



# RUAS VAZIAS, MUROS CHEIOS - CARTAZES DE PROTESTO EM CURITIBA-PR DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

## EMPTY STREETS, CROWDED WALLS—PROTEST POSTERS IN CURITIBA-PR DURING DE COVID-19 PANDEMIC

Kando Fukushima<sup>1</sup>

 <https://orcid.org/0000-0002-5682-0628>

Recebido em: 13 de dezembro de 2021.

Primeira revisão: 03 de março de 2022.

Revisão final: 05 de maio de 2022.

Aprovado em: 25 de maio de 2022.

 <https://doi.org/10.46401/ardh.2022.v14.14787>

**RESUMO:** O presente artigo apresenta e discute dois conjuntos de cartazes fotografados durante a pandemia de COVID-19, cuja temática principal está relacionada com a saúde pública: a vacinação e o auxílio emergencial do governo federal durante a pandemia. Os exemplos foram registrados na cidade de Curitiba-PR, durante o mês de junho de 2021, e representam uma pequena parcela de trabalhos que exploram temas importantes, ligados a questões políticas, sociais e econômicas, através de uma perspectiva contestatória. As análises consideram o viés da memória gráfica, os aspectos visuais e textuais dos cartazes, discutidos através da contextualização dos temas abordados.

**ABSTRACT:** This article presents and discusses two sets of posters photographed during the COVID-19 pandemic, in which the main theme is related to public health: vaccination and the emergency aid of the federal government during the pandemic. The examples were registered in the city of Curitiba-PR, in June 2021, and represent a small portion of works that explore important themes, linked to political and economic issues, through a critical perspective. The analytical approach considers the bias of 'graphic memory', the visual and textual aspects of the posters, discussed through the contextualization of the respective themes.

**Palavras-chave:** Cartazes de protesto; COVID-19; Espaço urbano

**Keywords:** Protest posters; COVID-19; Urban space

---

1 Professor 3º grau - Adjunto da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Pesquisador do Grupo de Pesquisa Design e Cultura (UTFPR). Possui graduação em Design Gráfico pela Universidade Federal do Paraná (2002), especialização em História da Arte pela EMBAP (2005) e doutorado em Tecnologia e Sociedade pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (2019). Tem experiência na área de Desenho Industrial, com ênfase em Programação Visual, atuando principalmente nos seguintes temas: Design e Cultura e Design Gráfico.

## Introdução

Desde o início da pandemia, decretada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em 11 de março de 2020, o Brasil confrontava “recomendações contraditórias das autoridades em cada nível de governo” (WERNECK; CARVALHO, 2020, p.3) e as dificuldades de monitoramento da evolução do contágio. As fases de contenção e mitigação<sup>2</sup> foram bastante comprometidas por conta desta constatação e as medidas de supressão, que envolvem o isolamento social mais rígido, foram constantemente questionadas.

O isolamento social que poderia atenuar a escala da tragédia sanitária durante os meses de maior disseminação do vírus da COVID-19 (Sars-CoV-2) foi sempre limitado. Com a rede de seguridade social fragilizada, milhões de trabalhadores e trabalhadoras continuaram a circular nas cidades, mesmo com a redução drástica da atividade econômica.

A relação entre as pandemias e as questões sociais, econômicas e culturais são identificadas pela própria OMS. Em “Diminuindo diferenças: a prática das políticas sobre determinantes sociais da saúde: documento de discussão”, de 2011, algumas das questões conjunturais são apontadas:

A abordagem dos determinantes sociais reflete o fato de que as iniquidades em saúde não podem ser combatidas sem que as iniquidades sociais também o sejam. Para que a economia permaneça forte e a estabilidade social e a segurança global sejam mantidas, é essencial que ações coordenadas em prol da saúde sejam implementadas (OMS, 2011, p.8).

Diante deste contexto, a produção de cartazes da seleção a seguir foi registrada durante esse período e constituiu a paisagem urbana, evidenciando as tensões sociais, as perspectivas críticas e de contestação, somando-se às diversas modalidades de comunicação visual que fazem parte de nosso cotidiano e são expostos nas ruas, da publicidade e da propaganda de estado.

Sobre o aspecto da disputa pelo nosso olhar nas cidades, Susan Sontag (2010), em seu texto sobre cartazes (pôster<sup>3</sup>) cubanos, escreve:

---

2 Segundo Werneck e Carvalho (2018), de forma simplificada, a resposta à pandemia pode ser dividida em quatro fases: contenção, mitigação, supressão e recuperação. Contenção, quando o intuito é localizar potenciais focos de transmissão, antes dos primeiros registros de casos em um país, e mitigação, relacionado com períodos onde ainda os níveis de transmissão da doença ainda são menores. Considera-se que o período do registro dos cartazes foi durante as estratégias de supressão, quando as medidas das fases anteriores não foram suficientes.

3 Embora alguns autores, como Moles (2004, p.234) façam uma distinção entre pôster e cartaz, sendo o primeiro mais próximo de um artefato gráfico com uso decorativo, no presente artigo será considerada a interpretação mais recorrente do termo pôster como um anglicismo do termo cartaz.

Os pôsteres são agressivos porque aparecem no contexto de outros pôsteres. O comunicado público é uma declaração independente, mas a forma do pôster depende do fato de que existem inúmeros pôsteres – concorrendo (e algumas vezes se reforçando) mutuamente. Assim, os pôsteres pressupõem o conceito moderno de espaço público – como um teatro do convencimento. (SONTAG, 2010, p. 210-211)

No “teatro de convencimento” a separação entre palco e plateia está em constante tensão. É possível andarmos nas ruas e não percebermos essa riqueza de trabalhos, diante da grande quantidade de informações visuais a que somos expostos.

Na paisagem urbana, sem os algoritmos criados por grandes empresas de comunicação que filtram e direcionam, de acordo com as nossas preferências, as mensagens que se destacam nos meios digitais, alguns desses cartazes deixam indícios de uma negociação bastante ativa, com sobreposições, intervenções e rastros das tentativas de retirar os cartazes de seus suportes.

Discutindo o conceito de “governança algorítmica”, ligado ao uso de redes sociais digitais, Júlio César Lemes de Castro (2018) afirma:

A peculiaridade da governança algorítmica é derivar seu poder normativo diretamente dos que se submetem a ela, visto que os interesses e atividades destes voltam a si na qualidade de padrões a serem seguidos. Até quando os usuários se distanciam desses padrões, tal movimento é recuperado e reincorporado, dando origem a versões corrigidas e readaptadas dos padrões. Cada um é, por conseguinte, enclausurado pelo movimento que encarna, sendo difícil escapar a um roteiro extraído de seus próprios passos (CASTRO, 2018, p.185).

É possível argumentar que muitas das mensagens que recebemos através de redes sociais digitais possuem essa limitação que, além dos algoritmos, é reforçada pelas indicações de amigos, colegas e grupos. Consolida ideias similares, encobre possibilidades.

Nas ruas, a paisagem gráfica dos grandes centros urbanos é limitada por regulamentações e leis municipais<sup>4</sup>. Normalmente estes espaços são dominados por uma enorme quantidade de peças publicitárias<sup>5</sup> e propagandas de Estado. Suas margens, no entanto, são ocupadas pelas pichações, grafites e cartazes do tipo “lambe-lambe”. Nestes casos, não são só os suportes que podem ser diferentes: mudam os temas e os atores sociais envolvidos.

---

4 Em Curitiba podemos citar a Lei nº 8.471 de 13 de Junho de 1994, que dispõe sobre a publicidade ao ar livre, regulamentada pelos Decretos nº 739/2003 e nº 1033/2007.

5 Durante a pandemia foi possível observar que a utilização dos espaços reservados para a comunicação comercial foi bastante reduzida, diante da diminuição da atividade econômica e circulação de pessoas nas ruas. A mídia exterior, ou OOH (Out of Home), teve uma diminuição dos investimentos de aproximadamente 33% em 2020 em comparação com 2019, de acordo com os relatório da CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), que reúne diversas entidades da área de publicidade. De fato, muitos dos espaços comercializados para a publicidade durante o período foram utilizados para campanhas de utilidade pública, como o incentivo ao uso de máscaras. Se por um lado essas campanhas são importantes, ressalta-se que ela também teve a função de movimentar economicamente as empresas que administram esses espaços.

## Circunstâncias dos registros fotográficos

As fotos que compõem este artigo foram tiradas em junho de 2021, durante breves momentos de deslocamentos realizados pelo autor para o registro fotográfico. Normalmente, essas ocasiões coincidiam com alguma outra demanda inadiável do cotidiano.

No Brasil, no final do mês de junho daquele ano, as vítimas fatais da doença já somavam 518.488 pessoas e apenas 12,45% da população estava com as duas doses iniciais do esquema vacinal previsto para aquele período<sup>6</sup>. Esta situação era muito diferente de países como o Chile, que já tinha alcançado 56,16% da população vacinada com as duas doses (OUR WORLD IN DATA, 2022).

A localização dos registros foi realizada no centro de Curitiba-PR com uma distância aproximada de apenas um quilômetro entre os cartazes. Apesar dessa restrição, argumenta-se que é uma região de grande circulação, próxima de bancos, teatros, universidades, praças, sendo a principal área comercial da capital paranaense. É em uma das praças dessa região, a praça Santos Andrade, que grande parte das passeatas e mobilizações de protesto são realizadas, como local de concentração. Todos os exemplos registram cartazes pequenos, ou cartazetes, no tamanho A4 (210 x 297 mm), formato muito comum e que são adequados para impressões domésticas ou em copiadoras comuns.

Os cartazes tornaram-se suportes com menos visibilidade principalmente para as pessoas que puderam se manter isoladas. Contraditoriamente, diante das ruas comparativamente pouco movimentadas, se considerarmos o momento anterior à pandemia, os cartazes chamavam a atenção dos que precisavam sair da proteção das casas. Mesmo durante a crise sanitária, pode-se afirmar que este tipo de mobilização social não foi interrompida.

A produção gráfica aqui registrada não é assinada por agências de publicidade ou algum escritório de design, não promove nenhum produto, nem ação do governo ou empresa. Nem é considerada de utilidade pública, um tipo de comunicação que foi bastante comum durante o período. Os cartazes analisados servem como denúncias, clamam por mobilização política, registram e expõem questões importantes de nosso cotidiano. Para este artigo, foram escolhidos dois conjuntos de cartazes com relação bastante direta com a própria temática da pandemia. Em todos os exemplos, no entanto, tratam de visões críticas sobre políticas públicas e instigam o engajamento político.

## Memória gráfica

O registro fotográfico colabora para que essa produção gráfica não seja deixada de lado na constituição de uma história da produção em Design. Apesar dos exemplos desta pesquisa serem muito recentes, pode-se pensar no conceito de memória gráfica, como

---

<sup>6</sup> A única vacina contra a COVID-19 que exigia apenas uma dose no esquema vacinal inicial era a Janssen-Cilag, que só começou a ser aplicada no Brasil a partir do final de junho de 2021.

apresentada na introdução do livro “Dez ensaios sobre memória gráfica” organizado por Priscila Farias e Marcos Braga (2018).

Embora o recorte temporal da presente pesquisa seja diferente dos textos apresentados na obra citada, é possível destacar algumas características do conceito de memória gráfica como aproximações metodológicas dentro do escopo de discussões de nosso tema: o desafio aos limites do que é considerado design gráfico dentro do cânone modernista; o estudo de artefatos onde muitas vezes não se conhece a autoria; o destaque aos impressos efêmeros; a centralidade da função comunicacional; a discussão da inserção social e cultural dos artefatos; a proximidade com os estudos da área de Cultura Visual, Cultura Material e História do Design Gráfico. Esta aproximação conceitual com a Cultura Visual e Cultura Material facilitou a ampliação da abrangência do que se considera “Design”, e particularmente o “Design Gráfico”.

A maioria dos artefatos escolhidos como tema para esses estudos são itens populares, comerciais ou vernaculares, produzidos por pessoas anônimas (...). Artefatos como esses foram sistematicamente negligenciados pela vertente eurocêntrica e modernista da história do design, inaugurada na América Latina a partir da importação dos modelos de ensino das escolas de Ulm e Bauhaus na década de 1960 (FARIAS, BRAGA, 2018, p.25).

Para discutirmos o viés considerado mais tradicional, destaco a crítica de Ruth E. Iskin (2014), sobre a historiografia dos cartazes do final do século XIX, considerado o período de origem do “cartaz moderno”. Para a autora, tal historiografia privilegia os artistas individuais e estilos artísticos como decorrência de uma tradição conservadora da História da Arte. Essa aproximação pode explicar a ênfase nas questões plásticas (formais) nas análises em detrimento de suas funções comunicacionais, que envolvam seus públicos e os usos diversos desses artefatos, sobretudo os espaços específicos em que são dispostos nos ambientes urbanos. Ela argumenta que é muito questionável a ideia de que os cartazes daquele período, utilizando exemplos de cidades como Paris e Londres, tornaram as ruas e seus muros em “museus de rua”, galerias ou de salões de arte, com belíssimas obras ornamentando o espaço público. Ela destaca um processo de mercantilização do espaço público, com trabalhos focados no comércio, ocupados por anunciantes que pudessem pagar a municipalidade ou os donos dos prédios.

Argumenta-se aqui que, apesar do deslocamento temporal e geográfico, as condições atuais de uso desses espaços públicos em Curitiba, ou nas áreas urbanas de maneira geral, possui diversas semelhanças com esse processo de mercantilização e que os cartazes de protesto são assim duplamente críticos, tanto pelos conteúdos e temas, quanto pela reivindicação desses espaços destinados para usos institucionais e comerciais.

Dentro do campo das discussões da relação entre história e imagem, cito Ana Maria Mauad (2016), que em seu artigo sintetiza abordagens de vários autores dos estudos desse campo, destacando as discussões sobre a fotografia e os estudos sobre cultura visual. Embora não seja o foco do presente artigo, Mauad apresenta algumas questões importantes

para a análise proposta.

Uma história feita com imagens fotográficas, em que se problematiza a fotografia tanto como fonte – suporte de informações e representações do passado – quanto objeto de estudo – as condições de produção, circulação, consumo, apropriação, recepção, arquivamento e agenciamento da fotografia. Concebida como artefato da cultura material e visual, esse material possui uma trajetória (MAUAD, 2016, p.45).

Sobre os cartazes de protesto, mesmo autores tradicionais da área de Design admitem a sua importância, abrangência e diversidade. Richard Hollis (2001), autor do livro “Design Gráfico: uma história concisa”, na introdução do livro, propõe que sua obra vai utilizar “o exemplo dos designers que mais evidentemente contribuíram para o desenvolvimento do design gráfico ou que são os profissionais mais representativos de sua época” (HOLLIS, 2001, p.4). Porém, no capítulo que trata sobre o tipo de cartaz discutido neste artigo, que o autor chama de poster político, escreve: “Sua produção não dependia da indústria gráfica nem de designers profissionais. O indivíduo podia agora criar a mensagem e controlar seus meios de produção (HOLLIS, 2001, p.200)”. Nesta frase encontramos uma síntese de ideias que expõe a limitação e contradições de abordagens canônicas que fundamentam a discussão do design estritamente relacionada com a produção industrial e o design vinculado exclusivamente aos profissionais com formação específica na área ou grandes escolas/vertentes pré-estabelecidas.

Apesar do uso do termo “canônica”, ressalta-se que é apenas uma maneira de identificar um conceito que reconheça a existência de abordagens, temas e conceitos que são hegemônicos na historiografia do Design. André Villas-Boas afirma que “canônico e não canônico são classificações visceralmente instáveis, contextualizadas e radicalmente datadas” (VILLAS-BOAS, 2002, p.100).

Com esse recorte, podemos então considerar os exemplos a seguir como algo que constitui uma produção do design reconhecida como categoria cartazes políticos ou de protesto (HOLLIS, 2004; BARNICOAT, 1972; MOLES, 2004; MEGGS, PURVIS, 2009), ao mesmo tempo em que é necessário fazer alguma articulação com o que é considerado exterior a uma narrativa canônica, por não atender a determinados critérios. Ao fugir de exemplos consagrados, seja pelos aspectos produtivos, que envolveriam profissionais especializados ou o uso de processos industriais, seja pela temática desvinculada de algum uso comercial, que normalmente chamamos de tema político ou propaganda. Essa vinculação mais evidente com seu propósito político também desafia a possibilidade de interpretar a produção em design com alguma suposta neutralidade conceitual ou técnica.



## Vacinação

Em um dos momentos mais críticos da pandemia da COVID-19, a mobilização social foi fundamental para que a tragédia nacional não fosse ainda mais severa. Com a sequência quase ininterrupta de falas e ações contraditórias no discurso oficial, o início do período de vacinação sofreu com atrasos, mensagens negacionistas e incertezas quanto à vacinação.

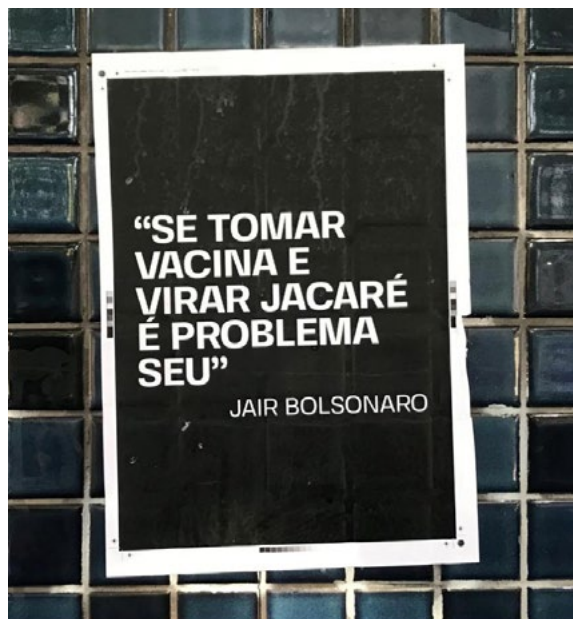
Além disso, é possível constatar que movimentos contra as vacinas que estavam sendo desenvolvidas eram perceptíveis, evidenciando um debate social amplo. Sobre a resistência ao uso das vacinas, Marcia Thereza Couto Carolina, Luisa Alves Barbieri e Camila Carvalho de Souza Amorim Matos (2021) discutem as implicações sociais, argumentando que é necessário considerar a negação do bem comum como possível lógica societária, com profundas implicações políticas. Sobre as vacinas e seus benefícios no conjunto da sociedade, elas argumentam:

A garantia dos seus resultados benéficos, porém, não equivale a uma incondicional postura afirmativa de engajamento por parte de indivíduos e grupos sociais – essas medidas preventivas, apenas aparentemente simples (do ponto de vista individual), se tornam extremamente complexas, sendo difícil alcançar consenso e desejabilidade social (COUTO, BARBIERI e CARVALHO, 2021, p. 6).

Algumas das falas do presidente do país, serviram de base para os cartazes registrados na Rua XV de Novembro, nas proximidades de um dos principais pontos turísticos de Curitiba conhecido como “calçadão”. Foram referenciados discursos específicos, com as frases “Se tomar vacina e virar jacaré é problema seu”, de uma fala de dezembro de 2020, e “Vai comprar vacina na casa da sua mãe”, de março de 2021.

Nesta sequência fotografada no dia 14 de junho de 2021, as duas frases sintetizam o discurso sobre a responsabilidade do executivo federal diante da compra de vacinas para a imunização da população nacional. Cada frase é colocada em um cartaz, com o devido crédito da autoria da fala. O terceiro cartaz dessa série traz uma síntese da linha de argumentação desse conjunto. Dos cartazes em si não há nenhuma indicação de autoria, nem a assinatura de um coletivo ou instituição.

Na figura 1, a frase “Se tomar vacina e virar jacaré é problema seu”, com o nome do autor da frase logo abaixo.

**Figura 1 – Cartaz “Se tomar vacina e virar jacaré é problema seu”**

FONTE: Foto do autor, 2021.

Ainda que os testes tenham sido feitos em um período mais curto do que normalmente são submetidas as novas vacinas ou medicamentos e diante do flagelo causado pelo coronavírus no país e no mundo, as falas depreciativas do presidente que desestimulavam o processo de imunização soavam revoltantes, ao menos para uma parcela da população. O presidente também alegava que uma cláusula contratual era proibitiva para a aquisição dessas vacinas, mesmo que diversas agências reguladoras no mundo já tivessem analisado e aprovado o seu uso, inclusive os Estados Unidos da América. Na ocasião desta fala em um evento em Porto Seguro - BA, no dia 17 de dezembro de 2020, eram quase 200 mil o número de mortes oficiais decorrentes do vírus no Brasil. Posteriormente, com a realização da chamada CPI da Pandemia ou CPI da COVID no Senado Federal, surgiram alguns indícios de que havia um interesse econômico muito forte para desacreditar algumas vacinas em detrimento de outras, mas sem uma comprovação definitiva.

O layout do cartaz é bem simples, privilegiando uma solução tipográfica direta, com as letras em caixa (maiúsculas) em toda a composição. A tipografia sem serifa em branco sobre um fundo na cor preta é emoldurada por marcações de impressão (registro, linhas de corte e régua de cores) sugerindo o uso de um programa próprio para o desenvolvimento de peças gráficas. Estas notações técnicas de produção gráfica provavelmente não tenham sido originalmente pensadas para continuar na composição, uma vez que direcionam um refile (corte) posterior, na fase de acabamento da página que não foi realizada. Sua permanência, no entanto, serve como um elemento que destaca visualmente o cartaz da parede de pastilhas escuras na qual foi colocado. A manutenção dessas marcações sugere que a impressão foi caseira e não atrapalha o resultado do ponto de vista comunicacional da mensagem principal. Se o cartaz tivesse sido impresso em uma gráfica provavelmente esta moldura teria sido retirada.



A frase em si é colocada em um tamanho maior e em negrito, ocupando quase todo o centro da composição. As aspas reforçam o fato do texto ser uma citação. Não existe nenhuma interpretação sugerida no material, simplesmente reproduz um trecho de uma fala. Ao observador cabe o papel de interpretar a fala, que beira ao *nonsense*, ao absurdo. Trata-se, no entanto, de um assunto extremamente importante, de vida ou morte e destaca um momento fundamental de nossa história recente.

A ideia da frase sugere um argumento para não terem sido realizadas as compras de uma vacina, já naquele momento amplamente reconhecida, da empresa Pfizer. Na ocasião, afirmou ainda que não tomaria a vacina.

Na figura 2, com a mesma temática, lemos “Vai comprar vacina na casa da sua mãe”. Além das aspas, as linhas e curvas no entorno da frase sugerem um balão de fala, como os que são utilizados em histórias em quadrinhos. A indicação textual da autoria da frase é substituída neste exemplo por um retrato.

**Figura 2 – Cartaz “Vai comprar vacina na casa da sua mãe”**



FONTE: Foto do autor, 2021.

A frase é a adaptação de uma fala amplamente divulgada na imprensa, onde diante da escassez de vacinas disponíveis para a imunização do país, houve a mobilização de alguns governadores de Estados para a compra de vacinas através de negociações alternativas. Além disso, era possível observar a pressão social para uma maior agilidade na aquisição do imunizante pelo governo federal. Diante deste contexto, o presidente diz às pessoas ao seu redor em Uberlândia-MG no dia 04 de março de 2021: “Tem idiota nas redes sociais, na imprensa, ‘vai comprar vacina’. Só se for na casa da tua mãe! Não tem para vender no mundo!”. Para o público no local, aparentemente, a justificativa era irrepreensível e a avaliação que ele fazia dos governadores de unidades federativas era vista como razoável.

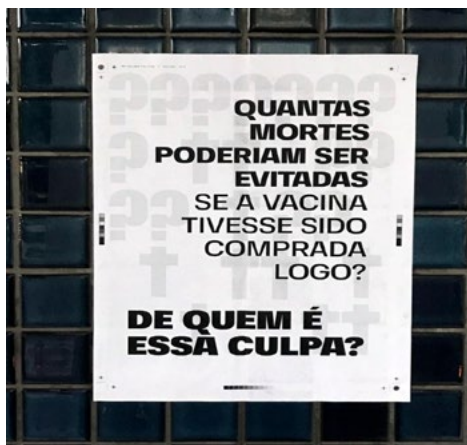
Vários elementos gráficos indicam o fato de ambos os cartazes fazerem parte de um mesmo conjunto, como o uso da tipografia e o fundo na cor preta. O uso do retrato, coloca-

do sobre uma tarja com uma imagem que parece ser de chamas infernais, induz de forma mais clara uma interpretação crítica para a frase. As sombras e a expressão do retratado apresentam um semblante diabólico, as sobrancelhas sobre os olhos parecem chifres, o sorriso remete a algo vil. A apropriação e a ressignificação de imagens são comuns nesses tipos de cartazes. O retrato foi apropriado sem créditos, provavelmente retirado de uma busca na internet. O retrato foi realizado originalmente pelo fotógrafo Diego Bresani para uma matéria jornalística da revista GQ, de 2014.

Ao citar frases de dezembro do ano anterior e de março do mesmo ano, em ambos os casos, os cartazes servem também para rememorar situações, acontecimentos recentes, que muitas vezes podem se perder no esquecimento diante da grande quantidade de informações a que temos acesso todos os dias.

Finalmente, o último cartaz desta série apresentada aqui não faz a citação direta de nenhuma frase conhecida (figura 3). O texto indaga o transeunte, provoca uma reflexão.

Figura 3 – Cartaz “Quantas mortes poderiam ser evitadas”



FONTE: Foto do autor, 2021.

Nele lemos: “Quantas mortes poderiam ser evitadas se a vacina tivesse sido comprada logo? de quem é essa culpa?” O uso da tipografia novamente reforça a unidade do conjunto em relação à sua linguagem visual. As sentenças recebem ênfases diferentes, de acordo com o peso das letras. As duas perguntas, além da diferenciação dos pesos e tamanhos, também são separadas por um espaço entre elas e os alinhamentos, sendo que a primeira possui alinhamento à direita e a segunda à esquerda, são recursos de composição para que os textos ganhem ritmos e ênfases diferenciados e ocupem melhor o espaço da página. Para a primeira pergunta, não existe uma resposta exata. Para a segunda, a observação do conjunto de cartazes sugere um responsável.

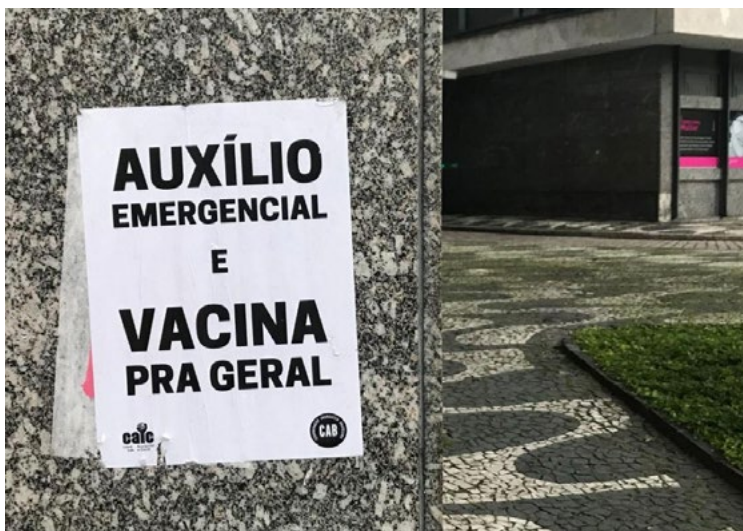
Ao fundo, observamos uma padronagem em cinza claro, de forma a não atrapalhar a legibilidade do texto. Os grafismos utilizam uma repetição do caractere “?” espelhado horizontalmente e na parte inferior aparecem cruces, representando as centenas de milhares de mortes. Diferentemente dos cartazes anteriores, o fundo não é na cor preta e sim branco,

destacando este modelo do conjunto. Assim, os cartazes de fundo escuro são aqueles que citam alguma fala e neste, com fundo branco, lemos a pergunta retórica.

## Vacinação e auxílio emergencial

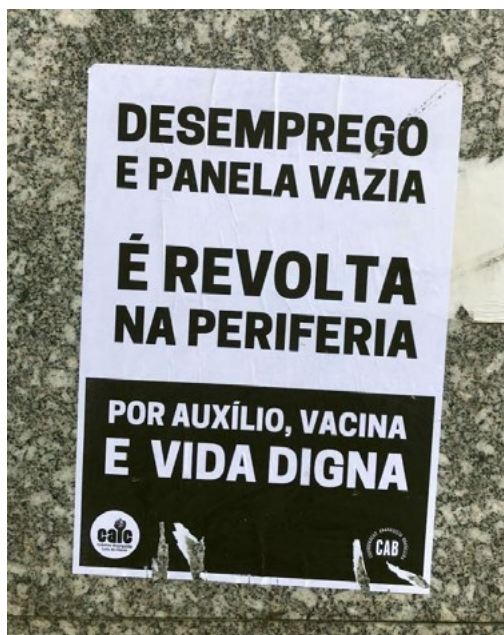
Os cartazes das figuras 4 e 5 foram colados no perímetro do Teatro Guaíra, o principal da cidade. Por ocupar uma quadra inteira, as referências às ruas onde foram colados são diferentes. Os registros aconteceram no dia 09 de junho de 2021.

**Figura 4 – Cartaz “Auxílio emergencial e vacina pra geral”**



FONTE: Foto do autor, 2021.

**Figura 5 – Cartaz “Desemprego e panela vazia é revolta na periferia”**



FONTE: Foto do autor, 2021.

A figura 5 trata do mesmo assunto, porém acrescenta em sua mensagem textual algumas frases que contextualizam melhor a demanda social. Está escrito “desemprego e panela vazia é revolta na periferia” e na base, “por auxílio, vacina e vida digna”.

Neste caso, fica clara uma relação direta entre as condições materiais da população mais vulnerável economicamente, com alusão ao desemprego e à fome. A sentença posterior, de forma rimada, destaca uma situação de tensão social localizada geograficamente na periferia. Embora não exista uma indicação mais objetiva sobre essas questões, o transeunte pode aqui estabelecer uma relação direta entre as políticas públicas e o cotidiano.

A frase que indica a reivindicação mais direta (vacina e auxílio) é complementada por um conceito mais generalizado, o conceito de vida digna. Esta parte é destacada com uma tarja preta e letras em branco. Neste mesmo espaço, encontramos novamente as marcas do CALC e CAB, vinculando claramente este cartaz com o que foi apresentado na figura 4. Nesta parte de baixo também podemos verificar algumas tentativas de arrancar o cartaz da parede.

## Considerações

Embora o recorte de imagens apresentado tenha sido limitado, apenas em uma parte restrita da cidade de Curitiba e durante um curto intervalo de tempo, foi possível observar uma variedade de temas e abordagens sobre questões sociais importantes que dá voz a um viés crítico e participativo durante o longo período de crise sanitária decorrente da COVID-19.

Ao citarmos os nomes das ruas e as datas exatas do registro dessas peças gráficas, podemos observar melhor seus contextos. É possível considerarmos aspectos que não seriam possíveis com as imagens isoladas dos cartazes, como é comum encontrarmos em livros de design. O problema decorrente dessa ausência de informações é mencionado em alguns autores e autoras, como em Iskin (2014), mas são situações dificilmente contornáveis posteriormente na pesquisa.

Outro viés a se destacar dos impressos analisados é o da *memória gráfica* que investiga temas que podem estar ausentes em abordagens muito restritivas das discussões do campo do Design. Uma dessas questões está ligada ao fato de que foram discutidos artefatos muito efêmeros, que ficam expostos por períodos incertos. Quando um cartaz de publicidade utiliza o espaço de um mobiliário urbano, por exemplo, esses tempos são mais precisos, a depender dos contratos. Normalmente são produzidos por escritórios de design ou agências de publicidade, que possuem procedimentos de arquivamento sistematizados. Nos exemplos do artigo essas questões são difíceis de investigar, sobretudo quando os materiais não possuem nenhum tipo de assinatura. E mesmo quando organizados de maneira mais ordenada, é difícil de recuperar os contextos de circulação mais específicos que ajudam a refletir sobre esse tipo de produção.

Os conjuntos apresentados representam maneiras distintas de assinar os trabalhos.

No primeiro conjunto não há qualquer menção de autoria, no segundo são indicados duas entidades ou grupos (CALC e CAB). Esse aspecto também indica possibilidades distintas de manifestação política e mobilização social. Quando assinados, apontam o caráter coletivo dessas manifestações e a articulação com pautas mais específicas. A ausência de assinatura, além de preservar o anonimato das pessoas envolvidas, possibilita a sensação de que a insatisfação é generalizada.

A circulação desses impressos expõe perspectivas que poderiam ser omitidas ou ativamente invisibilizadas se considerarmos apenas os suportes tradicionais de comunicação das ruas da cidade. Pretendeu-se apresentar uma pequena amostra da riqueza de produções de imagens e temas que inquietam a sociedade, constituindo o espaço social e a paisagem urbana. São cartazes que nos lembram o desejo por mudança, transformação, de diversos grupos sociais disputando a narrativa histórica.

## Referências

BARNICOAT, John. **Los carteles**. Su historia y lenguaje. Barcelona: Gustavo Gili, 1972.

BRAGA, Marcos da Costa; FARIAS, Priscila Lena. (orgs.). **Dez ensaios sobre memória gráfica**. São Paulo: Blucher, 2018.

BRASIL. **Lei n. 13.982, de 2 de abril de 2020**. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-13.982-de-2-de-abril-de-2020-250915958>>. Acesso em: 28 nov. 2021.

BRASIL. **Decreto nº 10.661, de 26 de março de 2021**. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-n-10.661-de-26-de-marco-de-2021-310836042>>. Acesso em: 28 nov. 2021.

BRASIL. **Decreto nº 10.740, de 5 de julho de 2021**. Disponível em: <<https://in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-n-10.740-de-5-de-julho-de-2021-330268082>>. Acesso em: 28 nov. 2021.

CAB. Disponível em: <<https://cabanarquista.org>>. Acesso em: 28 nov. 2021.

CALC. Disponível em: <<https://anarquismopr.org>>. Acesso em: 28 nov. 2021.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

CASTRO, Júlio César Lemes de. Redes sociais como modelo de governança algorítmica. **MATRIZES**, [S. l.], v. 12, n. 2, p. 165-191, 2018. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v12i2p165-191. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/140890>. Acesso em: 9 jun. 2022.

CENP. **Relatório 2019**. Disponível em: <<https://cenp.com.br/cenp-meios?id=14>>. Acesso em: 21 nov. 2021.



CENP. **Relatório 2020**. Disponível em: <<https://cenp.com.br/cenp-meios?id=18>>. Acesso em: 21 nov. 2021.

COUTO, Marcia Thereza; BARBIERI, Carolina Luisa Alves; MATOS, Camila Carvalho de Souza Amorim. Considerações sobre o impacto da covid-19 na relação indivíduo-sociedade: da hesitação vacinal ao clamor por uma vacina. **Saúde e Sociedade** [online]. 2021, v. 30, n. 1 [Acessado 10 Junho 2022] , e200450. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0104-12902021200450>>. Epub 19 Mar 2021. ISSN 1984-0470. <https://doi.org/10.1590/S0104-12902021200450>. Acesso em: 9 jun. 2022.

CURITIBA. Lei nº 8.471 de 13 de Junho de 1994. Dispõe sobre a publicidade ao ar livre. Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/pr/c/curitiba/lei-ordinaria/1994/847/8471/lei-ordinaria-n-8471-1994-dispoe-sobre-a-publicidade-ao-ar-livre>> Acesso em: 11 jun. 2022.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico**. Uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

ISKIN, Ruth E. **The poster**. Art, advertising, design, and collecting, 1860s-1900s. New Hampshire: University press of New England, 2014.

MAUAD, Ana Maria. Sobre as imagens na História, um balanço de conceitos e perspectivas. Revista Maracanan, [S.l.], v. 12, n. 14, p. 33 - 48, jan. 2016. ISSN 2359-0092. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/maracanan/article/view/20858>>. doi:<https://doi.org/10.12957/revmar.2016.20858>. Acesso em: 14 nov. 2021

McQUINSTON, Liz. **Graphic Agitation**. Social and political graphics since the sixties. London: Phaidon Press, 1993.

MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. **História do Design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MOLES, Abraham. O Cartaz. São Paulo: Perspectiva, 2004.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. OMS. **Diminuindo diferenças**: a prática das políticas sobre determinantes sociais da saúde: documento de discussão. Rio de Janeiro: OMS; 2011. Disponível em <<https://dssbr.ensp.fiocruz.br/wp-content/uploads/2020/10/Documento-Tecnico-da-Conferencia-vers%C3%A3o-final.pdf>> Acesso em 11 de junho de 2022.

OUR WORLD IN DATA. **Coronavirus**. Disponível em <<https://ourworldindata.org/coronavirus>> Acesso em 11 de junho de 2022.

SONTAG, Susan. Pôster: anúncio, arte, artefato político, mercadoria. In: BIERUT, Michael; HELFLAND, Jessica; HELLER, Steven; POYNOR, Rick. (orgs.). **Textos clássicos do design gráfico**. São Paulo: Martins Fontes, 2010. p. 210 -235.

VILLAS-BOAS, André. **Utopia e disciplina**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

VILLAS-BOAS, André. **Identidade e cultura**. Rio de Janeiro: 2AB, 2002.

WERNECK, Guilherme Loureiro; CARVALHO, Marília Sá. A pandemia de COVID-19 no Brasil: crônica de uma crise sanitária anunciada. **Cadernos de Saúde Pública**, ISSN 1678-4464, 36 nº.5, Rio de Janeiro, Maio 2020, <http://dx.doi.org/10.1590/0102-311X00068820>.