

COMUNICAÇÃO NO PERÍODO DA DITADURA CIVIL-MILITAR NO BRASIL: UM ESTUDO SOBRE CARTAZES

Marjorie Friedrich¹

Profa. Dra. Valéria Deluca Soares de Carvalho²

RESUMO: O presente artigo pretende analisar como os cartazes foram utilizados para disseminar a ideologia das Forças Armadas durante o período da ditadura civil-militar no Brasil. O atual estudo apresenta teorias de autores da área da comunicação, história e design para entender o que foi a ditadura e como se sucedeu a evolução dos cartazes a se tornarem uma mídia de comunicação de massas. Por fim, este artigo, faz uma análise de cartazes veiculados pelo Governo Militar, para comprovar o uso de uma linguagem apelativa para construir um sentimento ufanista e para distorcer as manifestações da oposição. **Palavras-chave:** Ditadura civil-militar. Forças Armadas. Cartazes.

ABSTRACT: The present article intends to analyze how printed posters were used to spread the ideology of the Armed Forces during the civil-military dictatorship in Brazil. The current study presents theories of authors from the field of communication, history, and design, to understand what the dictatorship was and how the evolution of printed posters made them effectively the main mass communication media. Finally, this article analyzes posters issued by the military government to prove the use of an appealing language to build a sense of patriotism and to distort opposition demonstrations.

Keywords: Civil-military dictatorship. Armed Forces. Posters.

INTRODUÇÃO

O presente artigo analisa a comunicação durante o período da ditadura civil-militar no Brasil. No dia 31 de março de 1964, as Forças Armadas iniciaram o movimento que daria início ao golpe que levou o País a mais de 20 anos de estado de exceção. Neste período, a liberdade de expressão, bem como a livre comunicação foi tolhida com a censura geral à imprensa e à liberdade de expressão da cidadania. Uma das formas que o Governo encontrou para transmitir um discurso positivista para a população foi com a distribuição de cartazes em vias públicas, objeto específico deste estudo.

Durante o período de repressão, o Governo Militar publicou 17 atos institucionais e uma Constituição Federal (1967), além de diversos decretos, atos complementares e documentos que legitimaram o golpe, a repressão e o fim dos direitos civis. Em 14 de

¹ Acadêmica do Curso de Publicidade e Propaganda – IPA Metodista.

² Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do RS. Jornalista formada na Universidade Católica de Pelotas.

março de 1967, entrou em vigor a Lei nº 5.250, a Lei da Imprensa, assinada pelo General Presidente Castello Branco. A lei permitia que o Governo pudesse exercer a censura, além de outras violações à liberdade de expressão no Brasil, para passar uma falsa sensação de liberdade, quando na realidade, a censura era praticada desmedidamente.

Para fazer circular suas opiniões e causas, o Governo Militar e a oposição se apropriaram dos cartazes políticos como um meio de comunicação constante. Elaborados e impressos no Brasil, muitas vezes de forma clandestina e precária, quando da oposição, os cartazes começaram a servir não só como meio de agitação política, mas também como uma forma de contar a história da época. Com estas colocações, questiona-se: Como o Governo Militar utilizou os cartazes para disseminar sua ideologia?

Acredita-se que ao longo do período da ditadura civil-militar, o uso dos cartazes se tornou um importante viés de comunicação. E, entende-se que o Governo Militar utilizou os cartazes como uma forma de comunicação, para fortalecer os argumentos para a instalação do regime ditatorial com discursos contra o comunismo, em prol da família e no interesse da paz e da honra nacional, para ganhar o carisma da sociedade brasileira.

O objetivo deste artigo, então, é analisar cartazes do período da ditadura civil-militar, veiculados pelo governo, a fim de identificar a forma que esta mídia foi usada para disseminar, junto à população brasileira, sua ideologia.

De 1964 a 1985, o Brasil entrou em estado de exceção, período que acabou com a perda dos direitos civis e a liberdade de expressão. O período da ditadura civil-militar precisa ser um objeto de estudo constante para que não se esqueça e para que nunca mais aconteça. Cabe analisar qual foi a função da comunicação no período da ditadura civil-militar no Brasil. Os comunicadores tiveram papéis dentro deste período: informar, divulgar e resistir, e por isso, foram fortemente reprimidos. Jornalistas e outros profissionais de comunicação foram torturados e mortos. Muitos destes ainda permanecem desaparecidos, sem suas histórias terminadas. Terminar essas histórias é contar parte da história da comunicação social brasileira.

Em termos acadêmicos, julga-se importante a análise do período pela lente da comunicação, para que o passado desta área seja resgatado. Para que seja possível entender os tipos de discursos usados para, por exemplo, incitar a população apoiar o

Golpe em 1964 e acreditar no que as Três Armas propunham. Além de compreender quais tipos de estratégias de comunicação, que a repressão buscou desconstruir o discurso positivista do Governo Militar e mobilizar a população a seu favor.

O estudo, de perfil histórico e analítico, pretende tratar de uma época em que os atuais recursos de comunicação instantânea, de redes sociais e de informática não eram sequer imagináveis. O exame das estratégias e dos instrumentos de comunicação social empregados na ditadura coloca em contato, assim, com outra realidade e com formas de interação e sociabilidade que as sociedades contemporâneas só reconhecem como memória. Neste contexto, o papel desempenhado pelos cartazes publicitários assinala uma página ainda não estudada especificamente, o que permite avançar por terrenos ainda pouco conhecidos.

Assim, metodologia adotada para este artigo é de pesquisa exploratória com abordagem qualitativa. Tendo como coleta de dados a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental com uma análise de conteúdo em materiais de autores que dissertam sobre a mídia cartazes e que contemplem assuntos sobre o período da Ditadura Civil-Militar. Ainda, traz uma análise de discurso em três cartazes veiculados no período e emitidos pelo Governo ditador.

DITADURA CIVIL-MILITAR NO BRASIL –1964-1985

De acordo com o último censo do IBGE, publicado em 2013 o Brasil é um País com um indicador de população de 200,4 milhões de habitantes. Durante a trajetória política do País houve diversas alterações políticas. O Brasil, que se originou na forma de uma colônia do então Reino de Portugal, que veio a sofrer forte influência das movimentações políticas na Europa que resultaram na fuga da Família Real portuguesa para o território brasileiro.

Com a transformação posterior à condição de reino instituiu-se um regime imperial que resultou em uma independência atípica, pois diferente dos demais países da América latina que sofreram movimentos revolucionários de libertação, o Brasil foi declarado independente por seus próprios colonizadores instituindo um império brasileiro que encerrou com a proclamação de uma república também sem resistência.

Com essa tradição política o Brasil, se sucedeu em um regime republicano governado por marechais até a instituição de um governo civil que atendia a interesses específicos de duas regiões do Brasil, o que resultou na denominação república do café com leite.

Durante todo este período a liberdade de imprensa era garantida ao povo brasileiro através de um regulamento assinado em 1821 por Dom Pedro I. Esta liberdade, apesar de expressa de formas diferentes através das décadas que se passaram foi extinta em 6 de setembro de 1972 pela Polícia Federal, com ordem a todos os jornais do País “Está proibida a publicação do decreto de D. Pedro I, datado do século passado, abolindo a Censura no Brasil. Também está proibido qualquer comentário a respeito”³.

Os primeiros ares verdadeiramente democráticos no Brasil surgiram com a Constituição Federal de 1934 no governo de Getúlio Vargas que não se manteve por muito tempo sendo instaurado um regime pouco democrático com a Constituição de 1937 denominado de Estado Novo instituindo o que passou a se denominar como Getulismo.

O fim do Getulismo⁴ deu início a um dos poucos períodos democráticos de maior duração que teve seu ocaso com a instituição dos regimes militares em 1964 não sem antes se observar no Brasil um forte movimento prévio sinalizando o que seria o fim de uma pequena fase democrática. O fim do regime e a redemocratização brasileira deram início ao período político atual que já se constitui no maior período democrático da história brasileira.

Observa-se que ao longo de todo o período a propaganda sempre foi um dos meios de movimentação das ações políticas brasileiras. Basta observar os sucessivos slogans utilizados pelos diversos políticos, candidatos e governos que se sucederam como a famosa vassourinha de Jânio Quadros.

De acordo com a Secretaria Especial dos Direitos Humanos, representada pela sua Comissão Especial sobre Mortos e Desaparecidos, é possível dividir o período da ditadura em 3 momentos (BRASIL, 2007, p.21): primeiro marco, o início da ditadura, o

³ SOARES, Gláucio Ary Dillon. A censura durante o regime autoritário. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 4, n. 10, p. 21-43, 1989. Disponível em: <http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_10/rbcs10_02.htm>. Acesso em: 25 out. 2016.

⁴ Nome atribuído ao período de gestão de Getúlio Vargas.

segundo marco, conhecido como anos de chumbo e o terceiro marco, um caminho para a anistia. O primeiro marco, iniciado com o golpe militar para depor o Presidente João Goulart, foi o período marcado por perdas de poderes políticos, cargos Municipais, Estaduais e Nacionais seriam eleitos via eleições indiretas⁵. Os partidos políticos se resumiram em dois e entra em vigor a Constituição Federal de 1967.

O segundo marco, período mais violento da ditadura civil-militar, ou os anos de chumbo, teve início após a publicação do Ato Institucional - 5, AI-5, em 13 de dezembro de 1969, assinado pelo Presidente Costa e Silva, e vigorou até 1978. O documento dava plenos poderes para o Governo punir arbitrariamente àqueles dispostos a interferir na “ordem pública” e cessava o habeas corpus em casos de crimes políticos: “Art. 10 - Fica suspensa a garantia de *habeas corpus*, nos casos de crimes políticos, contra a segurança nacional, a ordem econômica e social e a economia popular.”⁶

O terceiro marco é a abertura lenta, gradual e planejada para a democracia, após o enfraquecimento do aparelho de repressão. Assume a presidência o General do Exército Ernesto Geisel. Com o discurso de paz e reconciliação nacional, em 29 de agosto de 1979, a proposta de anistiar tanto torturados, como torturadores marca o fim da ditadura militar.

O estudo de tais marcos se inicia com a eleição de 03 de outubro de 1960, onde o candidato Presidente Jânio Quadros, vencera o candidato Marechal Henrique Lott, com 5,6 milhões de votos. A força dos votos de Quadros, no entanto, não foi suficiente para eleger seu candidato à vice-presidente, pois na década de 60 o presidente e vice eram votados em separado, e João Goulart do Partido Trabalhista Brasileiro - PTB, venceu o candidato a vice de Jânio Quadros.

Foram sete meses de mandato da chapa eleita. O curto mandato de Jânio foi caracterizado por problemas e divergências no âmbito administrativo político e ainda o deficiente equilíbrio nas contas públicas herdado do seu antecessor Juscelino Kubitschek

⁵ BRASIL. **Atos institucionais**. Senado Federal. Disponível em: <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-historica/atos-institucionais>>. Acesso em: 20 de set. 2016.

⁶ BRASIL. **Ato Institucional nº 5**, de 13 de dezembro de 1968. Senado Federal. Subsecretaria de Informações. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/AIT/ait-05-68.htm>. Acesso em 18 set. 2016.

(SILVA, 2012, p.114). Jânio Quadros escreveu sua carta de renúncia em 25 de agosto de 1961 e deixou o cargo mais alto da política brasileira. Em sua carta faz agradecimento às Forças Armadas e apela para a ordem e respeito:

Saio com um agradecimento e um apelo. O agradecimento é aos companheiros que comigo lutaram e me sustentaram dentro e fora do governo e, de forma especial, às Forças Armadas, cuja conduta exemplar, em todos os instantes, proclamo nesta oportunidade. O apelo é no sentido da ordem, do congraçamento, do respeito e da estima de cada um dos meus patrícios, para todos e de todos para cada um. (SILVA, 2012, p. 113).

Em livro publicado por Quadros Neto (1996, p. 43), o Ex-Presidente Jânio Quadros narra os motivos que o levaram à renúncia: “Quando assumi a presidência, eu não sabia da verdadeira situação político-econômica do País. A minha renúncia era para ter sido uma articulação: nunca imaginei que ela seria de fato aceita e executada”. E, ainda explica:

Renunciei no dia do soldado porque quis sensibilizar os militares e conseguir o apoio das Forças Armadas. Era para ter criado um certo clima político. Imaginei que, em primeiro lugar o povo iria às ruas, seguido pelos militares. Os dois me chamariam de volta. (QUADROS NETO, 1996, p. 43).

Por fim, compreende que o ato político foi o gancho para os acontecimentos de 1964 "Ao renunciar, pedi um voto de confiança à minha permanência no poder. Isso é feito frequentemente pelos primeiros-ministros na Inglaterra. Fui reprovado. O País pagou um preço muito alto. Deu tudo errado". (QUADROS NETO, 1996, p. 43).

A partir da renúncia, o cargo de Presidência da República deveria ser ocupado por João Goulart (Jango), o então Vice-Presidente do Brasil, que estava na China a mando de Jânio Quadros, porém, Jango não tinha o apoio das bases militares e nem das

O cenário político no Brasil no triênio 196-1963 foi marcado pelas manifestações sindicais⁷, que contabiliza em torno de 430 paralisações no período. Este período foi marcado ainda “pelo crescimento do índice inflacionário e, portanto, pelo aprofundamento das desigualdades sociais”, complementa Silva (2012, p. 124). De acordo com Toldo:

O período de Goulart foi ideologicamente muito significativo, pois nele se processaram intensos debates – com as orientações teóricas mais diversas

⁷ TOLEDO, Caio Navarro de. 1964: o golpe contra as reformas e a democracia. **Rev. Bras. Hist.**, São Paulo, v. 24, n. 47, p. 13-28, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882004000100002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 16 set. 2016.

(monetaristas, estruturalistas, nacional-desenvolvimentistas) – sobre os rumos e as direções que deveriam orientar a economia e o Estado brasileiro.⁸

Jango perdera o apoio da base militar e da população. Para Silva (2015, p. 22-23) foram as ações para organizar manifestações como as “Marchas da Família com Deus pela Liberdade” que fortaleceram o discurso anticomunista junto a imprensa. Codato e Oliveira⁹ complementam que a Marcha serviu para convocar a população a se voltar contra Goulart, pois durante o ato foram distribuídos os ‘Manifestos ao povo do Brasil:

Precisamente, as Marchas da Família com Deus pela Liberdade foram atos públicos organizados por setores católicos da classe média urbana — e impulsionados por políticos conservadores (a Ação Democrática Parlamentar, em primeiro lugar), pela elite empresarial (reunida no IPES) e pelos movimentos femininos que reuniram milhares de pessoas.¹⁰

João Goulart foi deposto com a força militar e apoio a população. Assumiu interinamente o Presidente da Câmara Ranieri Mazzilli para cumprir o que dizia a Constituição Federal, porém, o poder de fato foi exercido pelo autoproclamado Comando Supremo da Revolução, formado pelo Exército, Marinha e Aeronáutica, representado pelo General do Exército Arthur da Costa e Silva, Tenente Brigadeiro Francisco de Assis Correia de Mello e Vice-Almirante Augusto Hamann Rademaker Grunewald (NETO, 2004, p. 17), assume o comando do País e assina o Ato Institucional 1. O documento que legitimaria o golpe de 1964, no Brasil.

É indispensável fixar o conceito do movimento civil e militar que acaba de abrir ao Brasil uma nova perspectiva sobre seu futuro. O que houve e continuará a haver neste momento, não só no espírito e no comportamento das classes armadas, como na opinião pública nacional é uma autêntica revolução.¹¹

Os sistemas Executivo, Legislativo e Judiciário sofreram severas modificações devido o aparato de repressão que se fortificou. E com isso, em outubro de 1965, o

⁸ Ibidem.

⁹ CODATO, Adriano Nervo; OLIVEIRA, Marcus Roberto de. A marcha, o terço e o livro: catolicismo conservador e ação política na conjuntura do golpe de 1964. **Rev. Bras. Hist.**, São Paulo, v. 24, n. 47, p. 271-302, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882004000100011&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 16 out. 2016

¹⁰ Ibidem.

¹¹ BRASIL. **Ato Institucional nº 1**, de 09 de abril de 1964. Senado Federal. Subsecretaria de Informações. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/AIT/ait-01-64.htm>. Acesso em: 20 set. 2016.

governo militar assinou o segundo Ato Institucional - AI-2. O ato dissolveria todos os partidos políticos e criaria apenas dois, os partidos ARENA (Aliança Renovadora Nacional) do lado governista e o MDB (Movimento Brasil Democrático) para oposição, porém, sem contestar o regime. Junto com as alterações partidárias, as eleições para presidente se tornam indiretas e aos civis cresce a abrangência da Justiça Militar.

Durantes os anos de 1969 a 1973, sob o comando do Presidente Médici¹²: o País teve um crescimento econômico e altos investimentos na infraestrutura. Este período, conhecido como Milagre Econômico, foi responsável também pelo aumento da dívida externa. “O milagre brasileiro e os Anos de Chumbo foram simultâneos. Ambos reais, coexistiam negando-se. Passados mais de trinta anos, continuam negando-se. Quem acha que houve um, não acredita (ou não gosta de admitir) que houve outro. ”. (GASPARI, 2002, p. 8).

Nos anos da ditadura civil-militar, os profissionais de comunicação tiveram um papel de destaque, da legitimação do golpe à resistência, estes profissionais exerceram a importante função de encontrar formas para continuar comunicando para a população mesmo com a censura. Silva (2015, p. 32) defende que o golpe de 1964 foi midiático-civil-militar, pois afirma que sem a imprensa e seu trabalho, não haveria legitimidade para a destituição do Presidente João Goulart.

A imprensa brasileira cumpriu rigorosamente esse papel na preparação para a legitimação do golpe de 1964 e complementa explicando que a imprensa usou de seu prestígio para sugerir à parte da população que as reformas de base de João Goulart eram “anti modernas, retrógradas, inexecutáveis, demagógicas, populistas e, suprema chantagem da época, comunistas”. (SILVA, 2015, p. 32).

Baseado no artigo de Dantas¹³ é possível organizar a forma como os jornais da época se posicionaram e afirma “As grandes empresas jornalísticas cumpriam, assim, o papel que consideravam legítimo em defesa de seu capital. A mídia tornava-se poderoso instrumento ideológico na preparação e, mais tarde, no respaldo ao regime militar”. Para o autor os jornais Estado de S. Paulo, O Globo e Tribuna de Imprensa não só disseram

¹² Emílio Garrastazu Médici – 30 de outubro de 1969 a 15 de março de 1974.

¹³ DANTAS, Audálio. A mídia e o golpe militar. **Estud. av.**, São Paulo, v. 28, n. 80, p. 59-74, Apr. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142014000100007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 30 set. 2016.

sim ao golpe como também ajudaram na conspiração para a queda de Jango. O Correio do Amanhã, jornal conhecido por textos liberais, ficou famoso devido dois editoriais publicados em 31 de março de 1964 e 1º de abril de 1964, o 'Basta' e 'Fora' que clamavam pela queda do então Presidente da República. E sobre o jornal que disse não o autor Dantas diz: "Pode-se afirmar, sem temor de erro, que um único jornal, Última Hora, não aderiu ao golpe"¹⁴.

Apesar de tudo, o jornal Correio do Amanhã, conhecido pelo total apoio a queda de Jânio, assume a postura de comunicar tudo que acontecia no governo e passou a criticar as medidas mais duras impostas pelos militares, tarefa que antes era do Correio do Amanhã. O Correio teve dificuldade de manter sua circulação devido a queda publicitária de anúncios em seu jornal, porém mantinha a postura de comunicar e cobrir eventos como a caminhada dos cem mil.¹⁵

O período de repressão foi marcado também pela divergência de legislação na área da comunicação. No artigo 153, § 8º da Constituição de 1967 dizia:

É livre a manifestação de pensamento, de convicção política ou filosófica e a prestação de informação sem sujeição à censura, salvo quanto a espetáculos de diversões públicas, respondendo cada um, nos termos da lei, pelos abusos que cometer. É assegurado o direito de resposta. A publicação de livros, jornais e periódicos independe de licença da autoridade. Não será, porém, tolerada a propaganda de guerra, de subversão da ordem ou de preconceitos de raça ou de classe.¹⁶

A constituição de 1967 começou a vigorar em 15 de março de 1967, porém em fevereiro do mesmo ano foi assinada a Lei da Imprensa contendo várias previsões específicas sobre a censura.

A censura não foi uniforme durante os 21 anos de ditadura-civil-militar, que houve momentos onde ela foi mais branda e outros onde houve mais intensidade e

¹⁴ DANTAS, Audálio. A mídia e o golpe militar. **Estud. av.**, São Paulo, v. 28, n. 80, p. 59-74, Apr. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142014000100007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 30 set. 2016..

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1967**, de 24 de janeiro de 1967. **Presidência da República**. Subchefia para assuntos jurídicos. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/Constituicao/Constituicao67.htm>. Acesso em: 12 set. 2016.

complementa explicando que a aceleração da restrição foi durante os anos de chumbo, pós AI-5¹⁷.

Dillon Soares¹⁸ organiza a história legal da censura da seguinte forma: em fevereiro de 1967 o Presidente em exercício Castello Branco assinou a Lei nº 5.250, conhecida como Lei da Imprensa, que trouxe limitações à atividade da comunicação e à liberdade da informação. Nela proibia acusações às altas patentes do poder público, noticiar no exterior e restringia a liberdade de expressão e pensamento como diz no:

Art. 12. Aqueles que, através dos meios de informação e divulgação, praticarem abusos no exercício da liberdade de manifestação do pensamento e informação ficarão sujeitos às penas desta Lei e responderão pelos prejuízos que causarem.¹⁹

O autor ainda segue na cronologia com a Constituição de 1967, que assegurava a liberdade de imprensa, esta que fora vetada pela Lei da Imprensa e seguido pelo AI-5, que legitimou a ditadura no país e levou os oficiais do governo a invadirem diversas redações de jornais que haviam protestado contra a medida e em 29 de setembro 1969 entrou em vigor o Decreto-Lei 898, Lei da Segurança Nacional - LSN.

A referida lei estabeleceu penas mais duras para propaganda de guerra. E em janeiro de 1970, o presidente Garrastazu Médici estabelece a censura prévia através do Decreto Lei 1.077 de 26 de janeiro.

A forma de enquadrar a comunicação no período ditatorial ganhou organização com a Lei de Segurança Nacional, de acordo com Silva (2012, p. 189) que separa em três níveis os preceitos: “o da ofensa moral, o da incitação a crimes e o da ação subversiva”. De acordo com o autor a ofensa moral se dá em relação ao grupo político que regia o País, ou seja, no âmbito das autoridades e no que concerne à questão moral as possibilidades são abrangentes, pois a Lei regulamenta ofensa em todas as instâncias e situações.

¹⁷ SOARES, Gláucio Ary Dillon. A censura durante o regime autoritário. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 4, n. 10, p. 21-43, 1989. Disponível em: <http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_10/rbcs10_02.htm>. Acesso em: 25 out. 2016.

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ BRASIL. Lei nº 5.250, de 09 de fevereiro de 1967. **Presidência da República**. Subchefia para assuntos jurídicos. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5250.htm>. Acesso em 22 set. 2016.

Para incitação ao crime o autor explica que a intenção é de criar uma forma de controle burocrática para a manutenção do modelo autoritário e um controle sobre as classes sociais. E onde os veículos de comunicação e propaganda são mais citados é na ação subversiva, onde o sistema expressa sua intenção de punir desmedidamente reuniões públicas, manifestações e atividades em torno dos veículos de comunicação, ou seja, qualquer movimento que visasse propagandear preceitos contrários ao do governo ditador eram passíveis de punições penais.

Depois do golpe, as tênues ligações entre a militância artístico-cultural e as classes populares foram cortadas. Também não tardaria para que as perseguições comessem a chegar às universidades, a começar pela Universidade de Brasília, projeto-piloto de um novo tipo de ensino universitário no país. (NAPOLITANO, 2014, p. 27)

Para o controle do que era publicado no período foram criados dois instrumentos, a prática voluntária da autocensura que era escolhida por desconhecimento da extensão do regime militar ou pelo desejo de se manter no meio político e dialogando com o governo. O outro instrumento, a censura prévia, foi exercida pelos censores que eram enviados às redações e aplicavam a censura de forma pontual e sem regras.²⁰ (BARBOSA, 2014, p. 14).

As proibições de divulgar entraram em grande escala no cenário jornalístico em 1970. A sua forma variou, desde mensagens escritas em papel timbrado, assinadas por autoridade competente, até telefonemas e bilhetinhos informais, às vezes rasurados, escritos à mão, sem assinatura. Em algumas ocasiões, um bilhetinho continha várias proibições.²¹

A criatividade foi a principal ferramenta usada por jornalistas e outros profissionais da área para chamar a atenção da população para a censura que vinha cercado os meios de comunicação. Receitas gastronômicas, previsão do tempo, poesia e até mesmo espaços vazios eram colocados nos lugares onde outrora havia uma notícia censurada (GASPARI, 2002, p. 8.). Os espaços vazios significavam a censura, mas isso também foi proibido, complementa ORLANDI (1995, p. 192).

²⁰ BARBOSA, Marialva Carlos. Imprensa e Golpe de 1964: entre o silêncio e as lembranças de fatias do passado. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 7-20, maio 2014. ISSN 1984-6924. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n1p7>>. Acesso em: 17 out. 2016.

²¹ Ibidem.

Os leitores, habituados a seus jornais, sabiam atribuir (ou antes “devolver”) outros sentidos a esses textos por sua localização: página, lugar, dimensão, natureza da “receita”, etc. O gesto de ler adquiriu um sentido histórico muito particular nesse momento. Mas resta notar neste caso que a repetição, o hábito, é que possibilita trabalhar o deslocamento. (ORLANDI, 1995, p. 192)

O período de ditadura não foi marcado somente por retrocessos para o período da comunicação e censura. A televisão finalmente alcança o título de maior veículo de comunicação em massa no País ao alcançar os mais de 70 milhões de espectadores na primeira década, a Rede Globo se torna uma das principais redes de TV do mundo ao se destacar na teledramaturgia, é criado o Código Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária – CONAR, e ainda redação e arte buscam novos conceitos de propaganda para tornar o que era vanguarda em norma (CARRASCOZA, 1999, p. 110-111).

No final dos anos 60 e início dos 70, o regime militar passa a utilizar as novas conquistas técnicas e conceituais da propaganda para veicular campanhas que marcaram com ferro em brasa a memória de toda uma geração com *slogans* imperativos como “Brasil, ame-o ou deixe-o”, “Pra frente, Brasil”, “Nunca fomos tão felizes”. (CARRASCOZA, 1999, p. 111)

Apesar do período conturbado durante os mais de 20 anos de ditadura civil-militar o jornalismo e a comunicação se mantiveram atuantes, resistiram a censura e continuam sendo objeto de estudo até hoje.

CARTAZ PUBLICITÁRIO

O cartaz é considerado uma mídia impressa, que sintetiza informações importantes em um pequeno *layout* e é veiculado em locais públicos. Para Fonseca (1990, p.17), o cartaz é um “impresso de grande formato, para afixação em ambientes amplos ou ao ar livre, que traz anúncio comercial ou de eventos culturais, sociais ou políticos”. O autor ainda define o cartaz como um meio versátil, devido sua fácil produção e veiculação. Hollis (2010, p. 5) complementa que o cartaz “pertence à categoria da apresentação e da promoção, na qual a imagem e palavra precisam ser econômicas e estar vinculadas a um significado único” e ainda explica que o design gráfico deste meio de comunicação eram reflexo do estilo artístico da época e inseriam um novo estilo de imagens, mais econômicas e simplificadas.

Para Rabaça e Barbosa (2001, p. 110), na concepção visual, o cartaz é uma “mensagem publicitária de grandes dimensões, em formatos variáveis, impressa em papel, de um só lado e geralmente em cores”. Ainda em concepção visual Cesar (2000, p. 51-52) afirma “pela razão de o cartaz não ser a vitrine ideal para o Diretor de Arte, muitos não gostam ou não levam a criação do cartaz tão a sério quanto deveriam” e defende que o cartaz é uma peça essencial para a comunicação visual como qualquer outra.

Apesar dos autores não defenderem o cartaz como uma obra de arte ou uma peça de grande expressão na área do design gráfico, a sua veiculação ganhou força justamente por causa das cores e desenhos que chamavam a atenção e cumpriam o papel de comunicar para as grandes massas.

O cartaz atende diversas situações, de propaganda à arte, e pode ser dividido em seis principais funções: a primeira ligada diretamente à uma semântica geral, ou linguística, ligado a semiótica com uma relação direta de criação de signos. A segunda função é a de propaganda e publicidade, onde cabe um estudo de praça para que exerça uma função puramente econômica de vender e divulgar com mais eficiência que seus concorrentes. A terceira função, a de educação, vincula ao conhecimento cultural e informação dos problemas sociais. A quarta função, a da ambiência, relacionada diretamente ao ambiente urbano. A quinta função é a de estética, onde os criadores de cartazes, artistas, esquematizam o processo de criação. E a última função, a criadora, anuncia os elementos de uma política cultural, pois examina a relação entre o criador do cartaz e os valores da sociedade global (MOLES, 1974, p. 56-57).

Para entender a evolução do cartaz é necessário fazer um resgate histórico:

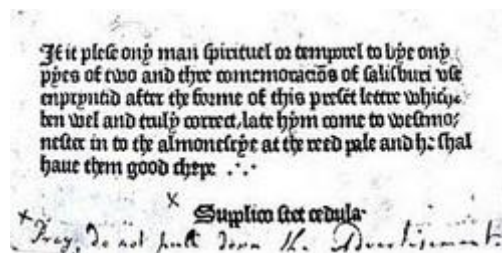
Embora haja registros sobre o uso de cartazes desde a antiga Mesopotâmia, esse recurso de comunicação consagrou-se principalmente a partir do século 19 (sic), com o desenvolvimento das artes gráficas. Exemplos expressivos desse período são os cartazes criados por Toulouse-Lautrec, Bonnard e Chéret, reconhecidos hoje como legítimas peças de arte. (RABAÇA & BARBOSA, 2001, p. 111).

O primeiro cartaz (Figura 1) conhecido surgiu no renascimento em 1454, de Saint-Flour, feito em manuscrito e sem grafismo, de acordo com Cesar (2000, p. 52.), e serviu

como porta de entrada para que novos artistas usassem a técnica para juntar arte e comunicação para vender produtos.

Os primeiros exemplares de comunicações públicas de que se tem relato eram formulados por escribas e tinham a pedra ou as placas de argila como suporte (mineral), onde eram esculpidas as mensagens dos governantes. Com o aparecimento do pergaminho (suporte animal) e do papiro (suporte vegetal) efetiva-se a portabilidade desses suportes.²²

Figura 1: Cartaz de Saint-Flour, 1554



Fonte: A HISTÓRIA do Cartaz. **Origens**.²³

Para fazer a ligação entre o meio artístico e a produção industrial, Jules Chéret, nascido na França, um litógrafo, filho de pais artesãos, viajou para a França para estudar técnicas recentes de impressão e pintura, narra Hollis (2010, p. 5) e desenvolveu a técnica de impressão colorida. Em 1880, os artistas, inclusive Chéret, desenhavam a livre punhos os seus desenhos sobre as pedras, com giz ou tinta e pintava quando queriam cores uniformes ou borrifavam a tinta para criar texturas irregulares.

Figura 2: Folies Bergère

²² ABREU, K. C. K. ; Cartaz publicitário: um resgate histórico. **8º Encontro Nacional de História da Mídia-Rede Alcar**, v. 1, p. 1-16, 2011. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Cartaz%20publicitario%20um%20resgate%20historico.pdf/view>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

²³ A HISTÓRIA do cartaz. **Origens**. Disponível em: <<http://historiadocartaz.weebly.com/origens.html>>. Acesso em: 03 out. 2016.

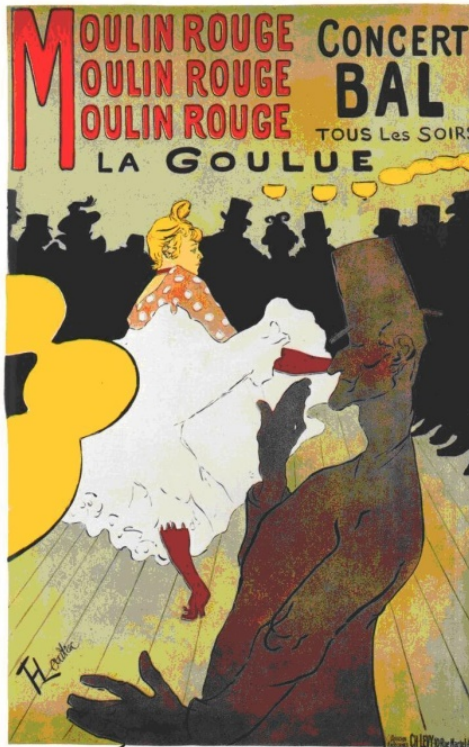


Fonte: DONALD, Pitternger. **Cherettes** – Postered, Painted and Pasted.²⁴

Ainda em Paris, inspirado em Chéret, com o intuito de retratar a vida noturna o pintor Henri Toulouse-Lautrec agrega à arte a sofisticação, para divulgar os espetáculos dos cabarés parisienses. Com a técnica de impressão aprimorada com as pedras litográficas, Lautrec populariza a mídia como arte publicitária.

²⁴ DONALD, Pitternger. **Cherettes**: Postered, Painted and Pasted. Disponível em: <http://www.2blowhards.com/archives/2009/06/cherettes_poste.html>. Acesso em: 03 out. 2016.

Figura 3: Moulin Rouge – Concert Bal



Fonte: PISAURO, Valéria. **Pintura Pós-Impressionista** – Toulouse-Lautrec²⁵

Não demorou para que a técnica de confecção dos cartazes se aprimorasse e que a litografia, a arte de reproduzir pela impressão desenhos feitos com um corpo gorduroso em pedra calcária, se tornasse um importante processo para o avanço do design gráfico. Os artistas tornam-se responsáveis por todos os elementos gráficos no cartaz, incluindo a tipografia. (HOLLIS, 2010, p. 5)

Os artistas de pôster desse período demonstram a liberdade estética e ousadia criativa que se seguem ao primeiro contato com uma inovação técnica na área da produção e reprodução gráficas. Quando os artistas, em vez de utilizar caracteres tipográficos, desenhavam eles mesmos as letras dos textos, e quando se responsabilizavam por cada elemento do no design que deveria ser reproduzido pela máquina, estavam praticando aquilo que mais ficou conhecido como design gráfico. (HOLLIS, 2010, p. 11)

²⁵ PISAURO, Valéria. **Pintura Pós-Impressionista**: Toulouse-Lautrec. Disponível em: <<http://valiteratura.blogspot.com.br/2011/02/pintura-pos-impresionista-toulouse.html>>. Acesso em: 03 out. 2016.

Os cartazes se tornaram potentes formas de comunicação e uma importante forma de contar a história de uma civilização, com alta visibilidade e fácil circulação, pois diferente de outras mídias o cartaz precisa apenas de locais públicos para cumprir a sua função (BURTENSCHAW, MAHON E BARFOOT, 2010 p. 14). Essa mídia ganha força, como meio de comunicação social, com o propósito de atingir um número maior de pessoas em menos tempo. “Dessa forma, a linguagem do cartaz surge com grande força, atrelando-se direta e massivamente à sociedade, por causa da sua característica de comunicar protestos e de expôr críticas de artistas da época.”²⁶

O cartaz se firma num contexto social de importante relevância, e passa a desempenhar um importante papel, a tomada das paredes de uma cidade pela escrita. Na década de 1930 que a cidade moderna passa a ser invadida pela escrita nos espaços públicos, através de cartazes, que passam a compor parte do cenário urbano (BENJAMIN, 1987, p. 45). CRISTELLI (2010, p. 3) complementa os autores afirmando que “O cartaz pode ser visto como a primeira manifestação de mídia em espaço público, e que fala para o todo da sociedade de forma a valorizar o individual, tornando-o parte deste todo”²⁷.

Depois de desempenhar o papel de comunicar grandes espetáculos na França e de se tornar um marco na comunicação em massa, foi a vez das guerras mundiais se apropriarem do cartaz como um meio de conversar com a comunidade. Com diagramas e ilustrações como signos para informar e identificar postos unidade militares o design visual ganha outra forma na Primeira Guerra Mundial, a forma de recrutar. O exército britânico com seu cartaz “Os britânicos precisam de você” de Alfred Leete veiculado em 1914 e o exército americano com o “Quero você no exército dos Estados Unidos” de

²⁶ FABRES, Paola. Arte e Comunicação: O cartaz e a abordagem social das vanguardas europeias no início do séc. XX. **Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade**, v. 5, 2014. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/17520173-Arte-e-comunicacao-o-cartaz-e-a-abordagem-social-das-vanguardas-europeias-no-inicio-do-sec-xx.html>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

²⁷ CRISTELLI, Paulo. Britain Need's you at once! Quando o Estado precisa de seus cidadãos. **Revista Cordis: Revista Eletrônica de História Social da Cidade**. Jun. 2010. Disponível em: <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjVt9GusLDQAhXlgZAKHTpECJkQFgggtMAc&url=http%3A%2F%2Frevistas.pucsp.br%2Findex.php%2Fcordis%2Farticle%2Fdownload%2F9563%2F7112&usq=AFQjCNG0Udpc_qAfhQqRDaiSISswcXEGdA&sig2=8qYyc1KM0mZVfUf0bv5NvQ&bvm=bv.139250283,d.Y2I>. Acesso em: 27 set. 2016.

James Montgomery, veiculado em 1917 traziam as figuras de Kitchener e do Tio Sam para apelar junto dos discursos ufanistas, utilizados na época. (HOLLIS, 2010, p. 28)

Foram distribuídas mais de quatro milhões de cópias do cartaz do Tio Sam entre 1917 e 1918. No cartaz, o Uncle Sam é representado como um homem velho, de cor branca, cabelo branco, vestido com as cores representativas da bandeira dos Estados Unidos – vermelho, azul e branco – e com um chapéu azul com estrelas brancas, também símbolo da bandeira. Ele está sério assinalando da ponta do dedo o leitor com a frase “I want you for the U.S. Army”.²⁸

Figura 4: Cartaz Americano II Guerra



Fonte: HOMO Luddens. **Cartaz Americano II Guerra**²⁹

Os cartazes de guerra transformaram a propaganda política na Itália, Alemanha e Rússia passaram a usar caricaturas de monstros para representar seus inimigos, textos mais diretos para aproximar a população do País e a fotografia em preto e branco pode

²⁸ AZEVEDO, Aline Fernandes de; PONSONI, Samuel; RUBIO, Virgínia. “**I Want You**”: acontecimento, memória e ideologia. Disponível em: <<http://pitagoras.unicamp.br/~teleduc/cursos/diretorio/tmp/849/portfolio/item/127/trabalho%20final%20Aline%20Samuel%20Virginia.docx>>. Acesso em: 30 out. 2016.

²⁹ HOMO Luddens. **Cartaz Americano II Guerra**. Disponível em: <<https://homoluddens.wordpress.com/category/poster/>>. Acesso em: 02 nov. 2016.

ser reproduzida facilmente o que fez os designer da Europa usarem mais a tipografia tradicional e abusar da fotografia. (HOLLIS, 2010, p. 33).

Em Maio de 1968, os estudantes franceses ocupam o Instituto de Belas Artes e após as assembleias gerais o grupo se autodenomina Atelier Populaire³⁰. O feito do Atelier marca a evolução do design gráfico nas manifestações estudantis, as produções deixam de ter autoria particular e passam a representar uma autoria coletiva, a produção é precária e em grande escala na impressão em forma de serigrafia, devido a semiclandestinidade das oficinas onde eram impressos, “o sonho de uma sociedade igualitária manifestava-se, portanto, nas próprias condições de produção do design”. (MELO, 2008, p. 32).

Figura 5: Non a la Bureaucratie



Fonte: ARTEFACT. **Paris 1968: Art & Revolution**³¹

No Brasil, os cartazes políticos ganharam força com a Era Getúlio Vargas durante o período da Revolução Constitucionalista, liderado pelo estado de São Paulo.

³⁰ ESQUERDA.net. **A arte nas ruas**. 02 de maio 2008. Disponível em: <<http://www.esquerda.net/dossier/arte-nas-ruas/17833>>. Acesso em: 02 nov. 2016.

³¹ ARTEFACT. **Paris 1968: Art & Revolution**. Disponível em: <<https://www.artefactmagazine.com/2015/05/22/paris-1968-art-revolution/>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

Reivindicavam a saída das forças federais para dar espaço para suas assembleias de estado e voltar a ter a representatividade política e econômica, outrora perdida na Crise de 1929. Os cartazes não fugiram do padrão estabelecido pela Europa, com texto apelativos e imagens que trazem a obrigação ufanista, um exemplo é o cartaz do Soldado, veiculado em São Paulo que convoca os paulistas a colocarem a mão na consciência e se mobilizarem, criado pelo departamento da propaganda do M.M.D.C.³².

Figura 6: Você tem um dever a cumprir



Fonte: TUDO por São Paulo 1932. **Propaganda:** Cartazes da Revolução de 32.³³

Em 1964 no Brasil, o Design Gráfico passaria pela maior provação em desenvolvimento de cartazes durante os próximos 21 anos. Após o golpe militar em

³² Acrônimo de Martins, Miragaia, Dráusio e Camargo, estudantes assassinados pelas forças federais em 23 de maio de 1932.

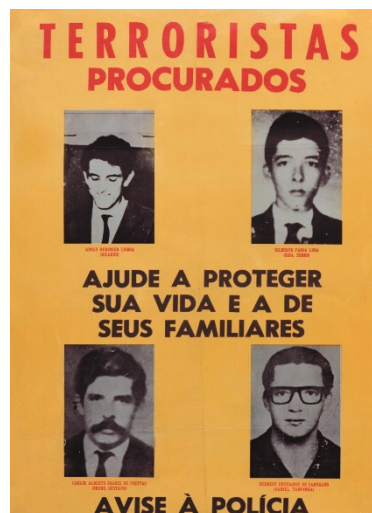
³³ TUDO por São Paulo 1932. **Propaganda:** Cartazes da Revolução de 32. Disponível em: <<http://tudoporsaopaulo1932.blogspot.com.br/2010/08/propaganda-cartazes-da-revolucao-de-32.html>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

março de 1964, as Forças Armadas iriam procurar formas de convencer a população da legitimidade do seu governo e a oposição iria buscar apoio na clandestinidade e nos países vizinhos para mostrar o que acontecia nos porões da ditadura. Centenas de cartazes foram veiculados pelo governo e oposição e estes servirão para contar a história daquela época e auxiliar a entender quais foram os discursos utilizados para levar informação para a população mesmo com a censura.

ANÁLISE DE PEÇAS

Para identificar como foi disseminada a ideologia do governo militar durante o período da ditadura civil-militar no Brasil através de cartazes foram escolhidas três peças gráficas como amostragem desta pesquisa.

PEÇA 1 – Cartaz Terroristas Procurados - 1970



Fonte: Acervo Addi de Freitas Vanucci³⁴

Na primeira peça é possível ler na chamada em vermelho a palavra “terroristas” utilizada. Para Dicionário Aurélio³⁵ o terrorista é alguém que dissemina boatos que

³⁴ GLORIA, Rafael. **Nonada Jornalismo e Travessia**. Para nunca se esquecer. 11 nov.2012. Disponível em: <<http://www.nonada.com.br/2012/11/para-nunca-se-esquecer/>>. Acesso em 20 set. 2016.

³⁵ DICIONÁRIO DO AURÉLIO. Disponível em: <<https://dicionariodoaurelio.com/terrorista>>. Acesso em 18 nov. 2016.

profetiza catástrofes e é partidária do terrorismo. A palavra terrorista era utilizada em cartazes de procurados no período da ditadura para causar na população a sensação de que os procurados eram pessoas que tinham o interesse de perturbar a ordem nacional. Ainda na figura, o governo faz um apelo à população, para que ajudem a proteger a vida dos seus familiares e avise a polícia caso veja algum dos identificados nas fotos. Assim, dessa forma, o governo se aliava à população, na busca de salvar o País daqueles que poderiam manchar a ordem nacional. A população por sua vez, sentia-se útil quando era convidada a participar das buscas.

PEÇA 2 – Cartaz Ame o Brasil - 1969



Fonte: HERNANDEZ, 2012.³⁶

O cartaz com a frase que depois se tornaria o principal slogan da ditadura teve sua inspiração no "America, love it or leave it" dos Estados Unidos durante o governo de Richard Nixon. Com o intuito de construir o sentimento de patriotismo, o governo militar

³⁶ HERNANDEZ, Oswaldo. **Memórias Oswaldo Hernandez**. Ditadura Militar: Propaganda, terrorismo e manifestações sociais. 27 out. 2012. Disponível em: <<http://memoriasoswaldohernandez.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 15 set. 2016.

se apropriou da propaganda ufanista, exaltando o que tem de melhor no País. O discurso do “ame-o ou deixe-o” foi criado para justificar os exilados, para que a população visse que aqueles que se refugiavam no exterior não tinham amor à sua bandeira e Pátria. Aqueles que eram contra a ditadura civil-militar não amavam o Brasil e por isso acabavam causando a desordem no País e isso atrapalhava o crescimento, isso que os cartazes ufanistas queriam passar.

PEÇA 3 – Não vamos nos dispersar - 1984



Fonte: SACHETTA, 2012, p. 113.

Um pouco antes do fim completo da ditadura, Tancredo Neves apelaria novamente para a população, para que a população continuasse a construir um País progressista, que não se abalasse pelos acontecimentos dos últimos anos. Com o intuito de dar um basta nos anos negros que se seguiram no Brasil, Tancredo apostou nas cores do País, da bandeira nacional, para resgatar o patriotismo antes deixado de lado pela população.

5 CONCLUSÃO

A forma de comunicar sofre alterações através dos séculos. Com a mídia cartaz evoluindo, ganhando força, foi possível ampliar a forma de se comunicar com a população, na França os grandes espetáculos foram os precursores desta arte, se apropriaram do cartaz para alcançar o grande público e massificar a divulgação dos *cabaret*. Um dos fatores que levou o cartaz se intensificar como mídia foi com a necessidade do alistamento durante as Guerras Mundiais. Os exércitos precisavam atingir o maior número de cidadãos em um curto período de tempo, com isso, utilizaram cartazes icônicos até hoje.

A ditadura civil-militar não foi apenas mais um período onde a democracia no Brasil foi ignorada, porém, foi um período onde a comunicação foi tolhida em sua essência. A censura foi um mecanismo bastante explorado e com isso foi necessário se reinventar em matéria de comunicação. Já o exército, com ajuda dos jornais, legitimou o golpe com o apoio da população, mas precisava manter esse apoio até o fim, para que o sistema continuasse funcionando.

Com o intuito de repetir o feito na Segunda Guerra Mundial, o governo utilizou o cartazes para disseminar um discurso ufanista, para aproximar a população do movimento que limparia o Brasil do comunismo e manipular as informações sobre os procurados e sobre o que acontecia nos porões da ditadura.

Após a análise dos cartazes, com apoio da construção teórica dos autores, podemos concluir que o uso dos cartazes durando o período da ditadura no Brasil foi com o intuito de criar empatia com a população, para buscar seu apoio ao golpe e ao que se sucederia ao longo dos 21 anos. Foi utilizado também para a construção de um sentimento de patriotismo, de amor pelo Brasil que impunha que amar o Brasil era necessariamente apoiar e confiar no governo militar. E por fim, podemos concluir que a linguagem utilizada pela comunicação do governo era cuidadosamente construída para desacreditar a oposição e convencer a sociedade que aqueles que lutavam pela democracia eram terroristas que visavam o mal do País.

REFERÊNCIAS

A HISTORIA do cartaz. **Origens.** Disponível em: <<http://historiadocartaz.weebly.com/origens.html>>. Acesso em: 03 out. 2016.

ABREU, K. C. K. ; Cartaz publicitário: um resgate histórico. **8º Encontro Nacional de História da Mídia-Rede Alcar** , v. 1, p. 1-16, 2011. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Cartaz%20publicitario%20um%20resgate%20historico.pdf/view>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

ANDRADE, Auro Moura. **Um Congresso contra o arbítrio: Diários e memória. Rio de Janeiro.** Nova Fronteira, 1985.

ARTEFACT. **Paris 1968: Art & Revolution.** Disponível em: <<https://www.artefactmagazine.com/2015/05/22/paris-1968-art-revolution/>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

AZEVEDO, Aline Fernandes de; PONSONI, Samuel; RUBIO, Virgínia. **“I Want You”:** acontecimento, memória e ideologia. Disponível em: <<http://pitagoras.unicamp.br/~teleduc/cursos/diretorio/tmp/849/portfolio/item/127/trabalho%20final%20Aline%20Samuel%20Virginia.docx>>. Acesso em: 30 out. 2016.

BARBOSA, Marialva Carlos. Imprensa e Golpe de 1964: entre o silêncio e as lembranças de fatias do passado. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 7-20, maio 2014. ISSN 1984-6924. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n1p7>>. Acesso em: 17 out. 2016.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo.** Lisboa, Portugal: Edições 70, 2009.

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2009

BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas.** v. 1. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BRASIL. **Ato Institucional nº 1**, de 09 de abril de 1964. Senado Federal. Subsecretaria de Informações. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/AIT/ait-01-64.htm>. Acesso em: 20 set. 2016.

BRASIL. **Ato Institucional nº 5**, de 13 de dezembro de 1968. Senado Federal. Subsecretaria de Informações. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/AIT/ait-05-68.htm>. Acesso em 18 set. 2016.

BRASIL. **Atos institucionais.** Senado Federal. Disponível em: <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-historica/atos-institucionais>>. Acesso em: 20 de set. 2016.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1967**, de 24 de janeiro de 1967. **Presidência da República.** Subchefia para assuntos jurídicos. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/Constituicao/Constituicao67.htm>. Acesso em: 12 set. 2016.

BRASIL. Lei nº 5.250, de 09 de fevereiro de 1967. **Presidência da República.** Subchefia para assuntos jurídicos. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5250.htm>. Acesso em 22 set. 2016.

BRASIL. Secretária Especial dos Direitos Humanos – Comissão Especial sobre Mortos e Desaparecidos Políticos. **Direito à verdade e à memória:** Comissão de Mortos e Desaparecidos Políticos. Brasília: Secretária dos Direitos Humanos, 2007. p. 21.

BURTENSHAW, Ken; MAHON, Nik; BARFOOT, Caroline. Tradução: Francisco Araújo da Costa. **Fundamentos de publicidade criativa.** Porto Alegre: Bookman, 2010.

CARRASCOZA, João A. **A evolução do texto publicitário:** a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. São Paulo: Futura, 1999.

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda.** São Paulo: Futura, 2000.

CODATO, Adriano Nervo; OLIVEIRA, Marcus Roberto de. A marcha, o terço e o livro: catolicismo conservador e ação política na conjuntura do golpe de 1964. **Rev. Bras. Hist.**, São Paulo, v. 24, n. 47, p. 271-302, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882004000100011&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 16 out. 2016

CRISTELLI, Paulo. Britain Need's you at once! Quando o Estado precisa de seus cidadãos. **Revista Cordis: Revista Eletrônica de História Social da Cidade.** Jun. 2010. Disponível em: <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjVt9GusLDQAhXlgZAKHTpECJkQFgggtMAc&url=http%3A%2F%2Frevistas.pucsp.br%2Findex.php%2Fcordis%2Farticle%2Fdownload%2F9563%2F7112&usq=AFQjCNG0Udpc_qAfhQqRDaiSISswcXEGdA&sig2=8qYyc1KM0mZVfUf0bv5NvQ&bvm=bv.139250283,d.Y2I>. Acesso em: 27 set. 2016.

DANTAS, Audálio. A mídia e o golpe militar. **Estud. av.**, São Paulo, v. 28, n. 80, p. 59-74, Apr. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142014000100007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 30 set. 2016.

DONALD, Pitternger. **Cherettes**: Postered, Painted and Pasted. Disponível em: <http://www.2blowhards.com/archives/2009/06/cherettes_poste.html>. Acesso em: 03 out. 2016.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

ESQUERDA.net. **A arte nas ruas**. 02 de maio 2008. Disponível em: <<http://www.esquerda.net/dossier/arte-nas-ruas/17833>>. Acesso em: 02 nov. 2016.

FABRES, Paola. Arte e Comunicação: O cartaz e a abordagem social das vanguardas europeias no início do séc. XX. **Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade**, v. 5, 2014. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/17520173-Arte-e-comunicacao-o-cartaz-e-a-abordagem-social-das-vanguardas-europeias-no-inicio-do-sec-xx.html>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

FONSECA, Joaquim da. **Comunicação Visual**: glossário. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1990.

GASPARI, Elio. **A Ditadura Escancarada**. São Paulo: Cia. da Letras, 2002

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1989.

HERNANDEZ, Oswaldo. **Memórias Oswaldo Hernandez**. Ditadura Militar: Propaganda, terrorismo e manifestações sociais. 27 out. 2012. Disponível em: <<http://memoriasoswaldohernandez.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 15 set. 2016.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico**: uma história concisa. Coleção Mundo da Arte. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

HOMO Luddens. **Cartaz Americano II Guerra**. Disponível em: <<https://homoluddens.wordpress.com/category/poster/>>. Acesso em: 02 nov. 2016.

LAKATOS, E. Maria; MARCONI, M. de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica: Técnicas de pesquisa**. 7 ed. – São Paulo: Atlas, 2010

LARANGEIRA, Álvaro Nunes. **A mídia e o regime militar**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

MELO, Chico de Homem (org.). **O design gráfico brasileiro: anos 60**. 2 ed. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MOLES, Abraham. **O cartaz**. Trad.: Miriam Garcia Mendes. São Paulo: Editora Perspectiva, 1974.

NAPOLITANO, Marcos. **1964**: História do Regime Militar Brasileiro. São Paulo: Contexto, 2014.

NETO, Lira. **Castello**: A marcha para a ditadura. São Paulo: Contexto, 2004.

GLORIA, Rafael. **Nonada Jornalismo e Travessia**. Para nunca se esquecer. 11 nov.2012. Disponível em: <<http://www.nonada.com.br/2012/11/para-nunca-se-esquecer/>>. Acesso em 20 set. 2016.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer Pesquisa Qualitativa**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

ORIGENS do golpe. São Paulo: Instituto Vladimir Herzog. Disponível em: <<http://memoriasdaditadura.org.br/origens-do-golpe/>>. Acesso em: 12 set. 2016.

ORLANDI, Eni. **As formas do silêncio**. Campinas: Unicamp, 1995.

PISAURO, Valéria. **Pintura Pós-Impressionista**: Toulouse-Lautrec. Disponível em: <<http://valiteratura.blogspot.com.br/2011/02/pintura-pos-impresionista-toulouse.html>>. Acesso em: 03 out. 2016.

QUADROS NETO, Jânio; GUALAZZI, Eduardo Lobo Botelho. **Jânio Quadros**: memorial à história do Brasil. Ed. Rideel, 1996.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação**. 2 ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

REIS, Daniel Aarão. **Ditadura e democracia no Brasil: do golpe de 1964 à Constituição de 1988**. Rio de Janeiro: Zahar, 2014

SACHETTA, Vladimir (org.). **Os cartazes desta história**: memória gráfica da resistência à ditadura e da redemocratização (1964-1985). São Paulo: Instituto Vladimir Herzog e Escrituras Editora, 2012.

SILVA, Juremir Machado da. **1964**: Golpe midiático-civil-militar. 6 ed. Porto Alegre: Sulina, 2015.

SILVA, Maurício Ferreira. **Comunicação e Autoritarismo no Brasil**: a política de comunicação no regime militar. Bahia: UFRB, 2012.

SOARES, Gláucio Ary Dillon. A censura durante o regime autoritário. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 4, n. 10, p. 21-43, 1989. Disponível em:

<http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_10/rbcs10_02.htm>. Acesso em: 25 out. 2016.

TOLEDO, Caio Navarro de. 1964: o golpe contra as reformas e a democracia. **Rev. Bras. Hist.**, São Paulo, v. 24, n. 47, p. 13-28, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882004000100002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 16 set. 2016.

TUDO por São Paulo 1932. **Propaganda:** Cartazes da Revolução de 32. Disponível em: <<http://tudoporsaopaulo1932.blogspot.com.br/2010/08/propaganda-cartazes-da-revolucao-de-32.html>>. Acesso em: 15 nov. 2016.