGÉTICOS

ROTEIRO PARA ANÁLISE DE IMAGENS	
INFORMAÇÕES GERAIS DA IMAGEM - ARQXXX	
Autoria / Ano de Veiculação	Informações sobre o grupo, coletivo ou autor que produz e veicula as peças (autoria e data)
Tamanho e Formato da Imagem	Tamanho (em pixels) e formato de publicação
Suporte	Meio no qual foi divulgada a imagem
Série da Imagem	Especificação da série
Complemento	Legenda ou texto complementar que acompanha a imagem publicada
DESCRIÇÃO	
Técnica empregada	<i>Montagem, Ilustração, Fotografia etc.</i>
Elementos Plásticos: enquadramento, camadas ou planos, hierarquia	Sentido (vertical, horizontal) e direção (esquerda, direita, centro) Como estão estruturadas as camadas ou planos? Como se dá a hierarquia dos elementos?
Elementos Plásticos: cores, texturas, formas e volumes	Composição, predominância, efeitos etc.
Elementos Icônicos: objetos e pessoas	Quais elementos icônicos estão presentes na imagem? Há objetos ou pessoas retratadas na imagem? Como estão retratados?
Elementos Linguísticos	<i>Como se dá o uso do texto na composição? Qual o conteúdo textual?</i>
Tema	Qual o tema geral da imagem?

ROTEIRO PARA ANÁLISE DE IMAGENS	
RELAÇÃO INTERNA	
Imagem x Texto escrito	<i>Contraponto/complemento</i>
Imagem x Processos de Design (Briefing)	<i>Como aquela peça foi produzida? Qual tipo de processo foi feito? (ex: processo de briefing) Como o design codifica aquela peça? Há uma prática de hacking? Uma apropriação estética? É um artefato de protesto ou uma peça de comunicação? É um trabalho que atua junto com a população? Está sendo realizado localmente ou em um amplo território?</i>
Imagem x Série	<i>Como aquelas imagens se comportam em conjunto? Há a produção ou tentativa de fixação de um significado preferencial por meio das articulações produzidas entre elas? Quais discursos se articulam entre elas?</i>
RELAÇÃO EXTERNA	
Imagem x Contexto	<i>Circunstâncias técnicas de produção: quais os aparatos tecnológicos que proporcionaram o seu aparecimento? Coletivos e sujeito: quem são os seus autores e quais são as práticas ativistas que eles desempenham? Cenário histórico: Que acontecimentos culturais, sociais e políticos motivaram sua produção? Qual a conexão entre esses acontecimentos? Circulação da imagem: qual o momento de sua difusão e por quais mídias?</i>
Imagem ou Série x Outras Temporalidades/Contextos	<i>A imagem ou a série aciona outras temporalidades? Há também outros contextos para além daquele onde foi produzida e veiculada? Há algum acionamento de outras imagens? Há imagens que compõem a peça analisada que são pertencentes a outras temporalidades?</i>

APÊNDICE C – ROTEIRO DE ANÁLISE DE DOCUMENTO TEXTUAIS

ROTEIRO PARA ANÁLISE DE DOCUMENTOS TEXTUAIS	
INFORMAÇÕES DO DOCUMENTO ARQXXX	
Autoria / Ano de Veiculação	<i>Informações sobre o grupo, coletivo ou autor que produz e veicula as peças (autoria e data)</i>
Tamanho e Formato do Documento	<i>Tamanho e formato</i>
Suporte	<i>Meio no qual foi divulgado o documento</i>
Série	<i>Especificação da série</i>
Natureza do Documento	<i>Especificação da série</i>
Complemento	<i>Legenda ou texto complementar que acompanha o documento (se houver)</i>
SOBRE O ARTEFATO	
Quem produziu o documento, com qual objetivo e para quem?	
Quando foi veiculado? Qual o seu contexto de produção e veiculação?	
Quais eram as intenções pessoais ou institucionais com a produção e veiculação do documento ou dessa espécie de documento?	
SOBRE O CONTEÚDO	
Quais informações contêm o documento? Como essas informações estão estruturadas?	
Qual o objetivo dessa estruturação? Qual a lógica dessa estrutura?	
Qual o objetivo geral do documento? Quais direcionamentos são dados?	
A que ou quem o conteúdo se refere? Como é feita essa referência?	
O que pode ser entendimento? O que fica de fora? Quais disputas internas e externas?	
Como o documento narra o contexto sociopolítico e histórico? Qual versão é construída?	
Como seu conteúdo pode ser entendido no contexto em que foi produzido e veiculado?	
Qual o repertório necessário para sua compreensão? Que outros artefatos, contextos, personalidades, referências?	

APÊNDICE D – EXEMPLO DE CODIFICAÇÃO TEMÁTICA CIRCUITO ELEIÇÕES 2022

CODIFICAÇÃO TEMÁTICA DAS SÉRIES										
CONVOCATÓRIA	ARQXXX	ELEIÇÕES 2022	LULA	BOLSONARO	DESIGNERS	DESIGN	IMAGENS	DEMOCRACIA	MOVIMENTOS / PAUTAS SOCIAIS	DISPUTA
CTRG	IMG ARQ075	disputa	amor	ódio			disputa	amor		antagonismo
CTRG	IMG ARQ075	antagonismo	vitória	derrota			antagonismo			
CTRG	IMG ARQ127	antagonismo	populismo	medo			temporalidade			antagonismo
CTRG	IMG ARQ127		popular				eleições 1989			
CTRG	IMG ARQ136	antagonismo	popular	fora			propaganda		popular	antagonismo
CTRG	IMG ARQ136		felicidade	derrota						
CTRG	IMG ARQ153		cuidado				propaganda		mst	
CTRG	IMG ARQ153		mst						reforma agrária	
CTRG	IMG ARQ160	voto útil	periferia				propaganda	resgate		antagonismo
CTRG	IMG ARQ160	democracia	esperança					restauração		
CTRG	IMG ARQ172	antagonismo	esperança	fascismo			propaganda		minorias	antagonismo
CTRG	IMG ARQ172		restauração	cooptação						
DCB	IMG ARQ183			indígenas			contravisualidade		indígenas	
DCB	IMG ARQ183			canibalismo						
DCB	IMG ARQ188	democracia	democracia	nazismo	solidariedade	solidariedade	contravisualidade	anti-fascismo		antagonismo
DCB	IMG ARQ188	disputa	dignidade	hitler				anti-nazismo		
DCB	IMG ARQ188			bolsonarismo			contravisualidade			
DCB	IMG ARQ188			Covid19						
DCB	IMG ARQ191			falso messianismo			contravisualidade			
DCB	IMG ARQ191			religiosidade						
DCB	IMG ARQ193			Fascismo			contravisualidade		vingança	
DCB	IMG ARQ193			Indígenas					resistência	
DCB	IMG ARQ198			maçonaria			contravisualidade			
DCB	IMG ARQ198			corrupção						
CE22	IMG ARQ180	disputa	esperança	derrota			temporalidade	reconstrução		antagonismo
SSGL	IMG ARQ206		nação		representação	ficção	expressão			
SSGL	IMG ARQ206		futuro		subjetividade	identidade visual	ficção			
SSGL	IMG ARQ217		solidariedade		representação	ficção	expressão			
SSGL	IMG ARQ217		união		subjetividade	identidade visual	ficção			
SSGL	IMG ARQ218		felicidade		representação	ficção	temporalidade			
SSGL	IMG ARQ218		recomeço		subjetividade	identidade visual	passado, presente e futuro			
SSGL	IMG ARQ228	diferença	união	cooptação	representação	ficção	temporalidade		minorias	diferença
SSGL	IMG ARQ229		povo	supressão	subjetividade	identidade visual	passado, presente e futuro		direitos	antagonismo
SSGL	IMG ARQ212		povo		representação	ficção	expressão		necessidade	
SSGL	IMG ARQ212		minorias		subjetividade	identidade visual	ficção		quem mais precisa	
SSGL	IMG ARQ223		erradicação fome	fome	representação	ficção	expressão	direitos	minorias	diferença
SSGL	IMG ARQ223		igualdade		subjetividade	identidade visual	ficção		fome	
SSGL	IMG ARQ215	disputa	amor	ódio	representação	ficção	contraponto			diferença
SSGL	IMG ARQ215	lula x bolsonaro	Superioridade	deus acima de tudo	subjetividade	identidade visual	disputa			amor x religiosidade

APÊNDICE E – EXEMPLO PLANILHA DE CATALOGAÇÃO DE DOCUMENTOS

CATALOGAÇÃO DOCUMENTOS							
Seleção	Nome arquivo	Extensão	Tipo	Tema/Convocatória	Origem	Autor (@instagram)	Link de Acesso
sim	arq001	.png	manifesto	Circuito Eleições 2022	site	designativista	-
sim	arq002	.png	site	Circuito Eleições 2022	site	designativista	-
sim	arq003	.png	manifesto	Design Contra Bolsonaro	site	designativista	https://designcontrabolsonaro.org/
não	arq004	.pdf	briefing	Derrubar Vetos da Cultura	telegram	designativista	-
não	arq005	.pdf	briefing	Derrubar Vetos da Cultura	telegram	designativista	-
não	arq006	.pdf	briefing	Energia Cara é Sujeira	telegram	designativista	-
não	arq007	.pdf	briefing	Bolsonaro Inimigo Merenda Escolar	telegram	designativista	-
sim	arq008	.pdf	briefing	Marco Temporal	telegram	designativista	-
não	arq009	.pdf	briefing	São Paulo Terra Indígena	telegram	designativista	-
sim	arq010	.pdf	briefing	Sete de Setembro	telegram	designativista	-
sim	arq011	.pdf	briefing	Bancada do Cocar	telegram	designativista	-
não	arq012	.pdf	briefing	Eu Defendo as Cotas	telegram	designativista	-
sim	arq013	.docx	briefing	Contagem Regressiva 1º Turno	telegram	designativista	-
sim	arq014	.docx	briefing	Contagem Regressiva 2º Turno	telegram	designativista	-
não	arq015	.docx	mensagem	Mensagens dos Briefings	telegram	designativista	-
sim	arq016	.jpg	imagem	Circuito Eleições 2022	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CeErQ3dVbc1/2img_index=1
sim	arq017	.jpg	imagem	Circuito Eleições 2022	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CeErQ3dVbc1/2img_index=1
sim	arq018	.jpg	imagem	Circuito Eleições 2022	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CeErQ3dVbc1/2img_index=1
sim	arq019	.jpg	imagem	Circuito Eleições 2022	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CeErYyvY0z/2img_index=1
sim	arq020	.jpg	imagem	Circuito Eleições 2022	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CeErYyvY0z/2img_index=1
sim	arq021	.jpg	imagem	Circuito Eleições 2022	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CeErYyvY0z/2img_index=1
sim	arq022	.jpg	imagem	Circuito Eleições 2022	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CeErYyvY0z/2img_index=1
sim	arq023	.jpg	imagem	Circuito Eleições 2022	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CeErYyvY0z/2img_index=1
sim	arq024	.jpg	imagem	Circuito Eleições 2022	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CeErYyvY0z/2img_index=1
sim	arq025	.jpg	imagem	Circuito Eleições 2022	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CeErYyvY0z/2img_index=1
sim	arq026	.jpg	imagem	Design Contra Bolsonaro	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CjOx8cWL7Q/2img_index=1
sim	arq027	.jpg	imagem	Design Contra Bolsonaro	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CjOx8cWL7Q/2img_index=1
sim	arq028	.jpg	imagem	Design Contra Bolsonaro	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CjOx8cWL7Q/2img_index=1
sim	arq029	.jpg	imagem	Design Contra Bolsonaro	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/CjOx8cWL7Q/2img_index=1
não	arq030	.jpg	imagem	Marco Temporal	instagram	zecjunior	https://www.instagram.com/p/ChcnwZLlBq/2img_index=1
não	arq031	.jpg	imagem	Marco Temporal	instagram	ricardo.cidade	https://www.instagram.com/p/ChcnwZLlBq/2img_index=1
sim	arq032	.jpg	imagem	Marco Temporal	instagram	sufiawf	https://www.instagram.com/p/ChcnwZLlBq/2img_index=1
não	arq033	.jpg	imagem	Marco Temporal	instagram	natashahcruz	https://www.instagram.com/p/ChcnwZLlBq/2img_index=1
sim	arq034	.jpg	imagem	Marco Temporal	instagram	navefurg	https://www.instagram.com/p/ChcnwZLlBq/2img_index=1
sim	arq035	.jpg	imagem	Marco Temporal	instagram	fabisardenta	https://www.instagram.com/p/ChcnwZLlBq/2img_index=1
não	arq036	.jpg	imagem	Marco Temporal	instagram	luisapimintel	https://www.instagram.com/p/ChcnwZLlBq/2img_index=1
não	arq037	.jpg	imagem	Bancada do Cocar	instagram	designativista	https://www.instagram.com/p/Ch8QOVYrgdl/2img_index=1
não	arq038	.jpg	imagem	Bancada do Cocar	instagram	marianabap_	https://www.instagram.com/p/Ch8QOVYrgdl/2img_index=1
não	arq039	.jpg	imagem	Bancada do Cocar	instagram	judyuartattoo	https://www.instagram.com/p/Ch8QOVYrgdl/2img_index=1
sim	arq040	.jpg	imagem	Bancada do Cocar	instagram	eduardoguirro	https://www.instagram.com/p/Ch8QOVYrgdl/2img_index=1
sim	arq041	.jpg	imagem	Bancada do Cocar	instagram	giovannalecrim	https://www.instagram.com/p/Ch8QOVYrgdl/2img_index=1
sim	arq042	.jpg	imagem	Bancada do Cocar	instagram	isisreilustra	https://www.instagram.com/p/Ch8QOVYrgdl/2img_index=1
não	arq043	.jpg	imagem	Bancada do Cocar	instagram	andrewasa25	https://www.instagram.com/p/Ch8QOVYrgdl/2img_index=1
não	arq044	.jpg	imagem	Bancada do Cocar	instagram	essaleticia	https://www.instagram.com/p/Ch8QOVYrgdl/2img_index=1
não	arq045	.jpg	imagem	Bancada do Cocar	instagram	recortesdacarla	https://www.instagram.com/p/Ch8QOVYrgdl/2img_index=1
não	arq046	.jpg	imagem	Bancada do Cocar	instagram	estranha.rosa	https://www.instagram.com/p/Ch8QOVYrgdl/2img_index=1

ANEXO 1 – COLETÂNEA “CONTAGEM REGRESSIVA”



@artedalidesign



@boscografic



@crisvector



@felipegmsp



@gabrielatornai_



@gbrlgy



@geandretomazoni



@giovanni.dameto



@ilustrasdathaty



@instahals



@isadoranaoentendenada



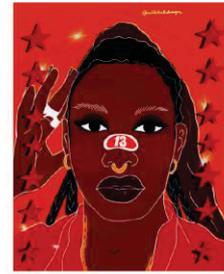
@izziepaschoal



@laramntr.art



@artedalidesign



@artedalidesign



@marigorman



@marigorman



@maripveiga



@milqf



@oalec_



@raphabaggas



@soledad_cifuentes



@studiobeams



@zec.junior



@zec.junior



@binhobarreto1



@brunookada



s13.brasilidad@gmail.com



@gabrielatornai_



@guto_matano



@osdesenhosdathai



@carolmirandda



@herbbbie



@hori_____



@lugbr



@quitesxx



@rturporto



@soletrabraba



@zec.junior



@asubversa_



@asubversa_



@asubversa_



@claudiobarata

VOTE NA PAZ



@designativista



@flirass



@izziepaschoal



@juaolucasdesa



@luizapads



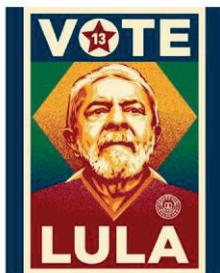
@pomb_



@pontadelanca_



@priii_barbosa



@studio.fizz



@terceirolh.o



@terceirolh.o



@airamjr



@experiments.luke



@mari.ilustra



@militantecansado



@mundani_



@paulomoreira



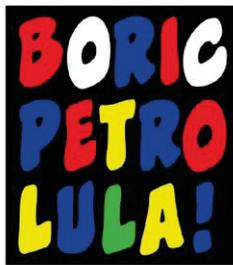
@perronramos



@thwdeu



@tx_dsgn



@unlisted_roots



@varizzi



@magoofx



@amandrafts



@milqf



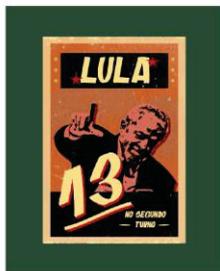
@andre_ducci



@andrenucci84



@bieltadeu



@biumoura



@camixvx



@d_escudeiro



@designativista



@eunaoabriomar



@figa.ilustra



@lucasaquery



@luzmariana_



@luzmariana_



@marinassssssssss



@mathezign



@micajobs



@midianinja



@mill.man



@anapinh



@mlypacheco



@nataliaalobato



@nicolascorreia



@passosrayane



@prchzkova



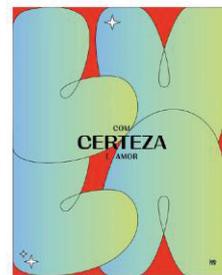
@sabrink_



@salovi



@sarahdaier



@taisndr

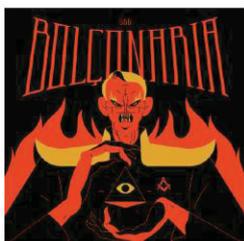


@vivaversos_lufurtado



@designativista e @midianinja

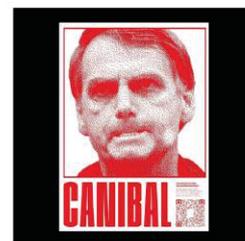
ANEXO 2 – COLETÂNEA “DESIGN CONTRA BOLSONARO”



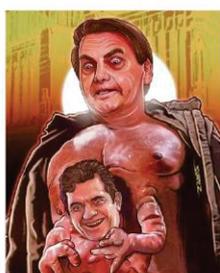
@_badsamaritan



@_danielbt_



@cesarganimi



@cristianossuarez



@crisvector



@dsnt_s



@fabilbill



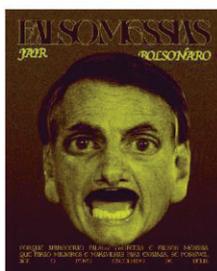
@fostervereintiuono



@gus.ilustras



@k421666



@lucasnobar



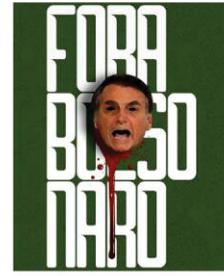
@lucaz.mathias



@marcelo.l_s_



@mauridinelli



@oldmatheus



@pedroleaoereno



@picomju



@rodrigo_yokota



@rodriguezalez87



@rufusxrufus



@rufusxrufus



@rufusxrufus



@vetor_antifacista

ANEXO 3 – COLETÂNEA “SEU SLOGAN DO GOVERNO LULA”



@_tallesreis



@af_.design



@bsalabastian



@caemaia



@costa.souza_



@dejalmasilva_



@doisl_dsg



@ed.designergrafico



@filipesoueu



@gustavo_c_fernandes



@gvarchdesign



@irtiagosantos



@jhon.dsgn



@jhonbermond



@joiceantunesdsgn



@keyvisual.dsgn



@matheus_n_olsen



@mazim.com.br



@metamorphozze



@mill.man



@mixta.artes



@nicolasantunez13



@odairasilva13



@oicauan



@planetvilmartdesign



@rabiscosdoronaldo



@ricardoveronezart



@rodrigo.monteiro.designer



@romuborgs



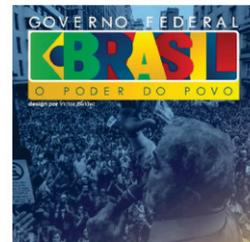
@rturporto



@shinyartsyprincess



@txxyago



@vailavic



@vanessadvanzin



@wellnavida



@planetvilmartdesign



@joininovacao

ANEXO 4 – BRIEFINGS/MENSAGENS TELEGRAM – CIRCUITO ELEIÇÕES 2022

16/09/22 – Contagem Regressiva do 1º Turno – 13 dias

September 16, 2022

13 DIAS pra confirmar Lula 

! QUER AJUDAR A ELEGER LULA? !
Um dos momentos mais importantes do Brasil se aproxima! Segunda-feira, dia 19, iniciamos a contagem regressiva para decidir o futuro do Brasil.

Espalhe a importância de decidirmos as eleições no primeiro turno! Falta pouco pro Brasil sorrir de novo! 😊⚡ Arregace as mangas, bote a mão na massa, coloque sua arte pra jogo e divulgue massivamente na internet!

👉 Como participar
Explore sua criatividade, vale tudo: cartaz, meme, sticker, gif, vídeo, motion, etc! A arte é livre o importante é garantir a mensagem!

=====

Tema: [#13DiasPraConfirmarLula13](#) [#SextouComLula](#) [#DesignAtivista](#) [#Lulaverso](#)
Status: Aceitando envios
Entrega: aqui nos comentários desse post mesmo, ou pelo e-mail odesignativista@gmail.com.
Não esqueça de mandar o @credito do material!

 4  1

623 👁 12:13

22/09/22 – Contagem Regressiva do 1º Turno – 10 dias

September 22, 2022

10 DIAS pra confirmar Lula 

Entramos na reta final, faltam apenas 10 dias para o primeiro turno!
Aqui, abaixo dessa mensagem, vamos receber as artes com o tema **LULA!**

Produziu novas artes, tá produzindo ou ainda vai produzir?
Já sabe, né?! Manda aqui no chat ou para nosso email (odesignativista@gmail.com) e não esquece de mandar o @ para os créditos! ⚡⚡⚡

 6  1

526 👁 17:08

23/09/22 – Contagem Regressiva do 1º Turno – 09 dias

September 23, 2022

09 DIAS pro Fora Bolsonaro! 

Aqui, abaixo dessa mensagem, vamos receber as artes com o tema **#FORABOLSONARO!**

Reta final, gente!
⚡⚡⚡

 7

463 👁 18:11

25/09/22 – Contagem Regressiva do 1º Turno – 07 dias

September 25, 2022

07 DIAS pra eleger candidatos que defendam pautas progressistas! 🌟🌟🌟

Eleger uma bancada antirracista, feminista, LGBTQIA+ e anticapacitista no Senado e no Congresso é tão importante quanto mandar Bolsonaro pro espaço. 🚀🇺🇸
Fez alguma arte para seu candidato? Compartilha com a gente aqui nos comentários!

⚡⚡⚡
❤️ 6

451 👁️ 21:26

27/09/22 – Contagem Regressiva do 1º Turno – 05 dias

September 27, 2022

05 DIAS pra votar em governadores que sejam a favor da democracia! 🌟🌟🌟

Queremos ver o Brasil sorrir de novo! Pra isso, é importante elegermos também governantes estaduais progressistas.

Faça uma arte que apoie estas candidaturas e compartilhe com a gente aqui nos comentários!
Não esquece o @ para os credits, hein?!

⚡⚡⚡
❤️ 2 🔥 2 👍 1

483 👁️ 20:56

29/09/22 – Contagem Regressiva do 1º Turno – 03 dias

September 29, 2022

03 DIAS matar essa vontade de apertar o 13 na urna! 🌟🌟🌟

Hoje tem debate na Globo às 22h30 com os presidencialáveis! Produziu uma arte, meme, video de tiktok, jingle de natal? Manda aqui pra gente!

⚡⚡⚡
🔥 5

430 👁️ 18:13

30/09/22 – Contagem Regressiva do 1º Turno – 02 dias

September 30, 2022

🔥❤️13 🔥❤️13 🔥❤️13 🔥❤️

CONVOCATÓRIA DAS ÚLTIMAS HORAS
O VOTO QUE FALTAVA

=====

Últimos momentos para a gente conquistar OS VOTOS QUE FALTAVAM para selar a vitória de Lula no primeiro turno e derrotar Bolsonaro. E se o seu for o voto que faltava!? 🗳️

Foram quatro anos de muito trabalho 🤔, todes estão exaustes, mas precisamos dar ainda aquele esforço final. As 48h finais das eleições são as mais decisivas, quando não há tempo de rádio e TV para que as candidaturas possam se defender em cadeia nacional contra Fake News e difamação.

Sábado será o dia pregar o 13 em todos os lugares! Vamos com tudo!

=====

DICA DE OURO:
Ainda restam alguns indecisos e nesse momento podemos investir em conteúdos que abordem nichos ainda não contemplados:

> Cristãos 🇺🇦
A frase de Pe. Júlio Lancelotti é exemplar: "Lula não vai fechar igrejas, Lula vai abrir corações". Existem nichos que podem se sensibilizar ao Lula, a despeito da propaganda bolsonarista nas igrejas.

Respeito acima de qualquer coisa!

> Nacionalistas 🇧🇷
Reforçar a relação de Lula com a bandeira do Brasil, o interesse nacional. Brasil respeitado em todo o planeta, última vez em que fomos campeões da Copa do Mundo (2002), aquela capa da Veja "Nunca fomos tão felizes", reforçavam uma imagem de Brasil voltada para o respeito, o afeto e a oportunidade. Tudo isso se perdeu com Bolsonaro.

Evite recair em piadas e ironias. Ninguém que está indeciso toma uma decisão em nosso favor caso se sinta ofendido.

> Imagina! 🤔
Vamos disputar o imaginário? Em vez de fazermos uma campanha baseada no medo, porque não imaginar o que podemos esperar de um governo Lula? Comida de volta no Prato, emprego, oportunidades, preservação do meio ambiente, indígenas e pretos respeitadas. Como seria um Brasil reconstruído?

> 13
13, 13, 13, 13, 13, 13, 13, 13, 13, 13, 13, 13, 13, 13, 13.
Alguma dúvida?

=====

Tema: #Lula13 #DesignAtivista #PrimeiroTurno
Status: Aceitando envios 📧
Entrega: aqui nos comentários desse post mesmo, ou pelo e-mail odesignativista@gmail.com.
Não esqueça de mandar o @credito do material!

🔥 7 ❤️ 1

559 👁️ 23:02

02/10/22 – Contagem Regressiva do 1º Turno – É Hoje

October 2, 2022

É HOJE! 🌟
 Como tá o clima por aí minha gente? Ansiosas e ansiosos pra apertar 13 e eleger bancadas que realmente nos representem?

Se cuidem, cuidem dos seus e vamo pra cima ⚡

🔥 7 🌟 3 ❤️ 2 👍 1

547 👁 00:19

10/10/22 – Contagem Regressiva do 2º Turno – 20 dias

October 10, 2022

FOLHA DE S. PAULO
política



Cartel do asfalto fraudou licitações de R\$ 1 bilhão no governo Bolsonaro, aponta TCU

1 BILHÃO desviado - é o BOLSOLÃO DO ASFALTO!!!

Bora entrar nessa, gente? Produzir peças denunciando esse tema! #Corrupção é um tema que bate forte pro lado de lá 🌟 Vale card, stories, vídeo...

Não esquece de mandar seu @credito junto das artes e vamo pra cima 🙌

Faltam 20 dias!

🔥 8 ❤️ 2

449 👁 15:16

11/10/22 – Contagem Regressiva do 2º Turno – 19 dias

October 11, 2022

AMANHÃ É #DIADASCRIANÇAS!!!

Já que as pautas **moral** e **família** tem se mostrado muito efetivas, vamos mostrar a verdadeira face de Damares, fiel escudeira de Bolsonaro e suposta "defensora" da família brasileira.

A Revista Época trouxe essa capa, que é muito forte, em 2019. Pensando que a temática da **#família** está muito em alta, e que temas não-tão-novos estão voltando com tudo - como o envolvimento de Bolsonaro com a maçonaria - vamos aproveitar pra produzir esses conteúdos pro dia das crianças.

<https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/direitos-humanos/damares-e-acusada-de-sequestrar-e-criar-ilegalmente-crianca-indigena/>

Bora nessa? **Mandem suas artes** aqui nos comentários desse post 📌
Faltam 19 dias! 🏃

13/10/22 – Contagem Regressiva do 2º Turno – 17 dias

October 13, 2022

"Pátria amada, não é pátria armada"

Essa frase foi dita pelo arcebispo de Aparecida (SP) durante a missa do Dia da Padroeira.

A gente entendeu a mensagem, né?
Quem propaga o ódio, a violência, a mentira não pode ser considerado cristão. Bolsonaro se aproveita da fé alheia pra ganhar votos, por interesse próprio!

Bora propagar essa mensagem?
É um tema quente, então foco nos conteúdos pra redes, gente. Cards e stories!

Mandem suas artes aqui nos comentários desse post 📌
Faltam 17 dias! 🏃

#BolsonaroFalsoMessias #Lula13

 8

487 👁 13:27

16/10/22 – Contagem Regressiva do 2º Turno – 14 dias

October 16, 2022

E o Bolsonaro que fez live de madrugada chorando porque divulgaram uma entrevista dele... parece que eles sentiram hein?

"Rolou um clima"? Um clima com meninas de 14, 15 anos???
BOLSONARO PEDÓFILO!!!

Mandem suas artes aqui nos comentários desse post 📌
Faltam 14 dias! 🏃

[#BolsonaroPedofilo](#)

🔥 3

391 👁️ edited 08:29

17/10/22 – Contagem Regressiva do 2º Turno – 13 dias

October 17, 2022

13 DIAS PARA LULA

★

13 dias para LULA!

Já vimos que já tem gente mandando artes dessa pauta hehe mas bora acumular artes aqui!
fim do dia vamos fazer um post no insta com as artes que saírem hoje 🏃

Lembrando que todas as artes que a gente receber aqui vão pro no Drive e site do Circuito :)

[#Lula13](#) [#13diasparaLula](#)

❤️ 2

394 👁️ 13:46

19/10/22 – Contagem Regressiva do 2º Turno – 11 dias

October 19, 2022

Mais de 1 milhão ao vivo ontem, hein? Foi forte!

Gente, hoje vamos mudar um pouco a pauta, vamos falar do governo de SP.
Fim da tarde vamos soltar um briefing específico sobre esse tema, então fiquem ligados e ligadas aqui no canal!

E esse post vamos usar pra receber artes sobre o Haddad q vocês já tenham feito!
Produziu alguma arte sobre ele nesses últimos dias? Manda já aqui nesse post 🙌

Faltam 11 dias 🔥

 6

397 👁 11:01

20/10/22 – Contagem Regressiva do 2º Turno – 10 dias

October 20, 2022

FALTAM 10 DIAS!

TEMA: todos com lula
CONTEXTO: todos estão declarando apoio ao Lula, até mesmo opositores históricos do PT.

SUGESTÕES DE TEXTO:

- Direita com Lula
- Não é mais sobre um lado, é sobre o Brasil
- Todos estão juntos na luta pelo Brasil
- Brasil acima das diferenças
- Não é mais sobre direita versus esquerda. Agora a luta é pela democracia.

(Fotos com legenda de Simone Tebet, Fernando Henrique, Henrique Meirelles, Arminio Fraga, José serra, João amoedo, Ciro Gomes, Joaquim Barbosa, Marina Silva...)

- A DIREITA ESTÁ COM LULA CONTRA BOLSONARO

TIPO DE PAUTA: (X) Nacional () Estadual

*não é necessário fazer materiais com todas as sugestões de texto (mas se quiser pode ❤️)

Mandem suas artes aqui em baixo 🙌

 4  1

413 👁 09:25

21/10/22 – Contagem Regressiva do 2º Turno – 09 dias

October 21, 2022

FALTAM 9 DIAS

TEMA: SALÁRIO MÍNIMO*

_CONTEXTO: O governo Bolsonaro vai acabar com o aumento do salário mínimo de vez, e com a aposentadoria.

PRECISAMOS TRADUZIR O ECONOMÊS

DESIGN: Pegar as manchetes da Folha hoje "Plano de Guedes prevê salário mínimo e aposentadoria sem correção pela inflação passada" e colocar um "TRADUTOR", logo abaixo ou ao lado o que significa isso:

TEXTOS DE EXEMPLO:

Texto do "tradutor": O governo Bolsonaro precisa pagar a conta depois de receber tanto apoio de patrão. Pro ano que vem, ele e seu ministro da economia querem CONGELAR o salário mínimo e a aposentadoria. O preço das coisas subiu? Azar. O salário não vai mais subir pra acompanhar alta de preços. Isso que você tá sentindo no bolso nos últimos anos só vai piorar, amigo. Contra a quebraadeira só há uma solução! LULA pra Presidente do Brasil. O teu salário valia mais. E você sabe.

Mandem suas artes aqui em baixo 📌

 4  2

414 👁 11:20

24/10/22 – Contagem Regressiva do 2º Turno – 06 dias

October 24, 2022

FALTAM 6 DIAS

TEMA: O VOTO DA MULHER É EM QUEM ELA QUISE

_CONTEXTO: O voto de cabresto do marido é real. Em muitos lares, quem decide o voto da família toda é o pai. Ou então o homem da casa, qualquer um que seja. Bora reverter isso?

DESIGN: Ensolarado, alegre, vibrante, público-alvo mulheres! Pra cima!

TEXTOS DE EXEMPLO:

O VOTO DA MULHER É EM QUEM ELA QUISE

Mulherada guerreira desse nosso Brasilzão!! Dia 30 tá chegando e é hora de lembrar que nem marido, nem pai e nem patrão mandam no seu voto! Escute bem sua consciência, sua intuição e seu coração e sapeca lá na urna um voto livre de mentiras e de ódios. A gente sabe, os homens acham que mandam mas quem dá jeito nas coisas somos sempre nós. Vamos unir esse país de novo ali na frente, mas vai ser muito melhor com geladeira cheia, salário justo, emprego decente e muito amor! Minha dica, claro, é apertar o 13 e chamar o Lula pra vida melhorar e já! Beijos pra vocês!

Mandem suas artes aqui em baixo 📩

 7  1

419 👁️ edited 10:12

28/10/22 – Contagem Regressiva do 2º Turno – 02 dias

October 28, 2022

   ATENÇÃO!!! ISSO NÃO É UM TREINAMENTO   

Precisamos de todo *Time Lula* inundando as redes com a verdade, as propostas de Lula e a esperança!

[#DebatenaGlobo](#)

[#LulanaGlobo](#)

Bora que é o ÚLTIMO DEBATE DA CAMPANHA e Lula precisa de você!!!

Fez alguma arte, meme, etc? Manda aqui no chat!

Tá acabando gente! Força pra nós 🙌

 10

490 👁️ 21:22

29/10/22 – Contagem Regressiva do 2º Turno – É Amanhã

October 29, 2022

★ 🇧🇷 BRIEFING 🇧🇷 ★
★ É AMANHÃ ★

_TEMA: PASSE LIVRE EM TODAS AS CAPITALIS +354 cidades
_CONTEXTO: Além das capitais, 354 cidades em todo o país terão o passe livre. Mais de 97 milhões de pessoas serão atendidas e poderão exercer o direito de votar. Precisamos comunicar para as pessoas que amanhã, dia 30 elas terão o passe livre.

TEXTOS DE EXEMPLO:
PASSE LIVRE, BORA VOTAR
BUSÃO LIBERADO PRA VOTAR
TÍTULO NA MÃO PASSE LIVRE NO BUSÃO

Mandem as artes aqui 📌

❤️ 5

531 👁️ 19:51