Orestes Quércia, o governador de São Paulo cuja alegada corrupção era de proporções sem precedentes" (SKIDMORE, 1998, p.300).

## REFERÊNCIAS


ÁVILA, Maria Betânia, et al. Um debate crítico a partir do feminismo: reestruturação produtiva, reprodução e gênero. São Paulo: CUT, 2002. BIVAR, Antônio. O que é punk?. São Paulo.2º ed. Brasiliense, 1998.

BORBA, Ângela; FARIA, Nalu; GODINHO, Tatau. Mulher e política: Gênero e feminismo no partido dos trabalhadores. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

BRANDÃO, Antonio Carlos, DUARTE, Milton Fernandes. Movimentos Culturais de

Juventude. São Paulo: Moderna, 1990. BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil: Promulgada em 05 de outubro de 1988. São Paulo: Fisco e Contribuinte, 1988.

CARMO, Paulo Sérgio. Culturas da Rebeldia: a juventude em questão. São Paulo: Senac, 2001.

COVRE, Maria de Lourdes Manzini. O que é Cidadania. São Paulo: Brasiliense, 1991.

FAUSTO, Boris. História do Brasil. 13. ed. São Paulo: Edusp, 2008. LOPES, Andrea

Maria Vizzotto Alcântara. A música independente e a Vanguarda Paulista.Anais III Fórum de Pesquisa Científica em Arte.2005. Disponível em: Acesso em: 07. abr. 2010.

MARCELLI, Daniel. Adolescência e Psicopatologia. Porto Alegre: Artmed, 2007.

33 NAPOLITANO, MARCOS. Cultura brasileira: Utopia e Massificação ( 1950-1980 ). São Paulo: Contexto, 2001.

NAPOLITANO, MARCOS. História e Música- história cultural da música popular. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

O UNIVERSO SUBURBANO E MUSICAL DOS GRUPOS PUNK. O Estado de São Paulo, São Paulo, 03 out. 1982. ORTIZ, Renato. Cultura Brasileira e Identidade Nacional. São Paulo: Brasiliense, 2006.

ORTIZ, Renato. A Moderna Tradição Brasileira: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 2001. PAULA, Lucília Augusta Lino de. Protagonismo Juvenil e Movimento Estudantil: Uma Estratégia de Distinção?. GT:

Sociologia da Educação.n.14. (2003a).

ROSA, Paulo Tadeu Rodrigues. Atos praticados pelas forças policiais civis e militares. Revista Jus Vigilantibus. Dez.2002.

SKIDMORE, Thomas. Brasil: de Castelo a Tancredo, 1964-1985. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994.

SKIDMORE, Thomas. Uma História do Brasil. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.


# ARTE E PROPAGANDA NO MUNDO CONTEMPORÂNEO


LAURA EUNICE RIBEIRO MAGALHÃES MOURÃO


## RESUMO


Na veiculação de propaganda, a arte tem sido o carro  forte, surge com apelo constante, através de inúmeras peças pu-

blicitárias, grafias como forma de artes plásticas, musicalidade, na industria cinematográfica ou no modo tradicional, na literatura, recriando e imitando elementos fundamental dos objetivos a serem alcançados. A história da arte aponta para tempos remotos, em que a propaganda através da arte sacra conquistava novos seguidores para a igreja católica romana e o cinema russo de Stalin, apropriado para fortalecer a revolução Russa e a ideologia socialista. Assim como todo aporte artístico foi usado como publicidade de seus interesses econômicos, religiosos e militares, também foi usado como forma de contestação nos tempos atuais. O grafite e a pichação demonstram tanto a ideologia por trás de sua linguagem, como o impacto causado na sociedade. Os conceitos do direcionamento da arte são o alicerce da propaganda, sem a qual qualquer outro tipo de linguagem não surtiria tanto efeito quanto ela, que a arte é uma forma de propaganda e esta, por sua vez, é uma forma de arte. Assim, essa pesquisa, procura não só estabelecer comunicação entre arte e propaganda, mas demonstrar riquezas de informações contidas ao longo da história da arte no mundo.  Palavavras-chave: Arte, propaganda, contestação e linguagem.

## 1 INTRODUÇÃO

O tema realizado nessa pesquisa foi tratado de maneira simples e ilustrativa facilitando o entendimento e a compreensão da arte que se comunica em suas diversas formas, que se expressa de maneira surpreendente e até mesmo impactante, chamando a atenção de uma sociedade cada vez mais polarizada entre os que podem mais e os que se submetem a viver uma vida subumana enfrentando conduções lotadas, perigos de assalto e seqüestros, perigo de estupro em trens lotados, da miséria social, de jovens sem futuro e esperança. O trabalho destaca a propaganda como artifício usado tanto na estratégia em se vender um produto, como em induzir o consumidor a comprar não o que ele necessita, mas o que o satisfaz. Trataremos da arte como contestação, revolta e indignação através de atos pichatórios, a resistência social.  O tema foca a arte na propaganda revelando que ao longo da história homens fizeram seu uso para benefícios próprios, de seus intentos sociais e militares. Veremos como Hitler foi ardiloso e ao mesmo tempo inteligente na manipulação de informações artísticas e cinematográficas visando, através da um alcance midiático extraordinário, regimentar um contingente de jovens que fizesse parte de seu exército na lutar contra seus inimigos imaginários, que não podiam ser mais seu somente, mas de todos.

Através dessa pesquisa veremos seus efeitos na sociedade enjaulada e enclausurada em seus medos e egoísmos, é a arte da pichação contestadora e desafiadora instigando a mudança de paradigma, buscando uma visão que se faça valer objetivos amplos, sociais, no mais nobre valor de uma gigantesca população que vive nas periferias buscando ter seu lugar ao sol, como direito inalienável constitucional, em detrimento a uma minoria que luta para deter o poder econômico e a riqueza só em suas mãos.

A arte, assim, apresentada neste trabalho, enaltece a forma simples, com materiais recicláveis fazendo valer não a beleza como seu fim, em alguns casos, mas a intencionalidade: a vida é bela verificando o quanto a arte e propaganda sempre se comunicaram desde tempos antigos

até os dias atuais, e que a propagando por excelência é uma arte embutida em suas entranhas. Por isso é importante refletir o uso da arte na comunicação social, levando informação clara e objetiva a todos para que se possa existir consciência crítica ressaltando sempre a importância da informação e cultura para uma população carente, ainda nos dias de hoje, buscando impactar a sociedade com novas formas de comunicação fazendo valer, através dessa linguagem de comunicação, uma sociedade mais reflexiva e justa.

É também de grande importância tratar deste tema exatamente pelo fato que a propaganda e a arte sempre foram contempladas como coisas bem distintas e independentes, quando na verdade não é bem assim. A arte, ao contrário como muitos pensam, deixou de ser uma linguagem de domínio apenas dos artistas profissionais, dos nobres e passou a fazer parte do cotidiano com a colaboração de pessoas simples numa sociedade carente de respostas aos seus anseios. Antes mesmo da revolução industrial, bem depois do período do renascimento, a arte já tinha a função de disseminar um pensamento de convencimento de uma idéia. Haja vista que até uma mercadoria precisava da arte para ser vendida, como nos dias atuais. Nos primórdios do século passado o retrato de família era pintado por famílias influentes. Ter retrato de sua família era status e poucos podiam fazê-lo.

Essa pesquisa nos revela o papel da arte além dos muros. Dessa arte nas ruas que comunica insatisfação com uma classe dominante, que embora não tenha voz as palavras perpetuam livremente divagando o que o pensamento consegue interpretar. Na opressão social, a arte tem o poder de unir os ideais e aliviar os corações.

Quer-se ressaltar nesse trabalho que a pichação, muito embora pareça uma forma velada de protesto e anarquia, tem seu lugar especial no contexto da contemporaneidade humana e saudável às relações.

Esse trabalho irá contribuir para gerar uma crítica saudável dentro do domínio da arte no mundo onde as pessoas não têm mais tempo e paciência para ler e ouvir longos textos, em que só a voz da arte pêra o poder de penetrar e sensibilizar as pessoas.

## 2 ARTE E ILUSÃO

Já respiravam Arte os povos primitivos expressando os registros de sua ações a anseios, como também uma finalidade puramente simples na prática de sua construção artística.

Entre esses primitivos, não havia diferença entre edificar e fazer imagens, no que se refere à utilidade. Suas cabanas existem para protegê-los da chuva, do sol e do vento, e para os espíritos que geram tais eventos; as imagens são feitas para protegê-los contra outros poderes que, para eles, são tão reis quanto as forças da natureza. (Gombrich, 1999, p.40)

A Arte tem uma finalidade própria diferente daquela cristalizada, estática em museus, mas dinâmica ao longo de toda a sua historia sendo construída ao longo dos tempos, justamente aquele conceito de arte como “algo para nos deleitar em museus e exposições, ou uma coisa muito especial para usar como preciosa decoração na sala de honra em que constitui um desenvolvimento bem recente, onde muitos dos

antigos pintores e escultores do passado nem sequer imaginaram com esse tipo de Arte"(Gombrich, 1999,p.39)

A arte verdadeira impregnada com seus ideais revolucionários era fundamental para mudar o rumo da história. A Arte como forma de propaganda no regime militar de Hitler era usado como uma forma de encantar os jovens a servir a pátria e a lutar por ela até a morte. Ele então estabeleceu o Ministério do Reich, encabeçado por Joseph Goebbels, com o objetivo de garantir que sua mensagem nazista fosse transmitida com total sucesso através do veiculo da arte, do teatro musical e artístico, de livros com muitas figuras, filmes através das ondas da rádio, de matérias didáticos escolares e pela imprensa. Principalmente através do cinema como seu carro forte publicitário, o pensamento do anti-semitismo se espalhava exponencialmente a ponto que as pessoas menos preconceituosas evitavam o mais leve e sutil contato com essa raça "impura", segundo seu imaginário. A persuasão era tão perfeita que tudo se tornava belo e encantador. O convencimento através dos moldes artísticos tornou-se suave e não impositivo. A própria ideologia nazista passou a ser uma necessidade de vida, como o ar que respira.

Outros registros bem mais antigos, como dos impérios Persa, Assiria e Roma antiga, se alimentaram da arte para mostrar seu poderio militar inspirando terror a seus inimigos. O Egito usava a arte para, através do embalsamento e túmulos ornamentais, propagavam a crença da postergação da vida tentando recriar a vida após a morte num conceito puramente humano. A Grécia, por outro lado gostava de tratar do tema estético, impregnado em conceitos artísticos da sabedoria do pensamento humano. Na arte Renascentista percebe-se sua utilização para o fortalecimento de propagar dos tempos modernos e pós-moderno ideais puramente estéticos da arte clássica, graças a Leonardo da Vinci, Michelangelo entre outros. No cristianismo a arte também disseminou a idéia do castigo dos pecadores, do inferno, do demônio e do juízo final. Todas elas ganhando tons sempre novos nas telas de seus artistas.

A arte ganha força também nos dias atuais transmitindo sua intencionalidade aparente ou velada transmitindo suas idéias e formas de convencimento quanto a suas ideologias e comercio de seus produtos. "A imagem transmite idéias, emoções. Reproduz com fidelidade a verdade dos fatos ou, no caso da propagando, do produto." Newton César(2000,p.209). Como forma complementar da frase o que se importa é vender o produto, mesmo que a propaganda não reflita plenamente a verdade.

A propaganda "promove comportamentos pela persuasão" (Sampaio,1999,p.24), e sua "imagem geradora interfere nas vontades, nos desejos de quem a admira"(César,2000,p209), não é por acaso que Newton César enfatiza que "é por causa da imagem que a publicidade se tornou uma forma tão poderosa de comunicação"(César,2000,p.210). Logo, a arte e a propaganda têm proporcionado enorme influencia em se criar e consolidar verdadeiras estruturas culturais. A Arte e a propaganda caminham de mãos dadas gerando ideologias fomentando a instauração e manutenção do poder. Vemos isso nos partidos políticos que para se manter no poder utiliza-se da televisão como instrumento forte de convencimento da massa a acredi-

tar que além de tudo esta bem, tudo vai melhorar ainda mais.

É bem sensato dizer que a propaganda pode ser considerada uma expressão da arte e uma forma de linguagem insubstituível a alcançar excelentes resultados que se tentado de outras formas não alcançariam tanto sucesso como pela própria expressão do belo e inusitado artístico.

## 3 ARTE E PROPAGANDA

Rafael Sampaio explicitou seu pensamento acerca “das principais funções da propaganda que é criar, desenvolver, expandir, manter e até reciclar marcas.” Colocando os produtos de um lado e os serviços de outro lado da balança, vemos que “os recursos e tecnológicos e produtivos são cada vez mais parecidos e possibilitam às empresas atingir padrões de qualidade semelhantes” (Sampaio,1999,p.234). Dessa forma o que diferencia os produtos dos serviços são suas marcas.

Na vida contemporânea, a busca pela inserção de mercadorias no mercado consumidor requer velocidade cada vez maior procurando escoar toda linha de produção de forma rápida para que a relação trabalho x emprego se mantenha estável. Nessa hora a arte da propaganda toma seu espaço e é usada como arma de convencimento tentando imprimir na mente do consumidor não somente um desejo, mas uma enorme necessidade como, por exemplo, comer um sanduíche do Mcdonalds. As pessoas passam não só a querer o produto como cobiçar, disputar por ele. É o efeito da magia da propaganda. A propaganda agrega valores a produtos e marcas pelo meio do status da arte.

Quando vemos um produto como sabão em pó, dependendo da forma como o invólucro é feito, o consumidor poderá pensar que seu preço é justo ou está até barato pelo que vale, agregando um valor desejável pelo fabricante. As embalagens de Romero Britto exaltam as formas geométricas e cores, formas como chamariz e beleza consagrada pelos prêmios alcançados no Brasil e no exterior. Apesar de ser fortemente criticado pela critica brasileira, ele é ovacionado pela critica internacional. Com isso, a própria obra de arte é o melhor vendedor de qualquer mercadoria, basta saber representar como numa peça de teatro.

Aqui, os atores da arte representam tão estruturalmente, com adorno e beleza que até exerce um ímã de atração e convencimento ao expectador fazendo-o pensar sobre sua credibilidade e confiança. O mercado publicitário tem buscado na arte seu melhor aliado e referência para suas empreitadas. Como define Lúcia Santaella em seu livro “Porque a Arte e as Comunicações estão convergindo”, a propaganda busca agregar valores a produtos e marcas através do status da arte.

No mundo moderno capitalista a arte tornou-se o ar que respira, onde existem negócios e empreendimento fomentados a partir da criatividade de figuras e formas concorrendo com até mesmo com marcas de produtos já consagrados no mercado. É o caso da marca Dolly, que é o patinho feio da publicidade brasileira. Há muitas criticas nesse sentido, sobre produto que tem incomodado de certo modo até a gigantes como Guaraná Antártica e Coca-Cola. Mas, toda meta alcançada requer mais esforço para abarcar uma fatia cada vez maior junto ao mercado consumidor. O designer gráfico

Jonathan Bordignon fez exatamente isso, mudou o visual do Dolly, pois “tratar bem ao consumidor não é baixar o preço, e sim elevar a imagem da marca proporcionando a ele outros benefícios” Viviani(2011).

Outro exemplo de mudança de imagem tanto visual é o anuncio da Bohemia produzindo duas finalidades. A primeira é relançar o produto dizendo que a receita é inspirada na receita dos monges católicos, que antes fora lançado como uma edição limitada identificando-a como cerveja tradicional dos monges tradicionais. A imagem secundária, a não menos importante, é reforçar dizendo que ela agora voltou pra ficar, em que toda a peça assemelha a um autentico visual acinzentado, como uma tapeçaria. Todos os elementos visuais parecem mesmo a própria tapeçaria.

Podemos observar também o anuncio de uma fundação ecológica, em que mostra um peixe formado com todo tipo de sucata, como objetos descartáveis, lixo inorgânico, brinquedos fragmentados e tantas outras peças inúteis, representando o descaso com os mares, rios e oceanos. O fundo do anúncio é todo preto retratando o luto, ajudando também a leitura do tema: “Antigamente a preocupação quando se comia o peixe era com a espinha.” Hoje, com o ataque a natureza, a preocupação maior é com a qualidade do peixe, atendo a outro perigo: não mais com a espinha, mas com a contaminação. É um apelo real e iminente nos dias atuais, infelizmente. A imagem passa então uma mensagem de que “todo descaso com o planeta está levando-o a sua autodestruição. Não jogue vida fora”. A água assim poluída torna-se incapaz de ser bebida.

Dessa forma, objetos de uso comum e até descartáveis, que estariam fora do rol artístico, são moldados e elevados com o título de obra prima ou obra de arte inusitada com elementos que contextualizam suas mais diversas formas a impactar o público tentando formar nova consciência. Tanto produtos a serem consumidos como àqueles puramente publicitários, todos têm a Arte como seu grande aliado.

As variadas formas de utilização da arte vieram inspirar novas relações na vida e nos meios de comunicação influenciando a rotina do dia a dia do consumidor, sem ela as pessoas não conseguem mais viver sem. Neste sentido a arte é impregnada de sentimentos e passa sentimentos com objetivos certos a serem alcançados, “um consumidor tem um cérebro e um coração. E a marca age sobre os dois” (Sampaio,1999,p.237)

## 4 PICHAÇÃO: ARTE OU INCOMODAÇÃO?

Há muito tempo, a pichação sempre foi conceituada como ato de vandalismo. De enfeiamento do patrimônio público ou privado, do empobrecimento de uma cidade deteriorando o visual belo e simétrico de fachadas de prédios e assim por diante. Com o tempo a sociedade foi vendo que a pichação e o próprio grafite era forma pura de expressar a arte, e de retratar a realidade subumana da sociedade local onde o artista havia manifestado a pintura, ou a retratação de uma expressão velada da corrupção e descaso dos nossos governantes

Assim como muitos tipos de arte, a pichação, dependendo do ponto de vista, pode ser considerada arte na forma estrita da palavra. Assim como muitos podem achar horroroso, outros, assim, tem o mes-

mo direito de considerar algo extraordinariamente bonito, belo não só do ponto de vista estético, mas da comunicação. É como se pudesse, através da pichação, passar uma mensagem, um recado de ódio a todo descaso a jovens da periferia a aos marginalizados. Assim como muitos adolescentes e jovens, revoltados com a injustiça social, descaso dos políticos com a educação, emprego e saúde, devolvem os maus-tratos em raiva contra o sistema na forma de assaltos, seqüestros e crimes, outros o fazem na forma de pichação. É uma maneira de dizer ao mundo que ele existe, que não é massa, mas ser humano, indivíduo que quer atenção, que ser ouvido, que protesta não por protestar, mas para que seus representantes os representem de fato, que faça valer o cargo que ocupa. Normalmente são os jovens que empreendem tais manifestações, pois se vêem na tenra idade já sem esperança e sem futuro.

Mesmo sabendo que os resultados não surgem da noite para o dia, a esperança que haja impacto forte nas pessoas e mudança social é o que os alimenta, é o que mantém a chama da possibilidade de mudança acesa, fazendo todos parar para refletir. O interessante é que o pichador faz sua publicidade de alerta de forma pacífica, sem derramar sangue, sem violência. Todo o ódio reprimido contra uma sociedade injusta e egoísta, ele descarrega toda a adrenalina escalando muros, subindo paredes, se equilibrando em parapeitos. Assim como o rap, ser pichador requer excelente preparo físico, andar com lata spray de tinta escalando vários andares sem cair, fugir da policia e do morador é uma forma não só de colocar para fora toda energia juvenil acumulada, mas de protestar mostrando que o enfeiamento dos traços artísticos ainda é mais bonito do que os maus-tratos à vida, à natureza.

Ninguém quer ver seu imóvel pichado, ou prédios de uma cidade com marcas de tinta, cidades ou ruas com assinaturas de desconhecidos. A definição dessa e de outras artes é muito relativa e pessoal. Tudo depende das informações e da formação de cada individuo, de que forma ele vê e quer ver o mundo, a sociedade, pois dependendo desses fatores tudo passa ser um lixo ou um luxo. Se alguém nasceu em famílias com ótima formação sócio-política ela terá uma visão diferenciada, com maior abertura ao dialogo, caso contrario, os jovens pichadores da periferia e os rapers serão tachados como anarquistas, desordeiros. Toda arte tem o poder de despertar na pessoa a beleza e o incomodo, revertendo conceitos estabelecidos, gerando novas visões e cumprindo seu papel social e político, chegando onde as palavras vetadas e proibidas não conseguem chegar.

As pichações ganharam as ruas de São Paulo, o grafite ganhou São Paulo, aquela gerando incomodo e indignação, esta, embelezando muros quebrados e caídos contrastando a realidade social da cidade. Entre tantas pichações, uma que chama sempre atenção é uma pintura de uma criança esquelética com uma arma na mão, numa das colunas situada na avenida Amaral Gurgel,  no centro de São Paulo, que por sinal muito bem desenhada. Ali, vêse claramente a realidade social de muitas crianças de famílias de rua que, por não ter amor e amparo familiar necessário, descamba para o caminho tortuoso da vida: a droga e a delinqüência, um caminho sem volta. Portanto arte retrata a vida, e o feio na arte se torna belo quando visto por outros olhos.

## 5 O PAPEL DA ARTE NA DITADURA

Dentre tantas linguagens em se manifestar contra um poder que se estabelecia na década de 60, a arte foi uma delas e teve seu papel fundamental como voz ativa reivindicadora, anarquista e desestabilizadora de regras e lei rígidas coercitiva contra a sociedade que não tinha opção de escolha e liberdade. Muitos foram os símbolos que fazia valer o pedido de mudanças, mudanças estas que o povo queria mas não sabiam muito bem o que queria.

Nesse período, o país era assolado e massacrado pelo golpe militar de direita voltandose contra todos que tinham poder de raciocínio, de pensamento. Contra Yoda intelectualidade ligada principalmente à esquerda, e esta por sua vez de organizou para lutar contra o poder agora já instaurado, após a renuncia forçada de Jango. No campo artístico, além de estampas e figuras espalhadas em lugares estratégicos, havia um boom de musicas, de canções de protestos, via mensagens subliminares embutidas nas próprias canções efervescendo as ruas marcadas nesse campo político-social nacional.

A seguir se vê uma imagem que retratava a forma como eram levados e conduzidos à prisão e torturados aqueles que se opunham ao sistema, contra o governo militar. Além do povo nas ruas, índios em lugares remotos do país também eram conduzidos dessa forma como verdadeiros animais para os matadouros a serem exterminados.






Um dos movimentos forte na ocasião era o estudantil e passaram a se unir junto ao povo formando o famoso UNE( União Nacional dos Estudantes) em centros populares de cultura, onde havia uma maior concentração de pessoas. Nessa ocasião o meio artístico começa entrar em ação atuando fortemente através da musica, com a tropicália, festivais e veiculação em rádios. Muitas emissoras e musicas foram perseguida, e muitos artistas tiveram que deixar o país. Uma música que retrata bem essa época foi a de Chico Buarque de

Holanda, “Meu caro amigo”, nela, ele em vez de ir pessoalmente falar com um amigo, ele usa um meio de comunicação para talvez despistar a policia. A letra: “Meu caro amigo me perdoe, por favor, se eu não lhe faço uma visita. Mas como agora apareceu um portador, mando notícias nessa fita.” Foi a forma mais comum de se fazer ouvir naquele tempo. Ela continua assim: “Aqui na terra estão jogando futebol, tem muito samba muito choro e rock’n’roll. Uns dia chove e noutros dias  bate sol, mas o que eu quero é lhe dizer que a coisa aqui está preta.”

Nessa segunda estrofe Chico ambientaliza o cenário caótico do Rio, dias bons de sol e samba, que é a beleza natural da cidade em contraste com a barbárie sofrida pelo povo.



O contexto vivido era de repressão, seqüestro e tortura a toda e qualquer produção cultural e artística, a tudo e a toda idéia que pudesse ser interpretada contra os militares, mesmo que não tivesse ligação direta aos seus interlocutores. Em 1975 quando o jornalista Vladimir Herzog foi torturado até a morte nas instalações do exército de São Paulo, foi desencadeada uma onda de protestos da classe média. Nessa ocasião, Roberto Carlos apareceu cantando num programa de televisão, pois tinha muita estima pelo governo pelas canções de cunho romântico e não de protesto, não que Roberto era a favor do regime militar, mas era do seu perfil, silencioso, mas não ingênuo, que também se beneficiava com uma concessão de uma rádio FM. Para o governo, era uma posição conveniente, “O perfil do Roberto Carlos era avaliado como positivo pelo regime. “Se os militares conseguissem colar sua imagem artística à de um grande ídolo popular como ele, que ainda por cima não criticava a ditadura, seria interessante para eles. Mas isso não chega a constituir apoio ou conveniência. “Houve ingenuidade política, e ponto final”. Época.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho procurou mostrar a arte fora dos museus ou das telas de artistas renomados apresentando as mais diversas maneiras de sincronizar os anseios de uma nação ou povo com expressões artísticas eruditas ou populares. Verificando todo percurso da historia da Arte, conclui-se que ela desde sempre foi uma excelente ferramenta de comunicação e propaganda, atingindo a seus mais nobres objetivos ou a interesses espúrios, individualistas ou egoístas. Todos os monumentos erguidos eram celebrativos às conquistas de vitorias de seus exércitos e figuravam os maiores exemplos da propaganda-arte. Assim como a arte sacra teve seu momento e sua melhor forma de expressar através da propaganda a existência do céu e inferno. Todo impacto de certos produtos à sociedade é protagonizada por estudos estatísticos tendo a arte, apresentada nessa pesquisa, como estratégia-meio aos fins a serem alcançados, buscando ao máximo passar uma imagem clara e inequívoca. Um propagando apresentada sem o formato e o matiz artístico também pode ser considerado como arte. Assim, toda a propaganda tem seu melhor endereço a atingir, sua meta a alcançar e de mãos dadas com a arte a sacralidade de se fazer história que já existiu e sempre existirá.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GOMBRICH, E. H. História da Arte. 16ª edição – Rio de Janeiro: LTC, 1999.

CÉSAR, Newton. Direção de Arte em Propaganda. 5ª edição – São Paulo: Futura, 2000.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. 3ª edição – São Paulo: Editora