

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ

TÚLIO FRIGERI BARCZYSCZYN

**CINEMA DE PROPAGANDA E PERSUASÃO POLÍTICA:
INFLUÊNCIAS DO CINEMA NAZISTA E BOLCHEVIQUE NAS CAMPANHAS
PRESIDENCIAIS TELEVISIVAS DE 2022 NO BRASIL**

CURITIBA

2025

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ

TÚLIO FRIGERI BARCZYSCZYN

**CINEMA DE PROPAGANDA E PERSUASÃO POLÍTICA:
INFLUÊNCIAS DO CINEMA NAZISTA E BOLCHEVIQUE NAS CAMPANHAS
PRESIDENCIAIS TELEVISIVAS DE 2022 NO BRASIL**

Dissertação enviada para Banca de Defesa para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Linguagens, do PPGCom-UTP - Universidade Tuiuti do Paraná.

Linha de Pesquisa: Estudos de Cinema e Audiovisual.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Sandra Fischer.

CURITIBA

2025

Dados Internacionais de Catalogação na fonte
Biblioteca "Sidnei Antonio Rangel Santos"
Universidade Tuiuti do Paraná

B242 Barczyszczyn, Túlio Frigeri.

Cinema de propaganda e persuasão política: influências do cinema nazista e bolchevique nas campanhas presidenciais televisivas de 2022 no Brasil/ Túlio Frigeri Barczyszczyn; orientadora Prof.^a Dra. Sandra Fischer.
100f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Tuiuti do Paraná,
Curitiba, 2025

1. Cinema. 2. Propaganda política. 3. Marketing político.
4. Eleições presidenciais. 5. Comunicação audiovisual.
I. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em
Comunicação e Linguagens / Mestrado em Comunicação e
Linguagens. II. Título.

CDD – 324.73

Bibliotecária responsável: Heloisa Jacques da Silva – CRB 9/1212

RESUMO

Este estudo analisa a influência das técnicas cinematográficas de propaganda, desenvolvidas nos regimes nazista e bolchevique, nas campanhas eleitorais televisivas brasileiras de 2022, com foco específico nas campanhas presidenciais de Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva. Tem como objetivo compreender como elementos estéticos e narrativos do cinema histórico foram utilizados para moldar a imagem pública dos candidatos. Utiliza uma metodologia qualitativa e interpretativa baseada na análise comparativa de conteúdos audiovisuais das campanhas eleitorais, identificando técnicas e conceitos estéticos como enquadramentos estratégicos, composição e montagem dialética. Os resultados indicam que Bolsonaro incorporou elementos visuais similares à estética heroica e autoritária presente no cinema nazista, enquanto Lula adotou uma abordagem visual próxima da tradição bolchevique, com ênfase na coletividade e na solidariedade social. A pesquisa conclui que tais estratégias cinematográficas reforçam a mercantilização dos políticos, transformando-os em produtos simbólicos consumidos emocional e ideologicamente pelo eleitorado. Essa prática intensifica a polarização política e fragiliza o debate democrático racional, destacando a necessidade de análise crítica sobre o impacto das técnicas audiovisuais na democracia contemporânea.

Palavras-chave: cinema; propaganda política; marketing político; eleições presidenciais; comunicação audiovisual.

ABSTRACT

This study analyzes the influence of cinematographic propaganda techniques developed during the Nazi and Bolshevik regimes on the Brazilian televised electoral campaigns of 2022, focusing specifically on the presidential campaigns of Jair Bolsonaro and Luiz Inácio Lula da Silva. Its goal is to understand how historical cinematic aesthetic and narrative elements were used to shape the candidates' public image. It employs a qualitative and interpretative methodology based on comparative content analysis of audiovisual campaign materials, identifying aesthetic techniques and concepts such as strategic framing, composition, and dialectical montage. The results indicate that Bolsonaro incorporated visual elements similar to the heroic and authoritarian aesthetics present in Nazi cinema, while Lula adopted a visual approach closer to the Bolshevik tradition, emphasizing collectivity and social solidarity. The research concludes that such cinematographic strategies reinforce the commodification of politicians, transforming them into symbolic products consumed emotionally and ideologically by voters. This practice intensifies political polarization and weakens rational democratic debate, highlighting the need for critical analysis of the impact of audiovisual techniques on contemporary democracy.

Keywords: cinema; political propaganda; political marketing; presidential elections; audiovisual communication.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Plano simbólico da campanha “Presidente exalta liberdade” (2022)	55
FIGURA 2 – Imagem inicial da campanha com apelo à fé e identidade nacional (2022)	55
FIGURA 3 – Construção da imagem institucional e liderança simbólica de Jair Bolsonaro (2022)	56
FIGURA 4 – Construção narrativa de oposição moral: uso de depoimentos e denúncias (2022).....	58
FIGURA 5 – Peça de campanha com enquadramento simbólico e textual (2022)	59
FIGURA 6 – Representação de apoio feminino e racial a Jair Bolsonaro (2022)	60
FIGURA 7 – Imagem de campanha com apelo emocional e aproximação com o povo (2022)	61
FIGURA 8 – Discurso visual de oposição ideológica e moral (2022)	62
FIGURA 9 – Apelo à autoridade por associação midiática (2022)	63
FIGURA 10 – Representação de apoio popular massivo (2022).....	63
FIGURA 11 – Ênfase na identidade coletiva e celebração popular (2022)	64
FIGURA 12 – Imagem vertical com estética documental, representando a fala do povo (2022)	67
FIGURA 13 – Candidato em discurso institucional, com apelo emocional e esperançoso (2022)	68
FIGURA 14 – Campanha Lula, destacando feitos educacionais e mobilização estudantil (2022)	69
FIGURA 15 – Lula representado como símbolo do trabalhador e da ascensão econômica (2022)	70
FIGURA 16 – Imagem de apelo popular e afetivo com símbolo de abraço visual (2022)	70
FIGURA 17 – Representação da crise alimentar na população brasileira (2022)	72
FIGURA 18 – Representação simbólica da fome no discurso político (2022)	73
FIGURA 19 – Encontro simbólico entre Lula e o povo com apelo emocional (2022)	74
FIGURA 20 – Lula entre apoiadores em clima de afetividade e carisma (2022)	75
FIGURA 21 – Discurso de oposição e deslegitimação de Bolsonaro (2022)	76
FIGURA 22 – Construção do antagonismo moral: Lula versus Bolsonaro (2022)	76
FIGURA 23 – Representação da união nacional e ressignificação das cores da bandeira (2022)	77

FIGURA 24 – Recurso biográfico como estratégia de identificação popular (2022)	78
FIGURA 25 – Representação simbólica da inclusão social e legado do governo Lula (2022)	79
FIGURA 26 – Lula em apelo à união política e social (2022)	80
FIGURA 27 – Representação simbólica da diversidade brasileira (2022)	80
FIGURA 28 – Imagem de proximidade física e simbólica entre o candidato e o povo (2022)	81
FIGURA 29 – Lula e a bandeira nacional em evento noturno (2022)	82
FIGURA 30 – Imagem aérea de comício popular com Lula (2022)	83
FIGURA 31 – Lula em carreata entre o povo com bandeiras do Brasil (2022)	84

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Comparação entre os Modelos Cinematográficos Nazista e Bolchevique	51
TABELA 2 – Estratégias Narrativas e Simbólicas nas Campanhas de Lula e Bolsonaro (2022)	52
TABELA 3 – Comparação entre Elementos Audiovisuais das Campanhas de Lula e Bolsonaro	53

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	08
2. TEORIAS DA COMUNICAÇÃO, NARRATIVA E PROPAGANDA POLÍTICA	14
3. CINEMA DE PROPAGANDA NAZISTA	17
3.1 Contexto Político e Social da Alemanha Nazista	17
3.2 Desenvolvimento da Estética do Poder sob Goebbels e Riefenstahl	20
3.3 Revisão Teórica de “ <i>O Triunfo da Vontade</i> ”: Detalhes sobre Estética, Técnica e Impacto	22
3.3.1 Simbologia e Temática do Filme	23
3.3.2 Técnicas de Enquadramento e Composição Visual	23
3.3.3 Montagem e Ritmo	24
3.3.4 Uso de Luz e Sombra	24
3.3.5 Análise das Sequências de Discurso e Multidões	25
3.3.6 Elementos Sonoros e Trilha Musical	25
3.3.7 A Iconografia e a Criação do Mito do Führer	26
3.3.8 Impacto e Recepção do Filme	26
3.3.9 Relação entre a Estética de Riefenstahl e a Doutrina de Goebbels	27
3.3.10 O Legado de “ <i>O Triunfo da Vontade</i> ”	27
3.4 Revisão Teórica de “ <i>Olympia</i> ”: A Exaltação doCorpo	28
3.4.1 Impacto Psicológico no Público Alemão	30
4. O CINEMA BOLCHEVIQUE	33
4.1 Contexto da Revolução Russa e Objetivos do Cinema Soviético	35
4.2 A Teoria da Montagem Dialética de Eisenstein	37
4.3 Revisão Teórica de “ <i>O Encouraçado Potemkin</i> ” (1925)	40
4.4 Revisão Teórica de “ <i>Outubro</i> ” (1927)	41
4.5 Comparações com o Cinema Nazista	43
4.6 Comparações com o Cinema dos EUA	45
5. PROPAGANDA POLÍTICA NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS DE 2022	46
5.1 Categorias de Análise Empregadas	49
5.2 Categorias e Elementos Identificados	50
5.3 Análise dos Programas de Bolsonaro	54

5.3.1 Primeira Peça - Início da Campanha	54
5.3.2 Segunda Peça - Meio da Campanha	57
5.3.4 Terceira Peça - Fim da Campanha	59
5.3.5 Enquadramentos que Evocam Força, Unidade ou Medo	65
5.3.6 Uso de Símbolos Nacionais e Apelo Emocional	65
5.4 Análise dos Programas de Lula	65
5.4.1 Primeira Peça - Início da Campanha	66
5.4.2 Segunda Peça - Meio da Campanha	72
5.4.3 Terceira Peça - Fim da Campanha	77
5.5 Comparação da Campanha de Bolsonaro com o Cinema Bolchevique.....	84
5.6 Comparação da Campanha de Bolsonaro com o Cinema Nazista.....	85
5.7 Comparação da Campanha de Lula com o Cinema Nazista	88
5.8 Comparação da Campanha de Lula com o Cinema Bolchevique.....	89
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	92
REFERÊNCIAS.....	98

1. INTRODUÇÃO

Desde o advento do cinema, ele foi reconhecido como um meio poderoso para a disseminação de ideologias políticas. No século XX, especialmente, regimes autoritários como o nazismo e o bolchevismo utilizaram o potencial do cinema para consolidar e promover narrativas de poder que moldassem as percepções da população.

Segundo Welch, Joseph Goebbels, ministro da Propaganda do Terceiro Reich, compreendeu a importância do cinema como instrumento de manipulação psicológica em massa, afirmando que o cinema é a arma mais moderna e científica para influenciar o pensamento das massas (Welch, 1984). Sob sua supervisão, a propaganda nazista utilizou o cinema para elevar a figura de Adolf Hitler e transmitir mensagens de unidade e superioridade racial, com a diretora e cineasta Leni Riefenstahl sendo um dos principais nomes disso tudo. Ao mesmo tempo, na União Soviética, Sergei Eisenstein, um dos principais teóricos e cineastas soviéticos, explorou a "montagem dialética" para transformar momentos históricos em narrativas revolucionárias, gerando um impacto profundo na linguagem cinematográfica de todo o mundo (Franciscon, 2018). Ambos os casos se apoderaram com o uso estratégico do cinema como meio de construção de hegemonia política.

O uso do cinema como meio de manipulação ideológica tem sido um tema muito explorado. Segundo Welch (1984), o cinema foi uma das principais formas do regime nazista para criar e perpetuar a imagem de poder e unidade em torno do Partido Nazista. O filme "O Triunfo da Vontade", de Leni Riefenstahl, é um exemplo chave de como a estética cinematográfica pode ser utilizada para reforçar a autoridade e construir um culto a alguma pessoa, como no caso de Hitler.

Palleschi (2012) acrescenta que o cinema nazista não apenas refletia o poder político, mas encenava esse poder de maneira grandiosa, criando uma representação do poder que consolidava a imagem de Hitler como um líder absoluto. As técnicas de enquadramento e edição empregadas por Riefenstahl emanam uma sensação de grandeza e infalibilidade, tornando a narrativa política visualmente irresistível para o público. O estudo de Costa et al. (2018) explora essa capacidade do cinema de glorificar o corpo e as ideias nazistas por meio da exaltação da estética e da perfeição física.

Por outro lado, o cinema bolchevique, estudado por autores como Franciscon (2018) e Eisenstein (1949), tinha como objetivo mobilizar as pessoas para a causa revolucionária. A

“montagem dialética” de Eisenstein, por exemplo, procurava criar choques emocionais e intelectuais no espectador, utilizando a justaposição de imagens para transmitir uma mensagem ideológica e elucidar uma resposta emocional intensa. A famosa sequência da escadaria de Odessa, em “O Encouraçado Potemkin” (1925), é um exemplo muito pertinente de como a manipulação, na hora da montagem do filme pode ser usada para amplificar o impacto emocional ao se criar uma cena (Bordwell, 1985).

Os teóricos contemporâneos do cinema, como Nichols (2010), discutem a maneira como a estética cinematográfica pode ser usada como um meio de persuasão, moldando os valores e crenças do espectador. A análise de Hall (2003) sobre os "rituais de poder" no cinema destaca que, ao apresentar líderes políticos como figuras eudeusadas e multidões como massas homogêneas de seguidores, o cinema de propaganda ajuda a naturalizar o poder, tornando-o inquestionável. Esses estudos fornecem uma estrutura sólida para compreender como as campanhas políticas atuais ainda se utilizam de elementos da estética de propaganda para construir narrativas emocionais que afetam profundamente o comportamento dos eleitores, ou em outras palavras, manipulando-os.

Como reforça Rogério Kovaleski (2019), a estética cinematográfica ultrapassa os limites do entretenimento, articulando-se com estratégias de sedução próprias da publicidade. Para o autor, “o hibridismo entre cinema e publicidade tornou-se central na construção de discursos que buscam impactar emocionalmente o espectador” (KOVALESKI, 2019, p. 72), evidenciando como elementos fílmicos são incorporados na linguagem publicitária e, por extensão, na comunicação política.

Nas campanhas eleitorais presidenciais brasileiras de 2022, observou-se uma forte presença desses elementos em suas versões contemporâneas, especialmente nos programas televisivos de Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva. Ambos os candidatos empregaram recursos visuais e narrativos sofisticados, que dialogam diretamente com os legados cinematográficos do século XX: Bolsonaro evocando imagens de autoridade, ordem e superioridade moral, enquanto Lula construiu sua imagem a partir da coletividade, da afetividade e da promessa de reconstrução popular.

Como revelam os programas analisados ao longo deste trabalho, a imagem do líder foi cuidadosamente construída: Bolsonaro se posiciona acima do povo, enquanto Lula se mostra ao lado dele, mas ambos recorrem a estratégias cinematográficas para gerar uma conexão emocional com o eleitor.

Busca-se entender como essas duas tradições cinematográficas – o cinema de propaganda nazista e a bolchevique – influenciam práticas políticas atuais, com foco nas campanhas eleitorais televisivas de Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva nas eleições presidenciais de 2022 no Brasil. Especificamente, analisa-se como os elementos visuais e narrativos utilizados nos programas de propaganda política transmitidos na TV em 2022, de ambos os candidatos, reinterpretem ou se assemelham às linguagens históricas de propaganda, e quais são os impactos dessa apropriação. Ou seja: Como o cinema de propaganda nazista e bolchevique influenciou as campanhas audiovisuais presidenciais de 2022 no Brasil?

Este estudo tem como objetivo geral: Analisar como as campanhas eleitorais de 2022 utilizaram técnicas visuais e narrativas do cinema de propaganda nazista e bolchevique. E possui os seguintes objetivos específicos:

Examinar as técnicas visuais e narrativas do cinema nazista e bolchevique: Com foco nos filmes dirigidos por Leni Riefenstahl e Sergei Eisenstein, buscando compreender como os elementos cinematográficos foram utilizados para manipular e controlar a percepção do público.

Comparar essas linguagens com os materiais audiovisuais das campanhas brasileiras de 2022: Identificar semelhanças e diferenças entre as abordagens estéticas e simbólicas de ambas as épocas, a partir da análise de três peças principais de cada campanha (início, meio e fim).

Investigar como as representações visuais criam uma conexão emocional com o público e posteriormente, podem vir a influenciar a tomada de decisão eleitoral.

A metodologia adotada neste estudo envolve uma abordagem qualitativa com foco em análise de conteúdo audiovisual, articulada a um estudo comparativo filmográfico. O objetivo é examinar as estratégias visuais e narrativas presentes nos programas eleitorais televisivos de dois candidatos à presidência do Brasil em 2022 - Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva – com seus recursos estéticos empregados em clássicos do cinema de propaganda, como *O Triunfo da Vontade* (RIEFENSTAHL, 1935) e *O Encouraçado Potemkin* (EISENSTEIN, 1925).

Embora este trabalho dialogue com diferentes tradições teóricas, como o funcionalismo, que enfatiza os efeitos da propaganda, a Escola de Frankfurt, que problematiza a indústria cultural, e os estudos culturais, que destacam os significados produzidos nas práticas de recepção, adota-se como viés central a perspectiva dos estudos culturais. Essa

escolha justifica-se por ser a que melhor sustenta a análise da mercantilização do político enquanto produto simbólico consumido social e ideologicamente, sem deixar de reconhecer as contribuições auxiliares das demais correntes.

A pesquisa parte de uma comparação crítica entre seis peças audiovisuais de campanha - três de cada candidato - e os filmes de referência histórica, considerando a construção simbólica dos elementos visuais e narrativos. A análise visa compreender como os recursos do cinema político, especialmente os utilizados na Alemanha nazista e na União Soviética bolchevique, foram apropriados ou ressignificados nas campanhas políticas contemporâneas, buscando mobilizar o eleitorado por meio de estratégias persuasivas (O'SHAUGHNESSY, 2014; NICHOLS, 2010).

Nesse sentido, as peças foram selecionadas conforme sua representatividade em diferentes momentos da campanha (início, meio e fim), e analisadas com base em categorias narrativas previamente definidas, tais como: enquadramento do líder, uso de símbolos nacionais, representação da coletividade, apelo emocional, montagem simbólica, centralidade da figura do candidato, estratégia de deslegitimação do adversário e construção de arquétipos heroicos ou redentores.

A seleção dos materiais audiovisuais inclui três filmes-chave para cada um dos contextos históricos (nazista e bolchevique), sendo *O Triunfo da Vontade* (1935), *Olympia* (1938) e *O Encouraçado Potemkin* (1925), além de três programas eleitorais de cada candidato brasileiro (início, meio e fim da campanha). Esses programas foram escolhidos por representarem os principais marcos das campanhas e permitirem uma análise evolutiva das estratégias narrativas e estéticas ao longo do período eleitoral, incluindo elementos como a tentativa de construção de unidade nacional, representações do povo e polarização política.

A análise dos materiais audiovisuais foi conduzida a partir de um protocolo sistemático baseado em princípios da linguagem cinematográfica e da semiótica visual, conforme proposto por autores como David Bordwell e Kristin Thompson (2013) e Louis Giannetti (2008). O objetivo foi decompor os elementos formais e simbólicos presentes nas campanhas televisivas dos candidatos à presidência do Brasil em 2022 e compreender seus efeitos ideológicos e emocionais, articulando essas estratégias com tradições do cinema de propaganda.

Com base nesse referencial, foram estabelecidas categorias analíticas visuais, narrativas e simbólicas, cujos parâmetros permitiram a comparação com modelos

cinematográficos clássicos, como o nazista e o bolchevique. A seguir, os principais aspectos que orientaram a análise:

Enquadramentos e composição visual: Analisou-se como os ângulos de câmera (plongée, contra-plongée, frontal), o tamanho dos planos (close, médio, geral) e a composição dos quadros para entender a percepção da autoridade e carisma dos candidatos. Bordwell e Thompson (2013) destacam que esses elementos estruturam o olhar do espectador e moldam a relação entre personagem e narrativa.

Uso de luz e sombra: Investigou-se o papel da iluminação na construção de atmosferas, destacar personagens e criar significados. Construção simbólica da “luz do líder”, usada tanto na estética dramática de Bolsonaro quanto na iluminação calorosa dos vídeos de Lula. A luz, segundo Giannetti (2008), é um instrumento essencial para sugerir estados emocionais, construir hierarquias visuais e destacar ou ocultar elementos simbólicos.

Movimentos de câmera: Consideraram-se travellings, panorâmicas e zooms como formas de direcionar a atenção e criar dinamismo. Análise da fluidez e espontaneidade dos movimentos. Como aponta Monaco (2009), o movimento da câmera é um recurso retórico potente, são usados para guiar a atenção do espectador e reforçar a grandiosidade dos eventos.

Montagem e edição: Avaliou-se a estrutura da edição (organização de cenas, cortes, ritmo, justaposição de cenas), observando como a montagem cria sentidos ideológicos e associações simbólicas. A técnica da montagem dialética, descrita por Eisenstein (1949), foi especialmente relevante para compreender as manipulações narrativas e emocionais nos materiais analisados.

Elementos simbólicos e narrativa: Foram examinados os símbolos visuais recorrentes (bandeiras, multidões, uniformes), bem como gestos e discursos que reforçam ideologias específicas. Nichols (2010) ressalta que a imagem no cinema documental e político opera como signo social e cultural, carregando significados além de sua superfície literal.

Discurso narrativo-emocional e construção da figura do líder: Foi dada ênfase à forma como os vídeos constroem o ethos dos candidatos - como heróis redentores, figuras messiânicas ou representantes do povo. Essa análise considerou a presença física, os discursos, os depoimentos de terceiros e a maneira como o líder se insere no espaço narrativo. A comparação com os modelos nazista e bolchevique evidenciou distinções relevantes entre a representação do líder como centro autoritário (Bolsonaro) e como parte integrante da coletividade (Lula).

A abordagem qualitativa se justifica pela natureza interpretativa do estudo, que visa compreender os significados construídos por meio das escolhas estéticas nos materiais audiovisuais. Como Creswell (2014) destaca, métodos qualitativos são apropriados para explorar questões que envolvem percepções, emoções e interpretações culturais. Além disso, a análise comparativa permite identificar tanto continuidades quanto rupturas entre as técnicas de propaganda do passado e do presente, fornecendo um entendimento mais profundo sobre a evolução das estratégias de comunicação política.

Esse protocolo foi concebido para identificar a articulação entre forma e conteúdo, entre estética e ideologia, e compreender como o audiovisual é mobilizado como instrumento de persuasão política e construção simbólica da realidade. Revelando a construção simbólica não apenas da imagem dos candidatos, mas de suas posições em relação à democracia, à polarização política e à identidade nacional, configurando suas campanhas como narrativas de disputa moral e ideológica.

Os dados coletados foram analisados de forma descritiva e interpretativa, utilizando parâmetros de análise de conteúdo visual que permitiram decompor as cenas e identificar padrões recorrentes. A interpretação dos dados seguiu uma perspectiva crítica, buscando relacionar as estratégias audiovisuais observadas com os contextos políticos e ideológicos de cada período histórico. Stake (1995) sugere que a análise interpretativa é fundamental para capturar a complexidade dos fenômenos sociais e culturais, e essa perspectiva foi adotada para compreender como os elementos visuais e narrativos são mobilizados para manipular e persuadir o público.

As análises também destacaram o papel das estratégias de deslegitimação do oponente (como as denúncias de corrupção no caso de Bolsonaro, e os ataques ao “radicalismo” no caso de Lula), bem como o uso da emoção e da esperança como meios persuasivos. Esses dados reforçam a pertinência da análise visual para identificar camadas simbólicas de manipulação e disputa política, destacando tanto os aspectos técnicos quanto os efeitos emocionais e ideológicos que esses elementos produzem no espectador. Essa abordagem metodológica é fundamental para compreender como o cinema, como meio de comunicação, pode ser utilizado para moldar percepções e consolidar poder político.

Embora a abordagem qualitativa adotada neste estudo permita compreender em profundidade os significados estéticos e ideológicos mobilizados nas peças audiovisuais, ela também apresenta limitações. A interpretação dos dados está condicionada ao olhar do

pesquisador, o que pode gerar vieses subjetivos, mesmo quando amparada em referenciais teóricos consolidados (Bordwell & Thompson, 2013; Nichols, 2010). Outro limite refere-se ao recorte do corpus: a escolha de três peças por candidato, ainda que justificada pelo critério de representatividade temporal, não abrange a totalidade dos conteúdos produzidos no horário gratuito de propaganda eleitoral. Por esse motivo, os resultados não devem ser entendidos como generalizações universais, mas como evidências significativas que revelam padrões narrativos e visuais relevantes. Ainda assim, o método mostra-se confiável para os objetivos da pesquisa, pois possibilita identificar a evolução das estratégias audiovisuais ao longo da campanha e compreender como elas consolidam a imagem pública dos candidatos.

2. TEORIAS DA COMUNICAÇÃO, NARRATIVA E PROPAGANDA POLÍTICA

A análise das campanhas eleitorais contemporâneas, especialmente quando baseadas em recursos audiovisuais, ganha maior profundidade ao ser ancorada nas principais Teorias da Comunicação. Essas teorias permitem compreender os modos de produção, circulação e recepção das mensagens políticas, bem como os efeitos simbólicos e emocionais gerados no público.

A perspectiva funcionalista, consolidada nos anos 1920-1930, é uma das bases para compreender o uso da comunicação de massa como meio de persuasão direta. Harold Lasswell (1948) sintetiza esse pensamento ao propor que se investigue “quem diz o quê, por qual canal, a quem e com que efeito”, destacando a função estratégica da propaganda em contextos políticos. Esse modelo se relaciona diretamente ao cinema de propaganda nazista e bolchevique, onde a figura do líder, os símbolos nacionais e a manipulação audiovisual eram planejados para gerar efeitos específicos sobre as massas.

Nesse mesmo contexto, emerge a chamada Teoria Hipodérmica (também conhecida como "teoria da bala mágica"), segundo a qual a mensagem midiática é injetada diretamente no receptor, que a absorve sem resistência. Essa teoria ajuda a compreender a eficácia de certas imagens impactantes e de slogans políticos que são repetidos de forma massiva. Segundo Lowery e DeFleur (1995), essa abordagem considera o público como homogêneo e passivo, uma suposição recorrente na estética propagandística autoritária.

Como afirma Katz (1983), apesar das críticas, o funcionalismo manteve relevância ao

destacar as funções sociais da mídia - informar, entreter, educar e persuadir. No contexto eleitoral de 2022, as campanhas de Lula e Bolsonaro utilizam o aparato técnico e simbólico do audiovisual com esse mesmo propósito. A função persuasiva, por exemplo, é explorada por meio da repetição de imagens de autoridade, segurança ou inclusão social, conforme os perfis ideológicos dos candidatos. Trata-se de uma aplicação prática dos princípios apontados por Lasswell (1948), para quem a análise da comunicação deve considerar “quem diz o quê, por qual canal, a quem, e com que efeito”.

A crítica à massificação da comunicação e à padronização dos discursos encontra base na Escola de Frankfurt. Adorno e Horkheimer (1944) argumentam que a indústria cultural transforma produtos artísticos em mercadorias, esvaziando sua potência crítica e reforçando o conformismo social. Para os autores, o entretenimento é a extensão do trabalho sob o capitalismo tardio, e nesse sentido, a propaganda política, ao se apropriar da estética do cinema, pode exercer um papel de controle simbólico e ideológico. Isso se revela, por exemplo, na exaltação da figura do líder como "salvador", comum tanto no cinema nazista quanto em determinadas campanhas eleitorais contemporâneas.

Stuart Hall (2003) propõe uma virada importante na teoria da comunicação ao desenvolver o modelo da codificação e decodificação. Para Hall, as mensagens midiáticas não possuem sentidos únicos, pois os receptores as interpretam a partir de seus próprios contextos sociais e culturais. Ele afirma que os significados não estão fixos no texto, mas são negociados no processo de recepção. Esse modelo é crucial para entender como as peças audiovisuais das campanhas de Bolsonaro e Lula, embora intencionalmente construídas, são recebidas de formas distintas por diferentes grupos sociais.

A teoria do Agenda-setting, formulada por McCombs e Shaw (1972), sugere que a mídia não diz ao público o que pensar, mas sim sobre o que pensar. Ou seja, a seleção dos temas abordados nas campanhas políticas - como segurança, economia ou soberania - orienta a atenção do eleitorado. Quando uma campanha se apoia visualmente na repetição de símbolos nacionais ou em temas de “ordem e progresso”, ela está realizando um enquadramento deliberado, reforçando uma pauta emocional e política.

A teoria da Espiral do Silêncio, proposta por Elisabeth Noelle-Neumann (1974), destaca como a percepção de maioria pode levar ao silenciamento das opiniões divergentes. Em campanhas fortemente polarizadas, como a de 2022, esse fenômeno aparece nas estratégias de visibilidade pública de apoio ao candidato - como comícios massivos e o uso

das cores da bandeira nacional - criando a sensação de hegemonia simbólica.

Estudos sobre discurso e narrativa política fornecem meios fundamentais para a compreensão de como as imagens audiovisuais operam como construções simbólicas e estratégias de convencimento. Conforme Charaudeau (2006), o discurso político é sempre uma forma de *mise en scène* da identidade e da autoridade, na qual o sujeito político se constrói diante de um público-alvo, assumindo posturas, valores e visões de mundo ajustadas ao momento comunicacional.

Nesse sentido, os elementos técnicos do audiovisual - como enquadramento, montagem, iluminação e trilha sonora - não são neutros. Eles articulam um discurso que busca mobilizar afetos, instaurar legitimidade e criar distinções entre “nós” e “eles”. Para Maingueneau (2005), o discurso político se estrutura por meio de cenas de enunciação, onde o locutor (o candidato, no caso das campanhas) se inscreve em um cenário discursivo que busca instaurar sua autoridade simbólica.

Assim, a análise do discurso e da narrativa política no contexto audiovisual permite compreender como técnicas cinematográficas, herdadas de tradições como o cinema de propaganda, são utilizadas para criar efeitos de sentido, seja por meio da exaltação de um líder, da construção do inimigo comum ou da evocação de pertencimento coletivo. Segundo Nichols (2010), o cinema documental e propagandístico emprega estratégias de montagem e enquadramento para legitimar posições ideológicas e emocionar o espectador, articulando emoção e autoridade. Para Giannetti (2008), os elementos técnicos da linguagem cinematográfica (como iluminação, composição e ritmo de edição) influenciam diretamente a percepção e os afetos do público, funcionando como dispositivos persuasivos. Nesse sentido, o discurso político audiovisual se constrói não apenas pelo conteúdo verbal, mas por uma *mise-en-scène* simbólica (Charaudeau, 2006) e por estruturas de enunciação visual que posicionam o espectador como cúmplice ou opositor, como observa Maingueneau (2005).

A própria estrutura narrativa das campanhas retoma estratégias utilizadas nas mídias de massa do século XX, como os cinejornais de propaganda estatal. Como nota Kovaleski (2019), a linguagem publicitária e cinematográfica se fundem em um hibridismo estético que visa capturar a atenção e gerar identificação imediata com o público - um objetivo compartilhado com os modelos funcionais de comunicação.

Portanto, compreender as campanhas eleitorais a partir das teorias da comunicação permite articular os aspectos estéticos do cinema com as dinâmicas discursivas, emocionais e

ideológicas da política contemporânea. O que este trabalho revela é essa continuidade entre passado e presente, em que as estratégias funcionais de persuasão, emoção e mobilização social são atualizadas tecnicamente, mas permanecem enraizadas nos modelos inaugurais da comunicação de massa. A intersecção entre propaganda, imagem e recepção revela como a linguagem audiovisual continua a ser um poderoso instrumento de formação de opinião e mobilização afetiva.

3. CINEMA DE PROPAGANDA NAZISTA

Para entender o cinema de propaganda nazista, precisamos entender o contexto político e social da Alemanha na época, sendo que futuramente, o cinema, terá um papel importante como influência política por conta do momento em que se passava na Alemanha. A pesquisa irá entender esse papel histórico.

3.1 Contexto Político e Social da Alemanha Nazista

O contexto político e social da Alemanha Nazista é fundamental para compreender como o cinema foi utilizado como dispositivo central de propaganda durante o Terceiro Reich. Após a derrota na Primeira Guerra Mundial, a Alemanha vivenciou um período de grande instabilidade política, econômica e social. O Tratado de Versalhes (1919) impôs severas penalidades econômicas ao país, resultando em uma crise financeira que culminou em hiperinflação e desemprego em massa na década de 1920. Esse período, conhecido como República de Weimar, foi marcado por uma sensação de humilhação nacional e desesperança generalizada, criando o ambiente perfeito para o surgimento de movimentos extremistas que prometiam uma restauração do orgulho alemão (Brasil Escola, 2024).

Foi nesse contexto de crise que o Partido Nazista, liderado por Adolf Hitler, ganhou força ao prometer uma solução rápida para os problemas econômicos e uma recuperação da dignidade nacional. A propaganda desempenhou um papel central nesse processo, ajudando a promover a ideologia nazista e a consolidar o poder de Hitler. Joseph Goebbels, nomeado Ministro da Propaganda e Esclarecimento Público em 1933, compreendeu que a manipulação da opinião pública seria essencial para garantir o controle do regime e, nesse sentido, o cinema emergiu como um dos dispositivos mais eficazes para atingir as massas (Brasil Escola, 2024).

A ascensão de Hitler ao poder em 1933 marcou o início de um processo de nazificação

de todos os aspectos da sociedade alemã, incluindo a cultura e os meios de comunicação. O Ministério da Propaganda, sob o comando de Goebbels, estabeleceu um rígido controle sobre a produção cinematográfica, garantindo que todos os filmes estivessem alinhados com a ideologia nazista. Segundo Brasil Escola, a narrativa promovida pelo regime visava exaltar a superioridade da raça ariana, a grandeza da nação alemã e a necessidade de eliminar inimigos internos e externos, como judeus, comunistas e outras minorias consideradas “indesejáveis” (Brasil Escola, 2024).

Goebbels acreditava que o cinema era uma forma de arte que poderia atingir tanto as emoções quanto a razão, tornando-se, portanto, um poderoso meio de persuasão (Taylor, 1998; Reuth, 1993). Goebbels via o potencial do cinema como uma maneira de criar uma narrativa emocional que poderia penetrar profundamente na consciência do público, moldando suas percepções e atitudes (Bergfelder, 2000). Goebbels estava ciente de que uma narrativa bem construída e esteticamente agradável poderia influenciar profundamente as massas, criando uma identidade coletiva e mobilizando o apoio popular para os objetivos do regime. Como apontado por Welch (1984), a propaganda nazista utilizou o cinema não apenas para educar ou informar, mas principalmente para evocar emoções e criar uma conexão visceral com os ideais do Terceiro Reich.

A produção cinematográfica durante o período nazista foi caracterizada por uma diversidade de gêneros, incluindo documentários, filmes de ficção e cinejornais, todos cuidadosamente elaborados para transmitir mensagens políticas. Filmes como *O Triunfo da Vontade* (1935), dirigido por Leni Riefenstahl, e *Olympia* (1938) são exemplos de obras que, embora apresentadas como documentários, foram meticulosamente planejadas para glorificar o poder e a disciplina do regime nazista. Esses filmes foram encomendados para retratar eventos específicos, como o Congresso do Partido Nazista em Nuremberg e os Jogos Olímpicos de 1936, com o objetivo de exaltar a força e a unidade do povo alemão sob a liderança de Hitler (Welch, 1984).

O cinema de propaganda nazista não se limitava à exaltação de Hitler e do Partido Nazista, mas também buscava desumanizar e demonizar os “inimigos” do regime. Filmes como *O Eterno Judeu* (1940), dirigido por Fritz Hippler, foram utilizados para disseminar a ideologia antissemita, retratando os judeus como uma ameaça à sociedade e justificando as políticas de perseguição e genocídio que seriam implementadas pelo regime. A construção dessas narrativas cinematográficas era fundamental para criar um ambiente de medo e ódio,

que facilitasse a aceitação das políticas de exclusão e violência promovidas pelo governo nazista (Welch, 1984).

Além disso, o cinema foi utilizado para reforçar a ideia de pertencimento e unidade nacional. As multidões mostradas nos filmes de Riefenstahl eram sempre organizadas e uniformizadas, simbolizando a ordem e a disciplina que o Partido Nazista pregava como ideais para a sociedade alemã. A representação de massas em perfeita sincronia não apenas exaltava o poder do coletivo, mas também eliminava o individualismo, reforçando a ideia de que cada indivíduo deveria se subordinar aos interesses do Estado. Segundo Koonz (2003), a estética das massas organizada e disciplinada servia para naturalizar o autoritarismo, promovendo a ordem e a obediência como virtudes fundamentais para o sucesso da nação.

A política de controle cultural também envolveu a criação de uma infraestrutura cinematográfica que garantisse a produção e a distribuição de filmes alinhados com a ideologia nazista. A UFA (Universum Film AG), principal estúdio de cinema da Alemanha, foi integrada ao aparato de propaganda do regime, e muitos dos seus cineastas e técnicos passaram a trabalhar diretamente para o Ministério da Propaganda. Dessa forma, o cinema alemão se tornou uma extensão do Estado, e a produção cinematográfica era supervisionada em todas as suas etapas para assegurar que cada filme estivesse em conformidade com os objetivos políticos do regime.

Outro aspecto importante do contexto político e social da Alemanha nazista foi o uso de grandes eventos públicos, como os comícios de Nuremberg e os Jogos Olímpicos de Berlim, como cenários para a produção de filmes que exaltavam a glória da nação. Esses eventos foram cuidadosamente coreografados para criar uma imagem de força, unidade e disciplina, e a filmagem desses eventos transformou-os em espetáculos visuais que poderiam ser replicados e ampliados para um público muito maior. Segundo Taylor (1998), os comícios de Nuremberg, filmados por Riefenstahl, não eram apenas encontros políticos, eram performances cuidadosamente planejadas para serem eternizadas no cinema e inspirar milhões de espectadores.

O contexto político e social da Alemanha nazista, marcado pela crise econômica e social pós-primeira guerra mundial, pela ascensão de um governo totalitário e pela implantação de uma política de controle cultural e propaganda em massa, criou as condições ideais para o uso do cinema como uma forma central de manipulação e mobilização popular. Sob a liderança de Goebbels, o cinema se tornou um dos principais instrumentos do regime

para moldar a percepção pública, glorificar a figura de Hitler e promover a ideologia nazista, consolidando a base de apoio necessária para implementar suas políticas de guerra e genocídio.

Essa eficácia na manipulação simbólica pode ser compreendida pelas teorias da comunicação, como o modelo de Lasswell, que analisa os efeitos da mensagem na estrutura comunicacional. Além disso, Adorno e Horkheimer (2006) destacam como os meios de comunicação, sob o controle estatal, operam como formas de dominação cultural e ideológica, naturalizando a obediência e o autoritarismo.

3.2 Desenvolvimento da Estética do Poder sob Goebbels e Riefenstahl

Leni Riefenstahl, uma das principais cineastas do regime nazista, foi responsável por filmes icônicos como *O Triunfo da Vontade* (1935) e *Olympia* (1938). Esses filmes foram cuidadosamente planejados para transmitir mensagens de poder, unidade e superioridade racial. Riefenstahl tinha um talento único para criar uma estética grandiosa e monumental, que se alinhava perfeitamente à narrativa de superioridade pregada pelo nazismo. De acordo com Kracauer (1947), o trabalho de Riefenstahl foi fundamental para estabelecer uma estética que glorificava a disciplina e a obediência, apresentando Hitler como um líder divino e as massas como uma entidade unificada e subordinada ao seu comando.

A obra de Riefenstahl era inovadora em termos de linguagem cinematográfica e propagandística. Conhecido como contra-plongée, Riefenstahl utilizava ângulos de câmera baixos para engrandecer Hitler e reforçar a ideia de sua superioridade sobre as massas. Segundo o Instituto de Cinema, o ângulo baixo posiciona a câmera abaixo do nível dos olhos do espectador, criando a sensação de superioridade do personagem filmado (Instituto de Cinema, 2025). Esses ângulos criavam uma perspectiva que o fazia parecer maior e mais poderoso, um recurso que é discutido por Welch (1984) ao analisar a representação icônica do poder nazista. Além disso, Riefenstahl utilizou planos gerais que mostravam multidões organizadas, simbolizando a unidade e disciplina do povo alemão. Bergfelder (2000) descreve como esses planos contribuíam para transmitir uma sensação de inevitabilidade histórica e ordem inabalável, ajudando a reforçar a autoridade de Hitler.

Em *O Triunfo da Vontade*, Riefenstahl retrata o congresso do Partido Nazista em Nuremberg em 1934, apresentando Hitler como um líder carismático e infalível. A cineasta também empregou movimentos de câmera inovadores, como travellings fluidos e

panorâmicas longas, que percorriam as fileiras de soldados e participantes dos comícios. O travelling fluído é um movimento de câmara que se desloca pelo espaço, da esquerda para direita ou da direita para esquerda, proporcionando ao espectador a sensação de imersão e grandiosidade do acontecimento, útil em cenas com várias pessoas. Em *O Triunfo da Vontade* (1935), a diretora utilizou para deslizar entre as fileiras de soldados. Já a panorâmica longa (ou pan), consiste em girar a câmara sobre o próprio eixo, no movimento horizontal, sem mover a base da câmara, permitindo mostrar paisagens amplas ou multidões, sendo eficaz para transmitir ideia de ordem, disciplina e força coletiva, características empregadas pela estética nazista, sendo essas técnicas consideradas pioneiras para a época, influenciando o desenvolvimento da linguagem cinematográfica documental e propagandística no mundo (UNITED STATES HOLOCAUST MEMORIAL MUSEUM, 2024). Esses movimentos criavam uma sensação de dinamismo e unidade, proporcionando uma visão quase épica do evento. Segundo Taylor (1998), o uso de movimentos de câmara em *O Triunfo da Vontade* era fundamental para transmitir a grandiosidade do evento e a sensação de um destino histórico compartilhado pelo povo alemão.

A iluminação também desempenhou um papel crucial. Hitler era frequentemente iluminado de forma a destacá-lo em contraste com a multidão ao seu redor, criando uma aura quase divina. Como Rentschler (1996) aponta, a manipulação da luz era um componente essencial na construção do culto à personalidade de Hitler, reforçando a percepção dele como o salvador da Alemanha. Esse uso dramático da iluminação também tinha um efeito hipnótico, evocando uma resposta emocional poderosa dos espectadores, que viam em Hitler uma figura messiânica.

Além disso, em *Olympia* (1938), Riefenstahl usou técnicas cinematográficas sofisticadas para capturar a beleza dos atletas em movimento, apresentando-os como exemplos da perfeição física ariana. Ela utilizou a câmara lenta e close-ups detalhados para glorificar o corpo humano, transformando os Jogos Olímpicos em um espetáculo visual que reafirmava a superioridade racial. Câmera lenta seria a captação das imagens de forma que os movimentos fiquem mais lentos, em uma maior taxa de quadros, e close-up são imagens aproximadas, planos mostrando detalhes, no caso, dos corpos dos atletas. De acordo com Bergfelder (2000), essas representações estéticas não apenas exaltavam o atletismo, mas também sugeriam uma conexão entre a perfeição física e os ideais nazistas de pureza racial.

A montagem também desempenhou um papel central no trabalho de Riefenstahl. Ela

organizou as cenas de maneira a sincronizar o clímax visual com a música épica e militarista, criando uma experiência sensorial e emocional arrebatadora. Kracauer (1947) observa que essa técnica de montagem funcionava como um meio de hipnotizar o público, conduzindo suas emoções e canalizando-as para a aceitação da ideologia nazista. A música e a edição eram cuidadosamente coordenadas para maximizar o impacto emocional, transformando cada cena em um momento de exaltação patriótica.

Goebbels, enquanto Ministro da Propaganda, entendia que a estética visual era essencial para criar uma experiência emocional que conectasse o público à ideologia nazista. Ele acreditava que o poder da propaganda residia em sua capacidade de suscitar sentimentos que sobrepujassem qualquer questionamento racional (Reuth, 1993). Para Goebbels, o cinema não deveria ser apenas informativo, mas principalmente sensorial e emocional, capaz de influenciar o inconsciente do espectador. Como observa O'Shaughnessy (2014), o uso da imagem para criar uma narrativa emocional é uma característica central da propaganda nazista, onde o líder é posicionado como o salvador de uma nação humilhada.

Portanto, a estética do poder desenvolvida por Goebbels e Riefenstahl não apenas comunicava a mensagem de superioridade racial e unidade nacional, mas também envolvia o espectador em uma narrativa emocional irresistível. As técnicas inovadoras de filmagem, enquadramento, iluminação, montagem e música foram todas utilizadas de forma integrada para criar uma experiência cinematográfica que transcendia o mero entretenimento, tornando-se um instrumento eficaz de manipulação e controle ideológico. O impacto duradouro desses filmes demonstra o poder do cinema como meio de propaganda, e o legado de Riefenstahl ainda é um objeto de estudo sobre como a arte pode ser instrumentalizada para fins autoritários. Riefenstahl tinha um talento único para criar uma estética grandiosa e monumental, que se alinhava perfeitamente à narrativa de superioridade pregada pelo nazismo. De acordo com Kracauer (1947), o trabalho de Riefenstahl foi fundamental para estabelecer uma estética que glorificava a disciplina e a obediência, apresentando Hitler como um líder divino e as massas como uma entidade unificada e subordinada ao seu comando. Esses filmes foram cuidadosamente planejados para transmitir mensagens de poder, unidade e superioridade racial.

3.3 Revisão Teórica de “*O Triunfo da Vontade*”: Detalhes sobre Estética, Técnica e Impacto

O Triunfo da Vontade é um exemplo paradigmático de como o cinema pode ser usado

para glorificar o poder político. O filme começa com a chegada de Hitler a Nuremberg, mostrado descendo de um avião como se estivesse "descendo do céu". Esse enquadramento não é acidental; ele simboliza Hitler como uma figura messiânica, enviada para redimir a Alemanha de suas dificuldades. A multidão que o aguarda está organizada de forma perfeita, reforçando a ideia de disciplina e obediência.

Durante os discursos, a câmera de Riefenstahl utiliza uma série de closes em Hitler, capturando suas expressões faciais e gestos poderosos. Ao mesmo tempo, planos gerais mostram a multidão reagindo com entusiasmo e devoção, criando uma conexão emocional entre o líder e seu povo. Segundo Welch (1984), a técnica de filmagem de Riefenstahl transforma o congresso em um espetáculo teatral, onde Hitler é ao mesmo tempo ator e diretor, guiando a nação em sua visão de grandeza futura.

3.3.1 Simbologia e Temática do Filme

O Triunfo da Vontade não se limita a ser apenas uma obra cinematográfica; ele foi concebido como um "hino visual" ao nazismo e à grandeza da Alemanha sob o comando de Hitler. O filme combina elementos rituais com simbolismo visual para apresentar a figura de Hitler como uma personificação da "vontade" alemã. Desde o início, o filme estabelece um tom messiânico ao mostrar Hitler descendo do céu - uma clara referência a um salvador que vem resgatar o povo alemão da incerteza e da humilhação que se seguiram à Primeira Guerra Mundial. Essa representação de Hitler como um líder messiânico é fundamental para a narrativa do filme e é reforçada durante todo o congresso.

Goebbels, como líder da propaganda nazista, tinha plena consciência da importância da criação de uma mitologia visual. Para isso, o filme evoca elementos religiosos: as multidões de seguidores de Hitler são frequentemente mostradas de forma ritualística, como um culto devocional. A ideia de obediência, lealdade e subordinação é reforçada visualmente por meio da coreografia das multidões, que parecem dançar ao comando do líder, simbolizando a entrega do povo alemão à causa nazista. Segundo Hall (2003), o filme cria um simbolismo quase religioso, onde Hitler é retratado como a única força capaz de guiar a Alemanha para a salvação.

3.3.2 Técnicas de Enquadramento e Composição Visual

Riefenstahl emprega uma ampla variedade de técnicas cinematográficas que elevam

Hitler à condição de figura suprema. A escolha dos ângulos é fundamental para construir a imagem do poder absoluto. A câmera, posicionada em ângulos baixos quando Hitler está discursando, cria uma imagem monumental do líder, enquanto os planos gerais da multidão são mostrados de cima, reforçando a sua submissão ao líder. Essa relação de câmera é essencial para definir visualmente a hierarquia entre Hitler e seu povo.

Riefenstahl também utiliza a profundidade de campo para enfatizar a grandiosidade do evento. Quando a câmera foca em Hitler, a multidão ao fundo, desfocada, aparece como uma massa indistinta, reforçando a ideia de que o líder é o ponto focal de toda a ação. Em contraste, quando a câmera foca na multidão, o enquadramento é organizado de forma simétrica e ordenada, representando a disciplina e a união do povo sob a liderança nazista. Segundo Visconti (2017), Riefenstahl utilizava o enquadramento como uma forma de escultura visual, moldando as relações de poder e construindo uma narrativa de obediência e grandeza.

3.3.3 Montagem e Ritmo

Outro aspecto importante é a montagem do filme, que é cuidadosamente planejada para evocar emoções específicas nos espectadores. A montagem alternada é frequentemente usada para criar uma tensão dramática entre os discursos de Hitler e a reação da multidão. Essa técnica não só reforça a conexão emocional entre o líder e seus seguidores, mas também cria um ritmo visual que guia o espectador a uma resposta emocional inevitável. Segundo Kracauer (1947, p. 275), "a montagem do filme é uma orquestração de emoções, onde a alternância de planos de Hitler e da multidão cria uma espécie de 'dança da obediência'".

Além disso, o uso da repetição é um elemento-chave no filme. Riefenstahl repete imagens de multidões em êxtase, bandeiras nazistas ondulando ao vento e marchas militares para reforçar os temas de unidade e força. A repetição cria uma impressão duradoura na mente do espectador, fazendo com que as imagens se tornem icônicas e difíceis de dissociar do sentimento de poder e grandeza nazista. Segundo Barthes (1972), a repetição de símbolos no cinema de propaganda transforma o símbolo em um mito, tornando-o uma representação naturalizada de uma ideologia (Barthes, 1972).

3.3.4 Uso de Luz e Sombra

A iluminação em *O Triunfo da Vontade* é usada de forma estratégica para criar um

efeito dramático e quase religioso. Hitler é frequentemente iluminado de forma a destacá-lo em relação ao ambiente ao seu redor, enquanto a multidão permanece em uma penumbra controlada. Esse contraste de luz e sombra serve para criar uma hierarquia visual, onde Hitler aparece como uma figura iluminada e a multidão como uma massa homogênea que busca a "luz" do líder.

O uso de iluminação direta em Hitler cria um efeito de halo, especialmente nas cenas de discurso, onde sua figura se destaca nitidamente contra um fundo neutro ou contra a multidão. Isso não é um mero recurso estético; a luz aqui é simbólica, representando a liderança e a sabedoria, enquanto as sombras da multidão simbolizam a necessidade de direção. Como aponta Nicosia (2000), a iluminação em Riefenstahl não só define a estética visual, mas também comunica uma mensagem ideológica clara sobre a liderança e a salvação.

3.3.5 Análise das Sequências de Discurso e Multidões

As sequências de discurso de Hitler em *O Triunfo da Vontade* são momentos centrais do filme. Segundo as análises realizadas, durante os discursos, a câmera se move lentamente em direção a Hitler, aproximando-o progressivamente do espectador. Isso cria uma sensação de intimidade e conexão direta, como se Hitler estivesse falando pessoalmente para cada indivíduo na audiência.

Por outro lado, as cenas da multidão são organizadas de forma a retratar os seguidores de Hitler como uma massa homogênea e leal. Marchas militares, bandeiras nazistas sendo erguidas e fileiras de soldados são mostradas em uma coreografia impecável. Esse tipo de imagem é uma reminiscência dos balés mecanizados, onde cada pessoa desempenha um papel menor em um grande movimento coordenado. Como Zoller-Seitz (2013) observou, essas cenas visam eliminar o individualismo, apresentando o coletivo como o verdadeiro protagonista, unido sob a liderança de Hitler.

3.3.6 Elementos Sonoros e Trilha Musical

A trilha sonora de *O Triunfo da Vontade* é outro elemento que não pode ser ignorado quando analisamos a representatividade do filme. De modo geral, a música é grandiosa e militarista, com vários instrumentos orquestrais, e em um sentido rítmico binário, aludindo a músicas militares, a uma marcha. Composta de forma a elevar o espírito e evocar um sentimento de orgulho nacional. A trilha sonora acompanha de perto os movimentos da

câmera e a ação na tela, funcionando como um guia emocional para o espectador. Por exemplo, quando Hitler está prestes a aparecer, há uma construção gradual da música, que atinge um clímax quando o líder finalmente é visto. Essa técnica é uma forma de preparar emocionalmente o público para a presença de Hitler, garantindo que a sua aparição tenha o máximo impacto psicológico.

3.3.7 A Iconografia e a Criação do Mito do Führer

Outro aspecto crucial de *O Triunfo da Vontade* é o uso da iconografia para criar o mito do Führer. Hitler é apresentado de maneira que evoca líderes históricos, figuras religiosas e heróis mitológicos. A câmera frequentemente captura Hitler em silhueta contra o céu, reforçando a ideia de que ele é uma figura elevada, alguém que está além do mundo comum. Esse tipo de representação é cuidadosamente construído para reforçar a ideia de que Hitler não é apenas um líder político, mas uma força quase divina, destinada a guiar a Alemanha em direção à grandeza.

Ao longo do filme, símbolos nazistas, como a suástica, são mostrados com destaque, muitas vezes em close-up ou em planos amplos que incluem grandes grupos de pessoas portando bandeiras. Esses símbolos são utilizados para criar uma identidade visual forte e unificada, onde o indivíduo se perde no coletivo, mas, ao mesmo tempo, encontra um sentido de pertencimento. Como salientou Koonz (2003), a iconografia em *O Triunfo da Vontade* não é apenas decorativa, mas desempenha um papel crucial na criação do mito de unidade e poder nacional.

3.3.8 Impacto e Recepção do Filme

A recepção de *O Triunfo da Vontade* tanto na Alemanha quanto internacionalmente ilustra o poder da propaganda bem executada. Na Alemanha, o filme foi amplamente bem recebido, sendo considerado uma obra-prima do cinema e um símbolo do renascimento nacional. Seu impacto foi tão grande que participantes dos congressos subsequentes do Partido Nazista admitiram ter sido profundamente influenciados pelas imagens do filme (Welch, 1984).

Internacionalmente, apesar das críticas ao conteúdo ideológico, muitos reconheciam a qualidade técnica e a habilidade de Riefenstahl como cineasta. A combinação de movimentos de câmera inovadores, montagem precisa e uma estética visual grandiosa fez com que o filme

fosse considerado uma das maiores realizações do cinema de propaganda. De acordo com Taylor (1998), o poder de *O Triunfo da Vontade* reside em sua capacidade de tornar a ideologia nazista esteticamente atraente, algo que outros países perceberam e temeram.

3.3.9 Relação entre a Estética de Riefenstahl e a Doutrina de Goebbels

A estética cinematográfica de Leni Riefenstahl estava em consonância com a doutrina de Joseph Goebbels. Goebbels acreditava que a propaganda não deveria ser óbvia; ela deveria ser apresentada de forma a entreter e emocionar, para que a mensagem se infiltrasse de maneira sutil no inconsciente do público. *O Triunfo da Vontade* exemplifica essa estratégia, pois embora seja claramente uma peça de propaganda, sua qualidade cinematográfica permite que seja apreciada como arte.

Goebbels reconhecia que a eficácia da propaganda estava ligada à sua capacidade de ser absorvida pelo público sem resistência. Como observou Welch (1984), a abordagem estética de Riefenstahl em *O Triunfo da Vontade* é tão eficaz porque transforma a propaganda em espetáculo, tornando difícil para o público distinguir entre entretenimento e doutrinação. Dessa forma, o filme não apenas reforçava a imagem de Hitler e do Partido Nazista, mas também legitimava suas ações aos olhos da população.

3.3.10 O Legado de “*O Triunfo da Vontade*”

O Triunfo da Vontade deixou um legado controverso, tanto no campo do cinema quanto na política. Tecnicamente, o filme influenciou cineastas, que passaram a utilizar suas técnicas inovadoras de montagem, enquadramento e iluminação. Artistas como Stanley Kubrick e George Lucas, em seus trabalhos, reconheceram a importância das contribuições técnicas de Riefenstahl. No entanto, a associação do filme com uma ideologia genocida e totalitária trouxe questões éticas complexas sobre o papel da arte na política e a responsabilidade do artista.

Hoje, *O Triunfo da Vontade* é estudado tanto como uma obra-prima cinematográfica quanto como um alerta sobre o poder da propaganda visual. O filme continua a ser uma prova de como o cinema pode ser usado para manipular as emoções, influenciar opiniões e moldar a realidade social. Como afirmou Nichols (2010), o legado de *O Triunfo da Vontade* não está apenas em suas inovações técnicas, mas em seu testemunho sombrio sobre a capacidade da arte de servir a causas destrutivas.

3.4 Revisão Teórica de "Olympia": A Exaltação do Corpo

A inclusão de Olympia (1938) neste corpus justifica-se por seu caráter híbrido: embora registrado como documentário esportivo, foi concebido como peça de propaganda política do regime nazista. Supervisionado pelo aparato de Goebbels, o filme instrumentaliza o esporte como espetáculo ideológico, exaltando o corpo ariano e associando disciplina atlética à superioridade nacional. Assim, Olympia insere-se plenamente na tradição do cinema de propaganda, ao lado de obras como O Triunfo da Vontade, reforçando a capacidade do audiovisual de converter eventos culturais em narrativas políticas de legitimação do *poder*. O filme documenta os Jogos Olímpicos de 1936 em Berlim, é outro exemplo da habilidade de Riefenstahl em criar uma narrativa visual que glorifica os ideais nazistas. Cenas de atletas em câmera lenta, close-ups de músculos e expressões de esforço destacam a beleza e a força dos competidores, criando uma relação direta entre a força física e a ideologia de superioridade racial pregada pelo regime (Riefenstahl, 1987).

Riefenstahl utilizou várias técnicas cinematográficas inovadoras para criar uma narrativa que transmitisse a grandiosidade e o poder do corpo ariano. A câmera lenta foi usada para dar ênfase ao movimento dos atletas, destacando a perfeição técnica e a força física de cada um deles. Essa técnica, de acordo com Bergfelder (2000), cria uma sensação de transcendência, como se os atletas estivessem além do alcance humano comum, simbolizando a ideia de uma raça superior.

Além disso, Riefenstahl utilizou close-ups que isolavam partes específicas do corpo dos atletas, como os músculos em tensão durante uma corrida ou um salto. Esses detalhes eram apresentados de forma a criar uma estética quase escultórica do corpo humano, fazendo uma conexão entre o ideal clássico de beleza física e a propaganda nazista sobre a pureza racial. De acordo com Kracauer (1947), essa forma de representação visual visava não apenas celebrar o esporte, mas também transformar os corpos dos atletas em ícones que reforçavam a superioridade racial dos arianos.

Riefenstahl também fez uso de planos amplos para mostrar a grandiosidade dos estádios e a organização dos eventos, sugerindo que a Alemanha nazista era capaz de realizar feitos monumentais. O uso de travellings, gruas e movimentos de câmera fluídos ajudava a construir uma atmosfera épica em torno dos jogos, elevando o evento esportivo a uma dimensão política e cultural. Segundo Costa et al. (2018, p. 56), "a glorificação do corpo ariano em *Olympia* serviu não apenas como uma celebração dos atletas, mas como uma forma

de promover o ideal racial nazista, ligando a força física à superioridade moral e política". Dessa forma, *Olympia* funciona tanto como um registro histórico quanto como uma peça de propaganda que reforça os valores do regime.

A montagem de *Olympia* também foi um elemento essencial para transmitir a narrativa desejada. A edição do filme cria um ritmo que evoca a emoção do esporte e a grandiosidade da nação. As transições entre cenas dos atletas competindo, multidões aplaudindo e bandeiras nazistas tremulando estabeleciam uma conexão simbólica entre a glória esportiva e o poder do Terceiro Reich. Segundo Kracauer (1947), a edição rítmica era fundamental para transformar o evento esportivo em um espetáculo de propaganda, exaltando tanto o esforço individual quanto a coletividade como características centrais do ideal ariano. Essa técnica contribuiu para transmitir a ideia de que a Alemanha nazista estava destinada a ser uma nação de vencedores, superior a todas as outras.

Riefenstahl também inovou ao utilizar a câmera subaquática nas competições de natação, criando uma perspectiva inédita e reforçando a ideia de que a beleza física dos atletas transcende os limites humanos. Essa técnica não apenas dava um caráter estético às cenas esportivas, mas também promovia uma conexão quase mítica entre os atletas e a natureza. De acordo com Bordwell (2006, p. 135), "a utilização da câmera subaquática e de outras técnicas inovadoras em *Olympia* ajudou a criar um retrato glorificado do corpo humano, que era diretamente associado aos ideais de força e pureza racial defendidos pelo regime nazista".

Além disso, a narrativa de *Olympia* se desenvolve de forma a mostrar a progressão dos atletas como heróis, criando uma história que vai além do mero registro esportivo. Riefenstahl estruturou o filme de modo que os atletas se tornassem protagonistas em uma jornada de superação, o que fazia com que o público se conectasse emocionalmente com a trajetória deles. Segundo Rentschler (1996), "a montagem de *Olympia* foi cuidadosamente construída para criar uma identificação do público com os atletas, não apenas como esportistas, mas como exemplos da força e do espírito inquebrável do povo ariano" (Rentschler, 1996).

A representação dos espectadores e das massas nas arquibancadas também contribuiu para o tom épico do filme. Riefenstahl usou planos gerais e travellings que percorriam a multidão, destacando a sincronia e a ordem entre os espectadores, que eram apresentados como uma extensão da perfeição e do controle demonstrados pelos atletas. Essa abordagem visual enfatizava a ideia de que a Alemanha nazista era uma nação unida, onde todos trabalhavam em harmonia pelo bem maior. Segundo Taylor (1998), a representação das

massas em *Olympia* reforçava a noção de disciplina e unidade nacional, valores que eram fundamentais para a propaganda nazista.

O uso de música épica, com grandes orquestrações e percussão marcante, frequentemente sincronizada com as imagens de atletas em ação, foi outro elemento que intensificou o impacto emocional do filme. A trilha sonora não apenas acompanhava as cenas, mas também amplificava a grandiosidade dos feitos esportivos, conferindo-lhes um caráter quase divino. Conforme apontado por O'Shaughnessy (2014), a música em *Olympia* não servia apenas como acompanhamento, mas como um elemento crucial para transformar as competições em rituais que exaltavam a grandeza da Alemanha e dos seus atletas.

O impacto de *Olympia* não se limitou apenas à Alemanha. Como observou Riefenstahl em suas memórias, o filme foi amplamente distribuído internacionalmente e teve uma recepção favorável em diversos países, contribuindo para projetar uma imagem positiva da Alemanha nazista no exterior (Riefenstahl, 1987). Essa recepção internacional demonstra como o poder da propaganda pode transcender fronteiras, utilizando uma narrativa aparentemente neutra - como a celebração do esporte - para disseminar uma ideologia de dominação e superioridade.

Assim, *Olympia* funciona tanto como um registro histórico dos Jogos Olímpicos quanto como uma peça de propaganda sofisticada que reforça os valores do regime nazista. A estética visual, os enquadramentos, os movimentos de câmera e a montagem criaram uma narrativa que ligava a força física e a perfeição atlética aos ideais raciais e políticos do nazismo, promovendo uma visão glorificada e idealizada da Alemanha sob o Terceiro Reich. A sofisticação técnica e a inovação visual de Riefenstahl tornaram *Olympia* não apenas uma obra cinematográfica importante, mas também um exemplo contundente de como a propaganda pode ser habilmente inserida em eventos aparentemente apolíticos, utilizando a estética e a emoção para manipular percepções e disseminar ideologias autoritárias.

3.4.1 Impacto Psicológico no Público Alemão

O impacto do cinema de propaganda nazista sobre o público alemão foi significativo. A propaganda cinematográfica criada por Riefenstahl, em colaboração com Goebbels, tinha como principal objetivo criar uma experiência emocional que ligasse o espectador diretamente aos ideais do regime. Segundo Welch (1984), os filmes de Riefenstahl não eram apenas uma glorificação visual de Hitler, mas uma construção calculada de um mito que evocava a fé do

povo alemão em sua missão histórica. Ao criar uma narrativa visual poderosa que misturava grandiosidade, disciplina e devoção, os filmes de Riefenstahl ajudaram a consolidar a imagem de Hitler como um líder messiânico e infalível.

A repetição de imagens de multidões em sincronia, saudando Hitler com entusiasmo, contribuiu para a criação de um senso de pertencimento coletivo e de um destino comum para o povo alemão. A apresentação de grandes comícios organizados, com milhares de pessoas uniformizadas, reforçava a ideia de que o regime era onipresente e incontestável. Essa sensação de pertencimento e disciplina gerava uma espécie de “transe coletivo”, no qual os indivíduos se viam como parte de algo maior. De acordo com Kershaw (1998, p. 83), "a propaganda nazista era eficaz porque conseguia criar um mundo alternativo, onde a Alemanha era constantemente apresentada como poderosa, disciplinada e destinada ao sucesso. O cinema foi um dos principais meios para criar essa realidade paralela, levando o público a acreditar no inevitável triunfo da nação sob a liderança de Hitler".

Além disso, o uso da estética visual era essencial para transmitir uma sensação de ordem e inevitabilidade. Conforme apontado por Koonz (2003), a apresentação de grandes multidões organizadas e sincronizadas tinha como objetivo eliminar a individualidade dos participantes e reforçar a ideia de que cada indivíduo era apenas uma pequena parte de uma máquina muito maior, dedicada ao sucesso da nação. Essa técnica era eficaz em transmitir a ideia de que a disciplina e a obediência eram as únicas vias para a prosperidade nacional.

Além disso, o impacto psicológico dos filmes de propaganda também se baseava na construção de uma narrativa emocional irresistível. Riefenstahl utilizava a música de forma estratégica, sincronizando o clímax visual com a trilha sonora para criar um efeito hipnótico nos espectadores. Segundo Kracauer (1947, p. 218), "a propaganda visual de Riefenstahl funcionava como uma hipnose coletiva, em que os ritmos de luz, movimento e som eram orquestrados para capturar a imaginação do público e imbuí-los de sentimentos de lealdade e devoção ao regime".

A música utilizada nos filmes de propaganda nazista tinha uma função crucial no envolvimento emocional do público. Segundo Cooke (2008, p. 51), "a trilha sonora amplificava o poder simbólico das imagens, conferindo-lhes um tom quase religioso e criando uma atmosfera que sugeria inevitabilidade e grandiosidade". Essa combinação de som e imagem ajudava a envolver emocionalmente os espectadores, fazendo com que se identificassem com a mensagem do regime e se tornassem mais suscetíveis à manipulação

ideológica.

O uso de montagens rítmicas também foi um elemento importante para intensificar o impacto emocional. A edição dos filmes de Riefenstahl era projetada para criar um fluxo contínuo que conduzia o espectador através da narrativa de forma quase hipnótica. Segundo Bordwell (2006), a montagem dos filmes de propaganda nazista era um meio poderoso para direcionar a atenção e o sentimento do público, transformando a experiência cinematográfica em um evento de mobilização ideológica. O ritmo dos cortes, muitas vezes sincronizado com a música, criava uma experiência imersiva que não deixava espaço para reflexão crítica, favorecendo a aceitação passiva da mensagem.

O impacto do cinema de propaganda sobre o público alemão não deve ser subestimado, pois ele foi fundamental para garantir o apoio popular ao regime, mesmo em momentos de crise, como durante os primeiros anos da Segunda Guerra Mundial. Ao criar uma narrativa de inevitabilidade e triunfo, o cinema nazista ajudou a manter viva a esperança de vitória e a crença no destino glorioso da Alemanha. De acordo com Reuth (1993, p. 113), "o cinema não apenas documentava os feitos do regime, mas também oferecia ao público uma visão de futuro promissora, criando um compromisso emocional com os objetivos do Terceiro Reich".

Outro fator importante no impacto psicológico do cinema nazista era a forma como ele promovia uma visão dualista do mundo: o bem representado pela Alemanha nazista e o mal representado pelos inimigos do regime. Essa dicotomia era reforçada por meio de cenas que contrastavam a ordem e a disciplina dos alemães com a desordem e a suposta inferioridade dos inimigos. Conforme sugerido por Herf (2006), o cinema nazista utilizava uma narrativa de contraste, onde o inimigo era desumanizado, enquanto o povo alemão era glorificado, criando uma percepção maniqueísta que facilitava a aceitação das políticas de agressão e exclusão do regime. Esse tipo de narrativa reforçava o apoio às ações expansionistas e às políticas de repressão, justificando-as como necessárias para a proteção e prosperidade da nação.

Dessa forma, o impacto psicológico do cinema de propaganda nazista sobre o público alemão foi multifacetado, combinando uma estética visual sofisticada, uma narrativa emocional poderosa e a construção de um mito em torno de Hitler e do povo alemão. Esse impacto psicológico foi um dos pilares que sustentaram o regime nazista, mostrando como o poder do cinema pode ser instrumentalizado para manipular e controlar sociedades inteiras. Conforme observou O'Shaughnessy (2014), a propaganda visual bem-sucedida cria não

apenas uma representação do poder, mas também uma experiência emocional que ressoa profundamente com o público, criando uma ligação entre os ideais do regime e as aspirações pessoais dos indivíduos.

Portanto, o cinema nazista não foi apenas um meio de entretenimento, mas uma forma estratégica que ajudou a moldar a mentalidade coletiva da Alemanha durante o Terceiro Reich. A combinação de técnicas visuais e sonoras, somadas à narrativa cuidadosamente construída, fez do cinema uma arma poderosa para promover a ideologia nazista, criando um senso de inevitabilidade e devoção ao regime que perdurou mesmo nos momentos mais difíceis da guerra.

4. O CINEMA BOLCHEVIQUE

O cinema bolchevique, que surgiu no contexto da Revolução Russa de 1917, desempenhou um papel essencial na construção da ideologia soviética. A indústria cinematográfica na União Soviética foi, desde o início, entendida como uma forma para a educação das massas e a consolidação dos ideais revolucionários. Lenin, líder da Revolução Russa, citado por Taylor (1988, p. 176), declarou que "o cinema é, para nós, a arte mais importante", reconhecendo o poder do audiovisual para moldar a opinião pública e disseminar a ideologia socialista em um país vasto e predominantemente analfabeto.

O cinema bolchevique tinha como objetivo fundamental criar uma narrativa marcante sobre a revolução e os sacrifícios do proletariado. Nesse contexto, filmes como "O Encouraçado Potemkin" (1925) e "Outubro" (1927) tornaram-se poderosos instrumentos de propaganda e educação política. O cinema não era visto apenas como uma forma de entretenimento, mas como um meio essencial de conscientização e mobilização das massas para os ideais da revolução. De acordo com Kenez (2001), o cinema soviético desempenhou um papel crucial na disseminação da ideologia bolchevique, oferecendo ao público um retrato visual da luta de classes e da necessidade de uma sociedade sem classes.

A Revolução Russa trouxe consigo uma nova visão sobre a arte e a cultura, na qual todas as formas de expressão artística deveriam servir aos interesses da revolução. Para os bolcheviques, a arte tinha uma missão social e política, e o cinema, com seu poder de alcançar as massas de maneira direta e emotiva, foi rapidamente incorporado à estratégia de

comunicação do Partido. Como pontua Youngblood (1992, p. 76), "a nova sociedade revolucionária exigia uma nova linguagem cinematográfica, que não só educasse o povo, mas também o inspirasse a lutar por um futuro socialista".

Nos primeiros anos da década de 1920, a indústria cinematográfica soviética enfrentou desafios, incluindo a falta de recursos técnicos e profissionais qualificados. No entanto, com o apoio do governo, o cinema tornou-se uma prioridade, e cineastas como Sergei Eisenstein, Dziga Vertov e Vsevolod Pudovkin emergiram como os principais nomes dessa nova era. Vertov, por exemplo, desenvolveu o conceito de "cine-olho", que defendia o uso da câmera como um olho mecânico, capaz de captar a realidade de forma objetiva e transformá-la em uma narrativa revolucionária (Vertov, 1984).

Essa busca por uma nova linguagem cinematográfica levou ao desenvolvimento de técnicas de montagem que eram revolucionárias para a época. A montagem não era apenas um recurso estético, mas uma forma ideológica que permitia transmitir mensagens complexas de forma visual. Através da justaposição de imagens, os cineastas soviéticos buscavam criar um impacto intelectual e emocional, instigando o espectador a refletir sobre as contradições da sociedade capitalista e a inevitabilidade da revolução socialista. De acordo com Bordwell (1993), a montagem dialética, desenvolvida por Eisenstein, era uma tentativa de transcender a narrativa tradicional e forçar o espectador a pensar criticamente sobre as imagens que lhe eram apresentadas.

O cinema bolchevique também tinha como característica marcante o foco na coletividade e na luta do povo como protagonista. Ao contrário do cinema ocidental, que frequentemente exaltava o indivíduo, o cinema soviético enfatizava a força do coletivo, a solidariedade de classe e o sacrifício pelo bem comum. Em Outubro, por exemplo, Eisenstein retrata a Revolução de Outubro como um movimento coletivo, no qual o povo, e não um herói individual, é o verdadeiro protagonista. Essa representação é fundamental para a ideologia bolchevique, que valorizava a coletividade como o principal motor da mudança social (Kenez, 2001).

Outro aspecto importante do cinema bolchevique foi o seu papel educativo. Filmes eram exibidos em aldeias e áreas rurais, muitas vezes usando cinemas móveis, para levar a mensagem revolucionária às partes mais remotas do país. Para Lenin e os outros líderes bolcheviques, era essencial que as massas entendessem o papel da revolução e se engajassem ativamente na construção do socialismo. Segundo Hicks (2007), o cinema tornou-se uma das principais meios de alfabetização política do povo soviético, oferecendo uma visão clara e

didática dos objetivos e dos inimigos da revolução.

Assim, o cinema bolchevique surgiu como um poderoso instrumento de transformação social, destinado não apenas a entreter, mas a educar, mobilizar e inspirar a população a lutar pelos ideais revolucionários. Ele representava uma ruptura com o cinema burguês, que era visto como alienante e despolitizado, e buscava criar uma nova forma de arte que fosse ao mesmo tempo estética e politicamente engajada. Para os bolcheviques, o cinema era, de fato, "a arte mais importante" - uma forma indispensável para a construção da nova sociedade socialista.

4.1 Contexto da Revolução Russa e Objetivos do Cinema Soviético

O contexto histórico da Revolução Russa e a subsequente Guerra Civil (1917-1922) resultaram em uma necessidade urgente de consolidar o poder do Partido Bolchevique e estabelecer uma narrativa que justificasse a luta do proletariado contra os antigos opressores. A Rússia, antes da revolução, era um império majoritariamente agrário, marcado por uma profunda desigualdade social e pela exploração das massas camponesas. A Revolução de 1917 representou uma ruptura com o regime czarista e uma promessa de emancipação dos trabalhadores e camponeses, buscando instaurar uma sociedade igualitária sob o controle do Partido Bolchevique (Fitzpatrick, 2008).

Durante a Guerra Civil, que se seguiu à Revolução, o governo bolchevique enfrentou inúmeros desafios, incluindo a oposição de forças internas, como os "brancos" (movimento contra-revolucionário), e a intervenção de potências estrangeiras. Nesse contexto, o cinema tornou-se uma forma essencial para mobilizar o apoio das massas e disseminar a ideologia revolucionária. Lenin acreditava firmemente no papel da propaganda, e o cinema, como uma forma de comunicação em massa, era ideal para transmitir mensagens políticas e unificar a nação fragmentada (Taylor, 1998). Segundo Lenin, o cinema era considerado a arte mais importante para o novo Estado soviético, pois permitia educar as massas e difundir os ideais revolucionários em larga escala (Lenin apud *Soviet History Project*, 1922).

O cinema bolchevique tinha como objetivo fundamental criar uma narrativa épica sobre a revolução e os sacrifícios do proletariado. Nesse contexto, filmes como *O Encouraçado Potemkin* (1925) e *Outubro* (1927) tornaram-se poderosos meios de propaganda e educação política. O cinema não era visto apenas como uma forma de entretenimento, mas como um meio essencial de conscientização e mobilização das massas para os ideais da revolução. Como aponta Kenez (2001), o cinema soviético desempenhou um papel crucial na

disseminação da ideologia bolchevique, oferecendo ao público um retrato visual da luta de classes e da necessidade de uma sociedade sem classes.

Os objetivos do cinema soviético iam além da simples comunicação de ideias políticas; ele também tinha uma função estética que visava criar uma nova cultura revolucionária. A Revolução Russa trouxe consigo uma nova visão sobre a arte e a cultura, na qual todas as formas de expressão artística deveriam servir aos interesses da revolução. Para os bolcheviques, a arte tinha uma missão social e política, e o cinema, com seu poder de alcançar as massas de maneira direta e emotiva, foi rapidamente incorporado à estratégia de comunicação do Partido. Segundo Youngblood (1992), a nova sociedade revolucionária exigia uma nova linguagem cinematográfica, que não só educasse o povo, mas também o inspirasse a lutar por um futuro socialista.

Nos primeiros anos da década de 1920, a indústria cinematográfica soviética enfrentou inúmeros desafios, incluindo a falta de recursos técnicos e profissionais qualificados. A escassez de materiais filmicos e a necessidade de improvisar equipamentos eram obstáculos frequentes, mas o apoio governamental garantiu a sobrevivência e o crescimento dessa indústria. Com o financiamento do Estado, surgiram estúdios como o Sovkino, e cineastas como Sergei Eisenstein, Dziga Vertov e Vsevolod Pudovkin emergiram como figuras-chave do novo cinema revolucionário. Vertov, por exemplo, desenvolveu o conceito de "cine-olho", que defendia o uso da câmera como um olho mecânico, capaz de captar a realidade de forma objetiva e transformá-la em uma narrativa revolucionária (Vertov, 1984).

A montagem tornou-se uma técnica central do cinema soviético, não apenas como um recurso estético, mas como uma forma ideológica que permitia transmitir mensagens complexas de forma visual. De acordo com Bordwell (1993), a montagem dialética, desenvolvida por Eisenstein, era uma tentativa de transcender a narrativa tradicional e forçar o espectador a pensar criticamente sobre as imagens que lhe eram apresentadas. Essa busca por uma nova linguagem cinematográfica, que refletisse os ideais da revolução, resultou em filmes que buscavam criar um impacto intelectual e emocional profundo, instigando o espectador a refletir sobre as contradições da sociedade capitalista e a inevitabilidade da revolução socialista.

Outro objetivo importante do cinema bolchevique era o de promover o sentimento de coletividade e de pertencimento a um projeto maior. Ao contrário do cinema ocidental, que frequentemente exaltava o indivíduo, o cinema soviético enfatizava a força do coletivo, a solidariedade de classe e o sacrifício pelo bem comum. Nos filmes de Eisenstein, como

Outubro, a revolução é retratada como um movimento coletivo, em que o povo, e não um herói individual, é o verdadeiro protagonista. Essa representação da coletividade era essencial para os ideais bolcheviques, que colocavam o coletivo acima do individual e exaltavam o papel da classe trabalhadora na construção de uma nova sociedade (Kenez, 2001).

Além do aspecto ideológico, o cinema bolchevique também tinha uma importante função educativa. Filmes eram exibidos em aldeias e áreas rurais, onde os índices de analfabetismo eram altos, e o acesso à informação, limitado. Cinemas móveis eram utilizados para levar a mensagem revolucionária às partes mais remotas do país, ajudando a integrar a vasta população soviética em torno dos ideais do Partido. Lenin via o cinema como um instrumento não apenas de educação política, mas também de alfabetização, capaz de ensinar à população tanto habilidades básicas quanto o significado dos novos valores revolucionários. Como afirma Hicks (2007, p. 112), "o cinema tornou-se uma das principais formas de alfabetização política do povo soviético, oferecendo uma visão clara e didática dos objetivos e dos inimigos da revolução".

Assim, o cinema bolchevique surgiu como um meio de transformação social, destinado não apenas a entreter, mas a educar, mobilizar e inspirar a população a lutar pelos ideais revolucionários. Ele representava uma ruptura com o cinema burguês, que era visto como alienante e despolitizado, e buscava criar uma nova forma de arte que fosse ao mesmo tempo estética e politicamente engajada. De acordo com Taylor (1998), o cinema soviético buscava criar uma nova consciência, moldando o espectador não apenas como um consumidor passivo, mas como um participante ativo na construção da nova sociedade socialista. Para os bolcheviques, o cinema era, de fato, "a arte mais importante" - um meio indispensável para a construção da nova sociedade socialista.

No início da década de 1920, a produção cinematográfica soviética era marcada por experimentos que buscavam desenvolver uma linguagem visual adequada aos princípios revolucionários. O cinema de propaganda bolchevique não apenas informava, mas também buscava transformar a consciência dos espectadores, instigando-os a compreender e apoiar a nova ordem social que estava sendo estabelecida. De acordo com Youngblood (1992), "o cinema soviético era tanto uma forma de mobilização quanto uma forma de arte, combinando inovação estética com uma mensagem política clara e inequívoca" (Youngblood, 1992).

4.2 A Teoria da Montagem Dialética de Eisenstein

Entre os cineastas que se destacaram nesse período, Sergei Eisenstein foi bem

influyente e inovador. Ele desenvolveu a teoria da montagem dialética, uma técnica de edição que visa criar significados complexos por meio da justaposição de imagens aparentemente desconexas. A montagem dialética de Eisenstein não apenas servia para contar uma história, mas também para evocar uma reação emocional e intelectual no espectador, desafiando-o a fazer conexões e refletir sobre as mensagens subjacentes ao filme (Eisenstein, 1949).

A montagem, para Eisenstein, não era meramente um meio de continuidade narrativa, como ocorria no cinema clássico de Hollywood, mas sim uma forma ideológica que, ao colidir planos distintos, gerava um novo significado. Eisenstein acreditava que essa técnica era capaz de provocar uma resposta intelectual ativa, ao invés de uma reação passiva, forçando o espectador a compreender os conflitos e contradições presentes na sociedade. De acordo com Bordwell (1993), Eisenstein usava a montagem dialética para instigar um choque intelectual, criando uma narrativa visual que obrigava o espectador a participar ativamente da construção de sentido.

Eisenstein defendia que a montagem era o verdadeiro coração da narrativa cinematográfica e que a colisão de imagens criava uma síntese ideológica que ia além do que cada plano poderia transmitir isoladamente. Ele se inspirou em conceitos da dialética marxista, em que a tese e a antítese se confrontam para gerar uma síntese, e aplicou esse princípio à construção cinematográfica. Como explica Eisenstein (1949, p. 81), a montagem dialética é o equivalente cinematográfico da luta de classes, em que a colisão de imagens cria um novo significado que leva o espectador a compreender as contradições da sociedade.

A montagem dialética visava não apenas transmitir uma mensagem, mas fazer com que o espectador participasse ativamente da construção dessa mensagem. Para Eisenstein, o espectador não deveria ser um receptor passivo, mas sim um colaborador crítico, alguém que compreendesse e reagisse às contradições apresentadas na tela. Segundo Monaco (2009), a montagem dialética de Eisenstein força o espectador a se envolver ativamente, pois a justaposição de imagens desconexas exige um esforço intelectual para criar o significado.

Ao comparar a teoria da montagem dialética de Eisenstein com as abordagens cinematográficas dos Estados Unidos e do cinema nazista, percebe-se uma diferença fundamental em termos de objetivos políticos e sociais. O cinema clássico de Hollywood, predominante nos Estados Unidos, utilizava uma abordagem de montagem contínua, focada em dar fluidez à narrativa e em garantir a imersão do espectador na história sem interrupções. Essa abordagem buscava fornecer uma experiência de entretenimento, na qual o espectador poderia escapar da realidade, sendo guiado pela narrativa de forma passiva. De acordo com

Thompson e Bordwell (1994, p. 115), "o cinema clássico de Hollywood privilegia a continuidade e a invisibilidade da técnica, garantindo que o espectador nunca seja distraído pela construção do filme".

No caso do cinema nazista, especialmente nos filmes de Leni Riefenstahl, a montagem era usada para glorificar a figura do líder e exaltar a grandiosidade do regime. Segundo Riefenstahl (1987), a montagem deve ser utilizada para criar uma sensação de poder e inevitabilidade, mostrando que a nação está destinada à grandeza. Nesse sentido, a montagem no cinema nazista tinha o objetivo de reforçar a aceitação passiva da autoridade e do culto à personalidade, em contraste com a montagem dialética de Eisenstein, que visava o despertar da consciência crítica.

Eisenstein utilizava a montagem dialética para criar uma sensação de conflito e contradição, refletindo a própria dinâmica da sociedade em transformação. Ao justapor imagens de opressores e oprimidos, riqueza e pobreza, ordem e caos, Eisenstein criava um efeito de choque que obrigava o espectador a pensar sobre as desigualdades sociais e a necessidade de mudança. Essa abordagem era intrinsecamente política e revolucionária, pois o objetivo era transformar o espectador em um agente ativo da revolução. Segundo Taylor (1998), "ao contrário de Riefenstahl, que usava a montagem para glorificar o poder, Eisenstein usava a montagem para questionar e desafiar as estruturas de poder, alinhando-se aos ideais marxistas de luta de classes" (Taylor, 1998).

Além disso, a montagem dialética de Eisenstein também se diferenciava do cinema hollywoodiano em sua recusa de criar uma narrativa fluida e linear. Enquanto Hollywood utilizava a continuidade para criar uma ilusão de realidade e manter o espectador emocionalmente investido, Eisenstein interrompia essa continuidade com cortes abruptos que desafiavam o público a pensar criticamente sobre o que estava sendo mostrado. Bordwell (1993, p. 50) argumenta que "a montagem dialética de Eisenstein não busca a imersão, mas a conscientização; não busca entreter, mas politizar o espectador, transformando o cinema em uma arma de luta ideológica" (Bordwell, 1993).

A montagem dialética também tinha uma função pedagógica. Nos filmes de Eisenstein, como *Outubro*, a montagem era utilizada para educar o espectador sobre os eventos históricos e, ao mesmo tempo, mostrar a inevitabilidade da revolução socialista. Ao contrário do cinema nazista, que celebrava a ordem e a disciplina como valores absolutos, o cinema bolchevique celebrava a revolução e a luta coletiva como motor da história. Segundo Kenez (2001), Eisenstein utilizava a montagem para conectar o espectador emocionalmente

aos ideais revolucionários, mas também para fornecer uma análise crítica dos eventos, destacando as forças sociais em conflito e a necessidade de mudança.

Dessa forma, a montagem de Eisenstein se diferenciava significativamente das abordagens utilizadas tanto pelo cinema clássico de Hollywood quanto pelo cinema de propaganda nazista. Enquanto Hollywood visava o entretenimento e a evasão, e o cinema nazista a glorificação da autoridade e a exaltação do líder, Eisenstein tratava a montagem como um aspecto de transformação social e política, destinada a provocar uma reação ativa no espectador e a promover a conscientização e a revolução. A montagem não era apenas uma técnica cinematográfica, mas um instrumento de luta, capaz de gerar novos significados e de transformar a percepção da realidade pelo público. Assim, a montagem dialética de Eisenstein é um exemplo de como o cinema pode ser utilizado não apenas para contar histórias, mas para buscar moldar a maneira como as pessoas veem o mundo.

4.3 Revisão Teórica de "O Encouraçado Potemkin" (1925)

O Encouraçado Potemkin é uma obra-prima do cinema soviético e um dos filmes mais emblemáticos da teoria da montagem dialética de Eisenstein. Produzido em 1925, o filme retrata o motim dos marinheiros do encouraçado Potemkin, ocorrido em 1905, e é frequentemente citado como um exemplo paradigmático da eficácia da montagem como um meio de persuasão ideológica. A sequência da escadaria de Odessa é particularmente famosa pela maneira como utiliza a montagem para criar tensão e emoção, enquanto comunica a brutalidade do regime czarista e a solidariedade da população oprimida (Eisenstein, 1949).

A sequência da escadaria de Odessa, composta por cortes rápidos que alternam entre soldados marchando impiedosamente e civis aterrorizados, cria uma sensação de caos e opressão, ao mesmo tempo em que exalta a resistência do povo. De acordo com Franciscon (2018), a montagem de Eisenstein não apenas mostra os eventos, mas os reconstrói de maneira a amplificar a violência e a injustiça, instigando uma resposta emocional do espectador que transcende o nível meramente narrativo. A escadaria torna-se um símbolo da luta de classes, e a justaposição de imagens como o carrinho de bebê descendo descontroladamente e os rostos de desespero dos civis reforça a mensagem da brutalidade e desumanidade do poder czarista.

Eisenstein também utilizou a metáfora visual para transmitir mensagens complexas. Por exemplo, a cena dos marinheiros decidindo se revoltar contra os oficiais é marcada por imagens que sugerem união e força coletiva, com enquadramentos que mostram os

marinheiros juntos, formando uma linha inquebrantável. Essa representação visual da coletividade é fundamental para a ideologia bolchevique, que exaltava o poder do grupo em detrimento do individualismo (Kenez, 2001).

A estética de *O Encouraçado Potemkin* também é composta por um uso inteligente de ângulos de câmera e iluminação para aumentar a dramaticidade das cenas. Eisenstein utilizava frequentemente ângulos baixos para filmar os marinheiros (que é quando a câmera filma de baixo para cima), criando uma sensação de poder e força. Em contraste, os oficiais do navio são filmados de ângulos superiores (de cima para baixo), diminuindo-os e sugerindo fraqueza moral. Segundo Bordwell (1993, p. 173), "os ângulos de câmera em *Potemkin* não são meramente estéticos; eles são intencionalmente manipulativos, moldando a percepção do espectador sobre quem detém o poder moral e a justiça".

A iluminação também desempenha um papel essencial no filme. Enquanto os marinheiros são frequentemente mostrados em plena luz, simbolizando clareza e justiça, os oficiais do navio são filmados em ambientes sombrios e obscuros, reforçando a noção de opressão e maldade. Essa construção visual faz parte do esforço de Eisenstein de alinhar a estética do filme com a ideologia da luta de classes, retratando os revolucionários como portadores da luz e os opressores como representantes das trevas (Taylor, 1998).

4.4 Revisão Teórica de "Outubro" (1927)

"Outubro", produzido em 1927 para comemorar o décimo aniversário da Revolução de Outubro, é outro exemplo marcante da estética e do propósito do cinema soviético. Eisenstein utilizou novamente a montagem dialética para recriar os eventos da Revolução Russa de 1917, apresentando uma narrativa épica que celebrava o triunfo do proletariado sobre a opressão. "Outubro" é caracterizado por seu uso de símbolos e metáforas visuais que visam representar as forças sociais em conflito. A sequência da queda da ponte levadiça, por exemplo, simboliza a ruptura com a velha ordem e a ascensão do poder proletário (Bordwell, 1993).

No filme, Eisenstein faz uso de uma montagem que enfatiza o contraste entre os bolcheviques e seus oponentes, muitas vezes retratando os inimigos da revolução de forma caricatural ou grotesca, enquanto os revolucionários são apresentados como corajosos e determinados. Segundo Kenez (2001), a montagem de *Outubro* servia para criar um contraste claro entre o velho e o novo, o oprimido e o opressor, reforçando a narrativa bolchevique de libertação e progresso.

Em Outubro, Eisenstein também utilizou técnicas de montagem que desorientam o espectador intencionalmente, como a justaposição rápida de imagens aparentemente desconexas. Esse uso da montagem visava romper com as convenções narrativas tradicionais e forçar o espectador a refletir criticamente sobre o que estava sendo mostrado. Segundo Nichols (2010, p. 76), "a montagem em Outubro busca provocar um efeito intelectual, um choque que obriga o espectador a considerar as implicações ideológicas dos eventos apresentados, em vez de simplesmente ser levado pela narrativa".

Eisenstein também usou elementos como estátuas que desmoronam e portas que se abrem para simbolizar o colapso do antigo regime e a inevitabilidade do avanço revolucionário. Essas metáforas visuais ajudavam a construir uma narrativa que exaltava o heroísmo do proletariado e justificava a luta armada como necessária e justa. Para Youngblood (1992), Outubro não era apenas um filme histórico, mas uma reinterpretação ideológica dos eventos, construída para inspirar e educar as massas sobre a importância da revolução.

Outro elemento importante em Outubro é a utilização de metáforas visuais complexas que expressam a luta de classes de forma abstrata. Por exemplo, a cena em que uma estátua de um antigo governante é derrubada simboliza o fim da autocracia e o início de uma nova era liderada pelo proletariado. Eisenstein cria imagens que são ao mesmo tempo viscerais e intelectuais, demandando que o espectador compreenda os símbolos para captar a profundidade da mensagem política. Segundo Franciscan (2018, p. 215), "as metáforas visuais em Outubro funcionam como poderosos lembretes da transição histórica que a Rússia vivia, enfatizando a ruptura com o passado e a construção de um futuro socialista".

A montagem de Outubro também faz uso de cortes rápidos e justaposições que criam uma sensação de urgência e inevitabilidade histórica. Em muitos momentos, Eisenstein alterna entre cenas de opressão e imagens de revolução, criando uma dinâmica visual que ressalta a tensão e o conflito inerente ao processo revolucionário. De acordo com Kenez (2001), a montagem dialética em Outubro não apenas narra a revolução, mas a constrói como um evento inevitável, uma força imparável que desafia e supera qualquer resistência.

Assim, Outubro é um exemplo claro da aplicação dos princípios da montagem dialética de Eisenstein, utilizando a colisão de imagens, metáforas visuais e cortes abruptos para criar uma narrativa épica que celebra a revolução e o poder das massas. O filme não apenas documenta eventos históricos, mas os interpreta e os transforma em uma narrativa que instiga o espectador a compreender o papel fundamental do proletariado na construção de uma

nova sociedade.

4.5 Comparações com o Cinema Nazista

Embora o cinema bolchevique e o cinema nazista tivessem objetivos fundamentalmente diferentes - o primeiro visando a emancipação da classe trabalhadora e o segundo promovendo a supremacia racial e o culto ao líder - ambos utilizaram o cinema como forma de propaganda para consolidar suas ideologias. Tanto Leni Riefenstahl quanto Sergei Eisenstein utilizavam técnicas inovadoras de filmagem para criar uma narrativa poderosa e emocional que servisse aos interesses de seus respectivos regimes. No entanto, as diferenças ideológicas entre esses dois movimentos se refletiam diretamente na estética e na forma como o cinema era usado como uma forma política.

Riefenstahl utilizava a estética da grandiosidade e a glorificação do líder para exaltar a unidade do povo alemão em torno de Hitler. A montagem, nesse contexto, tinha como objetivo evocar uma resposta emocional no espectador, reforçando a aceitação passiva da autoridade de Hitler e a ideia de uma Alemanha unida sob sua liderança. Segundo Welch (1984), a estética do cinema nazista buscava criar um sentimento de força, apresentando Hitler como o salvador e guia do povo alemão.

Em contraste, Eisenstein focava na coletividade e na luta das massas contra a opressão. Sua abordagem era deliberadamente política, e a montagem dialética que ele desenvolveu visava provocar uma reação crítica no espectador. Ao invés de glorificar um líder, Eisenstein exaltava o povo, retratando-o como o verdadeiro agente de mudança histórica. Em "O Encouraçado Potemkin", por exemplo, a sequência da escadaria de Odessa é construída para provocar um choque intelectual e emocional, mostrando a brutalidade do regime czarista e a resistência heroica das massas. De acordo com Bordwell (1993), Eisenstein usava a montagem dialética para forçar o espectador a confrontar as contradições sociais e, assim, despertar uma consciência revolucionária.

Outra diferença marcante entre o cinema bolchevique e o cinema nazista reside na maneira como o coletivo é representado. No cinema nazista, a coletividade é apresentada de forma monolítica e homogênea, refletindo a ideologia do regime sobre a unidade nacional e a submissão à figura do líder. As multidões em filmes como "O Triunfo da Vontade" são organizadas de maneira quase militar, simbolizando a disciplina e a força do povo alemão, sempre sob a orientação de Hitler. Para Riefenstahl, a montagem era usada para criar uma sensação de harmonia e unidade, sugerindo que todos os alemães estavam em perfeita sintonia

com os ideais do regime.

Por outro lado, no cinema bolchevique, a coletividade é retratada como diversa e dinâmica, representando a luta das massas contra os opressores. A montagem de Eisenstein enfatiza o conflito e a mudança, destacando a ação coletiva como o motor da história. Em "Outubro" (1927), Eisenstein utiliza imagens de trabalhadores, soldados e camponeses unidos em uma luta comum, sugerindo que a revolução é um processo em constante transformação, impulsionado pela vontade coletiva do povo. Segundo Kenez (2001), a montagem dialética de Eisenstein buscava não apenas narrar a revolução, mas também envolver o espectador em um processo de reflexão crítica sobre o papel das massas na história.

Além disso, o uso da montagem no cinema nazista e no cinema bolchevique reflete suas diferentes abordagens sobre a emoção e a razão. Enquanto o cinema de Riefenstahl buscava evocar uma resposta emocional imediata, utilizando imagens esteticamente belas e composições simétricas para criar uma sensação de ordem e poder, Eisenstein utilizava a montagem para criar uma tensão intelectual, instigando o espectador a fazer conexões e a questionar o que estava vendo. Segundo Nichols (2010), a montagem de Eisenstein não se contentava em emocionar; ela buscava criar um efeito intelectual, forçando o espectador a confrontar as contradições sociais e a pensar criticamente sobre a necessidade de mudança.

Enquanto o cinema nazista visava glorificar o estado e a figura de Hitler, apresentando-o como um líder infalível e divino, o cinema bolchevique era voltado para a conscientização do espectador sobre a luta de classes e a necessidade de transformação social. Eisenstein, ao utilizar a montagem dialética, pretendia mostrar que a história não era feita por líderes individuais, mas pelo esforço coletivo do povo. De acordo com Taylor (1998), Eisenstein e Riefenstahl representam os extremos opostos do espectro ideológico do cinema de propaganda, mas compartilham uma crença comum no poder do cinema como meio de transformação social.

Dessa forma, tanto o cinema nazista quanto o cinema bolchevique demonstram como a estética cinematográfica pode ser instrumentalizada para propósitos ideológicos, moldando as percepções do público e promovendo as narrativas desejadas por regimes políticos. As diferenças entre eles refletem não apenas as ideologias que buscavam promover, mas também os valores estéticos e éticos que norteavam suas produções. O cinema de Riefenstahl, com sua ênfase na ordem, na beleza e na submissão ao líder, contrastava fortemente com o cinema de Eisenstein, que celebrava a revolução, o conflito e a ação coletiva como motores da história. Ambos os cineastas utilizaram o poder do cinema para promover suas respectivas ideologias,

mas o fizeram de maneiras fundamentalmente diferentes, refletindo as profundas distinções entre o nazismo e o bolchevismo.

4.6 Comparações com o Cinema dos EUA

Em contrapartida, em outra parte do mundo, uma das maiores potências de produção cinematográfica surgia, os Estados Unidos, que viriam a ter grande influência não apenas no cinema mundial, mas também no brasileiro, influenciando nossas produções. Segundo Guan (2023), os brasileiros consomem majoritariamente filmes americanos, o que reforça a presença estética e simbólica desse modelo. Essa influência cultural se reflete também nas estratégias de comunicação política, que adotam recursos visuais e narrativos semelhantes aos de Hollywood. Visamos aqui, mencionar brevemente este cinema, pois futuramente viria a nos influenciar em alguns aspectos.

Assim como no cinema nazista, o cinema dos Estados Unidos também tinha objetivos e abordagens que se diferenciavam fundamentalmente do cinema bolchevique, mas de maneiras distintas. Enquanto o cinema bolchevique utilizava a montagem dialética para evocar uma resposta crítica e intelectual do espectador, o cinema clássico de Hollywood buscava proporcionar entretenimento e imersão, criando uma experiência visual que fosse fácil de seguir e que não desafiasse a percepção passiva do espectador.

O cinema clássico de Hollywood, que se consolidou durante as décadas de 1920 e 1930, tinha como principal objetivo fornecer uma narrativa linear e fluida, que pudesse transportar o espectador para um mundo de fantasia, romance e heroísmo. Os filmes eram construídos para garantir a continuidade visual e narrativa, através de uma montagem invisível que fazia com que o espectador não percebesse as técnicas de edição. Isso contrastava diretamente com a montagem dialética de Eisenstein, que visava destacar os cortes e as justaposições de imagens para provocar um efeito intelectual e engajar o público em uma reflexão crítica. De acordo com Thompson e Bordwell (1994), "o cinema clássico de Hollywood privilegia a continuidade e a invisibilidade da técnica, garantindo que o espectador nunca seja distraído pela construção do filme" (Thompson & Bordwell, 1994).

Enquanto o cinema bolchevique enfatizava o conflito e a transformação social, o cinema hollywoodiano promovia o individualismo, muitas vezes retratando heróis que superavam desafios pessoais e, por fim, restabeleciam a ordem. Hollywood tinha um enfoque claro na figura do herói individual que enfrenta obstáculos e triunfa, uma narrativa que contrastava com a representação coletiva do cinema soviético. Em "O Encouraçado

Potemkin”, por exemplo, Eisenstein evitava focar em personagens individuais e preferia enfatizar a ação das massas como protagonistas da história. Isso se opunha diretamente ao modelo hollywoodiano, que exaltava o indivíduo como motor da narrativa. Segundo Monaco (2009), o cinema de Hollywood celebra o indivíduo, enquanto o cinema soviético glorifica o coletivo, mostrando que as massas são as verdadeiras agentes da mudança social.

Outra diferença importante está na forma como as emoções são manipuladas nos dois estilos de cinema. Hollywood, ao utilizar a montagem contínua, busca manter o espectador imerso na narrativa e emocionalmente envolvido com os personagens, sem nunca desafiá-lo a pensar criticamente sobre o que está assistindo. Os cortes são suaves e invisíveis, de forma que o espectador não percebe a manipulação da narrativa, criando uma experiência emocional contínua. Em contraste, Eisenstein utilizava a montagem de maneira abrupta e chocante, interrompendo a continuidade para provocar uma reflexão consciente. De acordo com Bordwell (1993), enquanto o cinema de Hollywood visa manter a ilusão de realidade e promover uma aceitação passiva do status quo, Eisenstein usa a montagem dialética para desafiar essa aceitação e incitar o espectador a adotar uma postura crítica e ativa.

Portanto, o cinema dos Estados Unidos e o cinema bolchevique não apenas empregavam diferentes técnicas cinematográficas, mas também serviam a propósitos ideológicos profundamente divergentes. Hollywood buscava proporcionar uma experiência cinematográfica imersiva e prazerosa que reforçava os valores do individualismo, da ascensão social e da ordem estabelecida, enquanto o cinema soviético procurava educar e mobilizar politicamente, incentivando a consciência de classe e a luta coletiva. Essa distinção entre entretenimento e conscientização política é uma das principais diferenças que definem as duas tradições cinematográficas e seus impactos na sociedade. Assim, a linguagem cinematográfica se revela como um meio poderoso, moldada pelo contexto histórico e pelos objetivos políticos que cada cultura buscava promover (Nichols, 2010; Staiger, 1985).

5. PROPAGANDA POLÍTICA NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS DE 2022

O estudo das campanhas eleitorais de 2022 no Brasil representa uma oportunidade crucial para entender como as narrativas visuais e simbólicas são utilizadas para moldar o imaginário coletivo e direcionar as emoções do eleitorado. As eleições presidenciais de 2022

ocorreram em meio a uma das maiores polarizações políticas da história recente do país, resultando em uma disputa acirrada entre dois candidatos que representam polos opostos da política brasileira. Essa tensão, por sua vez, refletiu em estratégias de comunicação que resgataram elementos históricos e estéticos utilizados por regimes políticos do passado, em uma tentativa de consolidar suas bases de apoio e ampliar sua influência junto ao eleitorado.

A utilização do audiovisual como meio de disseminação política não é um fenômeno novo. O cinema de propaganda, especialmente durante o regime nazista e no período bolchevique, demonstra o quanto o uso de imagens poderosas e simbólicas pode ser efetivo para consolidar lideranças políticas e mobilizar as massas. Essa tradição histórica do uso de técnicas visuais para a comunicação política reverbera nas campanhas de Bolsonaro e Lula, onde ambos os candidatos adotaram estilos e estratégias visuais específicas para alcançar seus objetivos eleitorais (Benjamin, 1936; Bordwell, 1993).

Como observa Hunter e Power (2019), a crise política e a crescente polarização criaram um ambiente propício para discursos extremados e estratégias de manipulação emocional dos eleitores. A crescente polarização política no Brasil vem sendo observada desde a eleição de 2018, e futuramente essa divisão torna-se ainda mais evidente, com uma retórica agressiva de ambos os lados (Medeiros, 2020).

No contexto brasileiro de 2022, a crise econômica e a pandemia de Covid-19 criaram um cenário de insegurança e incertezas, que foi amplamente explorado pelos candidatos em suas campanhas. As eleições presidenciais de 2022 no Brasil ocorreram em um cenário de polarização política, refletindo a divisão ideológica entre os apoiadores do então presidente Jair Bolsonaro e o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Essa polarização se traduziu também em disputas imagéticas. A campanha de Bolsonaro intensificou sua estética de autoridade e proteção, muitas vezes com elementos que evocavam superioridade e culto à figura do líder - uma retomada simbólica das estratégias de Riefenstahl. Por outro lado, Lula mobilizou uma estética de esperança, empatia e reconstrução, evocando a coletividade como força transformadora - um paralelo direto com o cinema bolchevique de Eisenstein.

Essas campanhas não foram apenas uma disputa entre duas visões políticas, mas também uma disputa narrativa, onde cada candidato buscou se apresentar como a única solução possível para os problemas enfrentados pelo país. Portanto, a análise dos materiais de campanha de Bolsonaro e Lula revela não apenas as intenções políticas dos candidatos, mas também a forma como elementos visuais e narrativos são cuidadosamente construídos para moldar a percepção do público e incitar respostas emocionais (Santos, 2022; O'Shaughnessy,

2014).

O Brasil estava em uma encruzilhada política e ideológica, e as campanhas eleitorais de 2022 foram moldadas por uma narrativa de confronto entre dois modelos distintos de governo - um alinhado à direita conservadora, representado por Bolsonaro, e o outro à esquerda progressista, encarnado por Lula (Almeida, 2021). Para Figueiredo e Limongi (2019), a conjuntura política brasileira caracteriza-se por uma fragmentação partidária exacerbada, o que acentua os desafios para a formação de coalizões governamentais e aprofunda a polarização do discurso político (Figueiredo & Limongi, 2019).

A crise econômica, agravada pela pandemia, elevando a desigualdade social, expôs a fragilidade das políticas públicas, evidenciando uma necessidade que fossem além do enfrentamento sanitário, mas que também abarcassem aspectos econômicos e sociais, tornando a disputa política ainda mais acirrada (Neri, 2021).

A retórica polarizadora foi um fator chave que impulsionou tanto Bolsonaro quanto Lula a apresentarem suas propostas como soluções definitivas para os problemas do país. Bolsonaro baseou sua campanha em uma retórica de defesa da liberdade individual e dos valores cristãos, enquanto Lula buscou resgatar as políticas sociais e a recuperação econômica para os mais pobres. Segundo Singer (2018), Lula representa para grande parte da população a esperança de um retorno a políticas de inclusão social, ao passo que Bolsonaro evoca o sentimento de ordem e autoridade em um cenário de crise.

A crescente profissionalização do uso da linguagem cinematográfica nas campanhas de 2022 pode ser vista como uma evolução das práticas históricas da propaganda política. A montagem simbólica e emocional, o ritmo visual, os enquadramentos e a escolha estética da trilha sonora foram refinados e adaptados ao formato das redes sociais, onde tais imagens circulam em velocidade exponencial e com potencial viral.

Paralelo às campanhas audiovisuais televisivas, o cenário político se estendia para outros meios de comunicação, valendo lembrar que sempre em confluência entre as mídias, partindo da interpretação das imagens e técnicas do início do cinema, comentados aqui. Essas imagens vão ganhar um papel na televisão e posteriormente na internet, sendo as imagens no cinema, a base para esses outros meios, quem também utilizam das imagens em movimento. Essa inter-relação entre mídias é destacada por Arlindo Machado (2000), que observa que o cinema foi a primeira mídia de massas a trabalhar com imagens em movimento, e seus códigos foram apropriados e reelaborados pela televisão e, mais tarde, pela internet” Segundo o autor, a televisão herdou do cinema a gramática da imagem em movimento, como os

enquadramentos, cortes e modos de narrativa, enquanto a internet passou a integrar esses elementos com dinâmicas interativas e multiplataformas.

Além disso, Santaella (2004) também destaca que o desenvolvimento das mídias digitais e audiovisuais não elimina os meios anteriores, mas os incorpora e reconfigura, num processo que ela chama de “hipermídia”. Portanto, o uso da imagem em campanhas políticas e propagandísticas na televisão e na internet se ancora em fundamentos estéticos e técnicos oriundos do cinema, reforçando sua centralidade histórica na construção de discursos visuais.

O uso das redes sociais como ferramenta de campanha desempenhou um papel crucial em 2022, facilitando a disseminação de mensagens polarizadoras e, muitas vezes, desinformação. Segundo Ribeiro e Ortiz (2022), as redes sociais se consolidaram como o principal palco de disputa política, onde discursos de ódio e fake news contribuíram para reforçar divisões sociais e consolidar bolhas ideológicas. As campanhas de ambos os candidatos se valeram de estratégias digitais para mobilizar seus eleitores, mas o impacto dessas táticas gerou questionamentos sobre a legitimidade das informações compartilhadas e a influência sobre o comportamento eleitoral (Albuquerque, 2021).

O ambiente político brasileiro, portanto, refletiu uma retomada da retórica de "nós contra eles", com ambos os candidatos apresentando suas campanhas como uma defesa de valores fundamentais: Bolsonaro como defensor da liberdade e dos valores tradicionais, enquanto Lula buscava resgatar a esperança e o foco em justiça social e inclusão (Singer, 2018). Com isso, torna-se ainda mais importante estudar as estratégias narrativas e estéticas utilizadas, que não apenas informam, mas afetam emocionalmente. Como aponta Santos (2022), as imagens utilizadas nas campanhas eleitorais de 2022 refletiram não apenas as estratégias políticas de cada candidato, mas também as emoções que buscavam despertar em seus eleitores, destacando a importância do discurso visual como forma de convencimento.

5.1 Categorias de Análise Empregadas

Para fundamentar a análise comparativa entre as campanhas eleitorais de Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva em 2022, foram utilizadas seis categorias de análise derivadas de referenciais teóricos do cinema de propaganda e da comunicação política. A seleção dessas categorias teve como base a tradição cinematográfica de propaganda nazista e bolchevique (Eisenstein, Riefenstahl, Nichols, O'Shaughnessy), bem como autores da estética e retórica política contemporânea. O objetivo foi observar padrões visuais, narrativos e simbólicos que se repetem e entender seus efeitos de sentido.

Kovaleski (2019) argumenta que as campanhas publicitárias e políticas compartilham dispositivos audiovisuais semelhantes, com foco na emoção e na construção simbólica de um universo ideológico. Isso se observa nos discursos audiovisuais que combinam “elementos simbólicos, estruturas narrativas e ritmos próprios do cinema para criar efeitos de sentido e engajamento” (KOVALESKI, 2019, p. 75), o que se aplica diretamente às campanhas eleitorais analisadas neste estudo.

Foram analisadas três peças audiovisuais de cada candidato: uma do início, outra do meio e uma do final da campanha presidencial de 2022. A seleção de três peças audiovisuais por candidato não se deu de forma arbitrária, mas a partir de um critério de representatividade temporal e de viabilidade analítica. Como o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral apresenta dezenas de inserções ao longo da campanha, a análise integral de todas as peças se tornaria inviável dentro dos limites desta pesquisa. Dessa forma, optou-se por recortar uma peça do início, uma do meio e uma da fase final da campanha, assegurando a possibilidade de observar a evolução narrativa e estética das estratégias de comunicação. Esse recorte temporal permite acompanhar a progressão do discurso e da construção imagética dos candidatos, ao mesmo tempo em que possibilita uma análise aprofundada sem perder a perspectiva do desenvolvimento global da campanha. Cada vídeo foi examinado com foco em elementos recorrentes, montagem, narrativa visual e uso de símbolos. A análise considerou a frequência e a função retórica dos recursos observados.

5.2 Categorias e Elementos Identificados

A comparação entre os modelos cinematográficos nazista e bolchevique oferece uma base fundamental para compreender as escolhas estéticas e ideológicas que se refletem nas campanhas eleitorais contemporâneas. Enquanto o cinema nazista construiu uma narrativa centrada na exaltação do líder como figura divina, utilizando recursos visuais como planos baixos, iluminação dramática e montagem ritmada para reforçar a autoridade, o cinema bolchevique privilegiou a coletividade como protagonista da transformação, empregando montagem dialética e enquadramentos horizontais para representar o povo em ação. A seguir, a Tabela 1 resume os principais elementos dessas duas escolas cinematográficas e suas funções simbólicas, servindo como referência para a análise comparativa das campanhas audiovisuais de Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva em 2022.

Tabela 1 – Comparação entre os Modelos Cinematográficos Nazista e Bolchevique

Característica	Cinema Nazista	Cinema Bolchevique
Enquadramento	Foco no líder, planos baixos, centralidade absoluta	Foco na coletividade, planos abertos e horizontais
Montagem	Rítmica e épica, exaltação do poder	Dialética e contrastante, gerando reflexão e emoção
Propósito Ideológico	Exaltação do Estado e do líder como figura messiânica	Mobilização da revolução, transformação social e protagonismo popular
Símbolos visuais	Bandeiras, águias, uniformes, multidões homogêneas	Martelos, bandeiras vermelhas, trabalhadores, coletivos diversos
Representação do povo	Massa obediente e disciplinada, em formação	Povo como agente ativo da mudança, com expressões individuais e lutas coletivas
Estética do líder	Figura heroica, quase divina, isolada em destaque visual	Líder como parte do povo, sem hierarquia visual
Uso da luz e sombra	Contrastes fortes, figura do líder iluminada em meio à penumbra	Iluminação natural, reforçando realismo e aproximação
Narrativa emocional	Culto à ordem, unidade, patriotismo, medo do inimigo externo	Esperança, empatia, justiça, luta por igualdade
Função da trilha sonora	Marchas, hinos, música marcante de exaltação	Canções populares e revolucionárias que apelam à emoção e identidade coletiva
Exemplo clássico	<i>O Triunfo da Vontade</i> (Riefenstahl, 1935)	<i>O Encouraçado Potemkin</i> (Eisenstein, 1925)

Fonte: Dados da Pesquisa, 2025

A partir da comparação entre os modelos cinematográficos nazista e bolchevique apresentada na Tabela 1, é possível observar como elementos estéticos e narrativos dessas tradições foram atualizados e ressignificados nas campanhas eleitorais de 2022. A Tabela 2 e 3, a seguir, organizam as principais categorias analíticas identificadas nos materiais audiovisuais de Bolsonaro e Lula, evidenciando como estratégias visuais, simbólicas e discursivas foram utilizadas com finalidades específicas de persuasão política. Essa tabela serve como ponte metodológica entre a base teórica histórica e a prática contemporânea da propaganda eleitoral, permitindo identificar os paralelos entre a linguagem cinematográfica de regimes do século XX e a comunicação política atual.

Tabela 2 – Estratégias Narrativas e Simbólicas nas Campanhas de Lula e Bolsonaro (2022)

Nº	Categoria	Descrição	Present e em	Frequência	Função narrativa
----	-----------	-----------	--------------	------------	------------------

Nº	Categoria	Descrição	Presente em	Frequência	Função narrativa
1	Enquadramento do líder	Ângulos que reforçam superioridade ou proximidade	Ambos	Alta	Reforça autoridade (Bolsonaro) ou proximidade (Lula)
2	Símbolos nacionais	Bandeira, cores da pátria (verde e amarelo), hino, imagens do país, patriotismo	Ambos	Muito alta (Bolsonaro) / Média (Lula)	Evocar patriotismo e Reforça identidade nacional; apropriação simbólica
3	Representação da Multidão	Imagens de comícios, manifestações, apoio popular vs. Inclusão comunitária	Ambos	Alta	Mostrar apoio popular, criar sensação de maioria. Confere legitimidade e conexão emocional
4	Narrativa emocional	Depoimentos, cenas familiares, trilha sonora comovente	Ambos	Alta	Conexão afetiva com o eleitor
5	Montagem simbólica	Justaposição de imagens para sugerir oposição moral, contraste ideológico entre os candidatos (ex: bem x mal)	Ambos	Média	Criação de oposição simbólica
6	Culto ao líder	Foco contínuo/excessivo no candidato	Ambos	Muito alta	Bolsonaro: líder indispensável; Lula: símbolo da reconstrução
7	Religiosidade espiritualidade	Citações a Deus, imagens de fé, oração, símbolos religiosos (cruz, orações, etc.)	Ambos	Alta (Bolsonaro) / Média (Lula)	Reforça valores morais compartilhados; cria vínculo com eleitores religiosos e sensação de missão. Bolsonaro: conservadorismo cristão; Lula: fé popular e humanização

Fonte: Dados da Pesquisa, 2025

As categorias não são exclusivas de um candidato. Em diversos momentos, ambos utilizaram o mesmo recurso estético e simbólico, mas com intenções discursivas diferentes.

Por exemplo, a multidão aparece nas campanhas de Lula como representação da coletividade e inclusão social, enquanto nas de Bolsonaro é usada como apoio massivo, demonstração de poder, coesão e força popular centralizada.

O enquadramento de câmera se destaca como um dos elementos mais recorrentes nas peças analisadas, mas se articula de forma distinta. Na estética de Bolsonaro, predominam os ângulos baixos e centralizados, que reforçam a imagem de autoridade e superioridade do líder. Em contraste, a campanha de Lula favorece planos abertos e horizontais, que sugerem igualdade e proximidade, associando o candidato à vivência cotidiana do povo

A montagem em ambos os casos serve à construção de dicotomias morais, como “ordem vs. caos” (Bolsonaro) e “esperança vs. opressão” (Lula) - uma estratégia próxima da montagem dialética de Eisenstein (1949) na qual a justaposição de imagens é usada como mecanismo de construção ideológica.

A presença recorrente de símbolos nacionais, trilhas sonoras emotivas e cenas familiares confirma uma convergência metodológica entre as campanhas: ambas utilizam recursos audiovisuais com forte carga emocional para criar identificação afetiva com o eleitorado. A repetição de elementos visuais e sonoros - como bandeiras, música envolvente e ângulos de câmera simbólicos - evidencia um uso estratégico e consciente do audiovisual como instrumento de persuasão política.

Tabela 3 – Comparação entre Elementos Audiovisuais das Campanhas de Lula e Bolsonaro

Elemento	Bolsonaro	Lula
Enquadramento	Planos baixos, realçando poder e força	Planos médios, aproximando do povo
Multidão	Cenas de grandes comícios, simbolizando apoio massivo	Imagens de contato direto com o povo, reforçando proximidade
Luz e sombra	Alto contraste para destacar a imagem do líder	Iluminação mais equilibrada e naturalista
Movimentos de câmera	Travellings e panorâmicas que engrandecem o líder	Movimentos suaves e espontâneos, estilo documentário
Montagem	Ritmo dinâmico, cortes rápidos em momentos-chave	Ritmo mais fluído, com transições suaves
Trilha sonora	Música épica e patriótica	Canções populares e discursos emotivos

Fonte: Dados da Pesquisa, 2025

A repetição de recursos em ambos os candidatos, como a centralidade do líder e a exibição de multidões, sugere que, apesar das divergências ideológicas, há uma lógica comum

no uso da linguagem audiovisual em campanhas políticas: mobilizar, emocionar e persuadir. No entanto, enquanto Bolsonaro se vale de uma estética que remete ao poder verticalizado e à ordem, com ênfase na força e na autoridade, Lula constrói uma narrativa que valoriza a horizontalidade simbólica e a comunhão popular, reforçando o papel do coletivo como protagonista da transformação.

5.3 Análise dos Programas de Bolsonaro

A campanha de Jair Bolsonaro, desde o início, utilizou uma linguagem visual carregada de símbolos nacionais que evocam patriotismo e imagens de força e ordem. Bolsonaro se apresentou como o único capaz de manter a ordem e proteger os valores tradicionais da nação. A estética adotada foi definida pela linguagem de propaganda que busca consolidar uma imagem de poder e controle. A retórica de segurança e estabilidade foi acompanhada de um visual que reforçava a ideia de autoridade e liderança incontestável. Como apontado por Pimentel (2022), a construção da imagem de Bolsonaro durante a campanha de 2022 foi calcada na associação entre sua figura e os símbolos de soberania nacional, uma estratégia que visa evocar sentimentos de patriotismo e lealdade.

Para a análise, escolhemos três peças principais: uma do início da campanha, outra do meio, e a última no fim do processo eleitoral. Esses vídeos mostram uma clara evolução na estratégia narrativa e estética de Bolsonaro, em que o discurso de ordem e controle se transforma gradualmente em uma mensagem mais emocional, buscando apelar para valores familiares e religiosos. O aspecto visual também evolui, refletindo essa mudança na abordagem da campanha, destacando as escolhas visuais, os enquadramentos e o uso de símbolos para transmitir as mensagens centrais do candidato.

5.3.1 Primeira Peça - Início da Campanha

A peça de abertura da campanha de Jair Bolsonaro, intitulada "presidente exalta liberdade", foi veiculada em 27 de agosto de 2022 e focou em consolidar a imagem do candidato como uma figura de força e segurança (PODER360, 2022). Os planos de câmera, frequentemente posicionados em ângulos baixos, conferiam uma sensação de grandeza ao candidato, enquanto ele interagia com o povo. A iluminação de seu semblante, sempre a deixá-lo em evidência e mais claro que os demais, reforçava uma atmosfera de seriedade, evocando comprometimento com a proteção da pátria.

A construção simbólica do líder como figura central e patriótica pode ser observada na

Figura 1, onde Jair Bolsonaro aparece em plano baixo diante de uma multidão e da bandeira nacional, evocando autoridade e pertencimento nacional.

Figura 1 – Plano simbólico da campanha “Presidente exalta liberdade” (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Bolsonaro: presidente exalta liberdade” (PODER360, 2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8GEThmDuns8>. Acesso em: 20 maio 2025.

Figura 2 – Imagem inicial da campanha com apelo à fé e identidade nacional (2022)

Fonte: Printscreen do vídeo “Bolsonaro: presidente exalta liberdade” (PODER360, 2022). Disponível em:



<https://www.youtube.com/watch?v=8GEThmDuns8>. Acesso em: 20 maio 2025.

A imagem da Figura 2 é extraída do início da campanha de Jair Bolsonaro, onde duas

mulheres se encontram diante da bandeira do Brasil, com bonés e chapéus estampando a palavra “Jesus”. A cena é acompanhada da locução “o melhor do Brasil é o brasileiro, e apesar das dificuldades, é um povo que não perde a fé”, estabelecendo um elo direto entre religiosidade, resiliência e identidade nacional. Segundo Charaudeau (2006), o discurso político frequentemente se ancora em valores morais e simbólicos compartilhados para construir uma imagem de pertencimento e legitimidade. Do ponto de vista técnico, trata-se de um plano fechado e frontal, com câmera posicionada na altura dos olhos, o que cria uma relação de igualdade e aproximação com o espectador. A iluminação é natural e suave, sem sombras marcadas, o que reforça a sensação de serenidade, espiritualidade e espontaneidade. A religiosidade é convocada como um elemento de união nacional, alinhando-se a um ethos conservador e de fé. A bandeira ao fundo reforça o apelo patriótico, compondo uma narrativa de “povo de fé” como fundamento da identidade brasileira. A imagem se articula com o discurso de Bolsonaro que busca legitimar sua candidatura como defensora dos valores cristãos e tradicionais.

Figura 3 – Construção da imagem institucional e liderança simbólica de Jair Bolsonaro (2022)

Fonte: Printscreen do vídeo “Bolsonaro: presidente exalta liberdade” (PODER360, 2022). Disponível em:



<https://www.youtube.com/watch?v=8GEThmDuns8>. Acesso em: 20 maio 2025.

A imagem da Figura 3 mostra Jair Bolsonaro em um cenário solene, trajando faixa presidencial e discursando em púlpito oficial, ladeado por Michelle Bolsonaro e uma intérprete de Libras. A composição antecede-se, no vídeo, por uma sucessão de cenas que constroem sua imagem como “líder escolhido pelo povo”, com locução que exalta seu perfil como homem simples, verdadeiro e honesto. Essa progressão narrativa - da aproximação

popular à consagração institucional - culmina neste plano central e simbólico, reforçando a legitimidade do poder exercido. A câmera é posicionada em plano médio e frontal, com leve ângulo baixo, conferindo um ar de grandeza e respeitabilidade. A iluminação é uniforme e suave, típica de eventos oficiais, reforçando a formalidade e a sobriedade da ocasião. Como destaca Charaudeau (2006), a *mise-en-scène* política articula elementos verbais e visuais para consolidar uma identidade discursiva coerente. Aqui, o enquadramento e a disposição dos sujeitos em cena constroem uma narrativa de autoridade, estabilidade e continuidade institucional. A sequência é complementada por imagens de multidões em verde e amarelo, mulheres idosas emocionadas e cenas de comícios, nas quais o candidato aparece em planos baixos - um recurso típico da propaganda política para reforçar a figura do líder carismático e próximo das massas (Jowett & O'Donnell, 2012). Essa alternância entre intimidade popular e solenidade institucional constitui uma estratégia de montagem simbólica que visa legitimar Bolsonaro como figura central de um projeto nacional.

Segundo Jowett e O'Donnell (2012, p. 26), "a propaganda que enfatiza a segurança e a autoridade se beneficia do uso de imagens que evocam força e poder, buscando apelar diretamente ao desejo de ordem em tempos de incerteza". Esses elementos visuais foram projetados para fortalecer a confiança do eleitorado em Bolsonaro como o guardião da liberdade e da ordem.

5.3.2 Segunda Peça - Meio da Campanha

No programa eleitoral veiculado em 15 de setembro de 2022, com o título "a verdade sobre Lula", a narrativa transitou para a exploração de ameaças internas e externas, apresentando Bolsonaro como a solução para os problemas da nação (PODER360, 2022). O vídeo utilizava cortes rápidos e alternava planos em que critica Lula e o ataca, cenas em primeiro plano com cenas de opositores de Lula ou recortes de jornais, o criticando, criando uma hierarquia visual. Essa abordagem reforça a dicotomia entre o bem e o mal, com Bolsonaro simbolizando o defensor do povo contra "inimigos da pátria".

Figura 4 – Construção narrativa de oposição moral: uso de depoimentos e denúncias (2022)

Fonte: Printscreen do vídeo “Bolsonaro: a verdade sobre Lula” (PODER360, 2022). Disponível em:

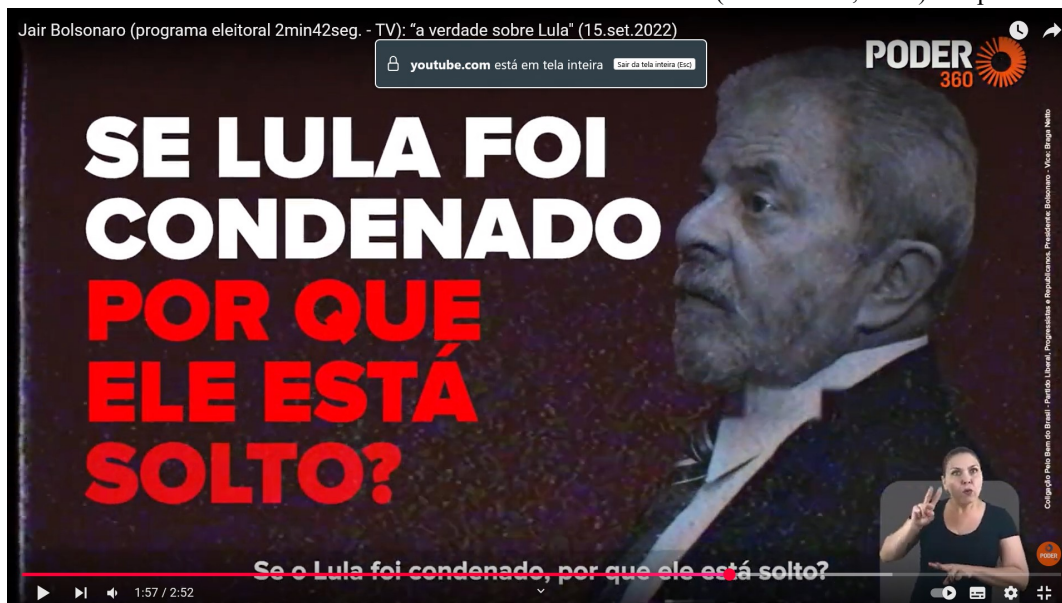


<https://www.youtube.com/watch?v=GICfybyJvO4>. Acesso em: 22 maio 2025.

A Figura 4 insere-se no contexto narrativo do programa eleitoral de Jair Bolsonaro veiculado em 15 de setembro de 2022, posicionado no meio da campanha. O plano apresenta Antonio Palocci, ex-ministro dos governos do Partido dos Trabalhadores, durante um depoimento com delação, sobreposto a uma tarja gráfica em vermelho com o conteúdo textual: “Emílio Odebrecht levou um pacote de propinas para o presidente Lula”. Essa imagem é precedida por cortes de reportagens jornalísticas que mencionam prisão e condenação de Lula, compondo uma sequência de argumentação visual que visa reiterar a criminalização do adversário político. O enquadramento é fechado e em leve ângulo diagonal, aproximando o espectador da figura de Palocci com foco no microfone e sua expressão facial, elementos que evocam seriedade e autenticidade. A câmera posiciona o depoente ao centro da imagem, com profundidade de campo reduzida, desfocando o plano de fundo e concentrando a atenção no discurso direto. A iluminação é típica de ambiente institucional, reforçando a ideia de veracidade e formalidade do espaço de depoimento. A montagem sequencial e a inserção gráfica em vermelho remetem à estética de denúncia, funcionando como recurso de choque simbólico. A estratégia aqui é construir uma oposição direta entre “verdade” e “mentira”, “culpa” e “honestidade”, atributos centrais na lógica da propaganda negativa. Como afirma O’Shaughnessy (2004), o cinema político recorre à estrutura narrativa do conflito moral para mobilizar emoções e reforçar posições ideológicas.

Figura 5 – Peça de campanha com enquadramento simbólico e textual (2022)

Fonte: Printscreen do vídeo “Jair Bolsonaro: a verdade sobre Lula” (PODER360, 2022). Disponível em:



<https://www.youtube.com/watch?v=G1CfybyJvO4>. Acesso em: 20 maio 2025.

A construção simbólica do inimigo político como figura ameaçadora pode ser observada na Figura 5, onde a imagem de Luiz Inácio Lula da Silva é apresentada em escala de cinza, com textura granulada e expressão séria, ao lado da frase em destaque: “*Se Lula foi condenado, por que ele está solto?*”. A tipografia em letras maiúsculas brancas e vermelhas, sobre fundo escuro, intensifica o tom acusatório. A estética remete ao uso de estratégias de oposição moral características do cinema de propaganda, evocando medo, julgamento e dicotomias ideológicas. Esse tipo de construção discursiva, como destaca Jowett e O'Donnell (2012), utiliza recursos visuais e textuais para reforçar a narrativa de conflito entre “bem e mal” no imaginário coletivo.

Essa estratégia, segundo O'Shaughnessy (2014), reflete a eficácia de contrastes visuais e a criação de inimigos comuns para consolidar a imagem de um líder como salvador e protetor. A estética da peça eleitoral reforçou essa percepção por meio de enquadramentos em seus opositores e simulações visuais, com uma narrativa que conecta a imagem de Lula a um transgressor, e de Bolsonaro, mesmo não aparecendo neste vídeo, à de um líder resoluto e indispensável em tempos de crise.

5.3.4 Terceira Peça - Fim da Campanha

No vídeo final da campanha, exibido em 20 de outubro de 2022 sob o título “Lula está contra o congresso”, a narrativa focava em unir a população em torno dos valores nacionais (PODER360, 2022). Imagens do povo vestindo verde e amarelo são intercaladas com cenas

de apoiadores de Bolsonaro, discursando para o povo, sempre com as iconografias verde e amarelas e bandeiras brasileiras ao fundo. A câmera utiliza movimentos suaves, como aproximação, para conectar visualmente o candidato ao expectador e ele em meio as massas e apoiadores, transmitindo uma sensação de unidade.

Figura 6 – Representação de apoio feminino e racial a Jair Bolsonaro (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Bolsonaro: Lula está contra o congresso” (PODER360, 2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=G1CfybyJvO4>. Acesso em: 20 maio 2025.

A cena representada na Figura X mostra uma mulher negra declarando seu apoio a Jair Bolsonaro, dizendo: “como mulher negra, eu voto em Bolsonaro, sempre”. Esse depoimento é estrategicamente posicionado em meio ao discurso que destaca o apoio do Congresso ao presidente, seguido da promessa de benefícios econômicos como o auxílio financeiro. A estética do plano médio em um ambiente popular (possivelmente um mercado de rua), com fundo desfocado e iluminação natural, cria uma sensação de espontaneidade e legitimidade. Segundo Charaudeau (2006), o discurso político busca legitimar-se por meio da encenação de representatividade e identificação com o público. A estratégia fílmica articula esse depoimento a uma narrativa de estabilidade institucional e prosperidade econômica, buscando ampliar o alcance do candidato a novos segmentos sociais. É um exemplo claro de tentativa de reconfiguração simbólica de identidade de eleitorado por meio da linguagem audiovisual.

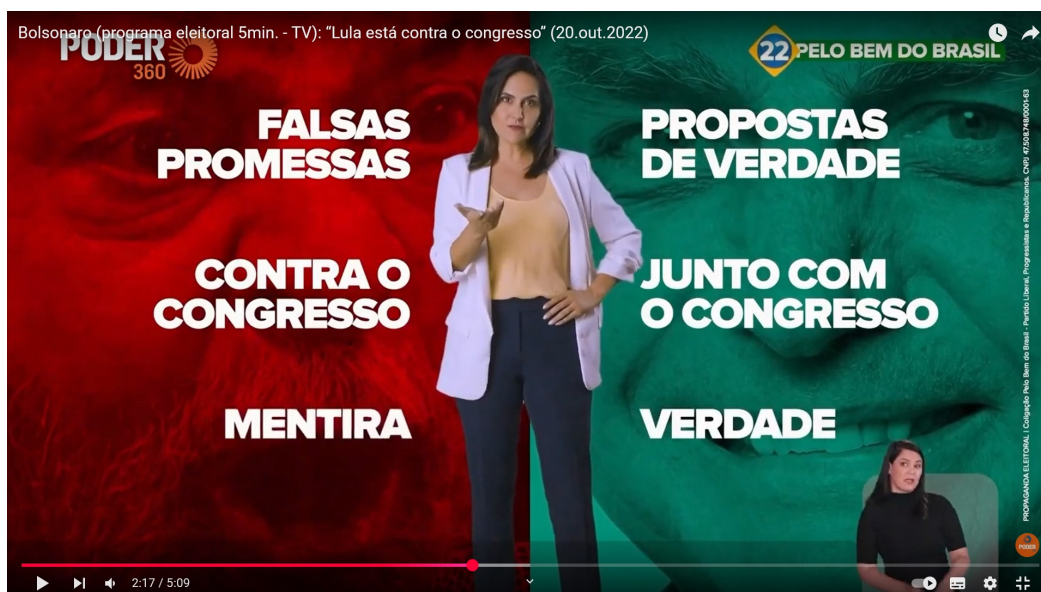
Figura 7 – Imagem de campanha com apelo emocional e aproximação com o povo (2022)



Fonte: Printscreens do vídeo “Bolsonaro: Lula está contra o congresso” (PODER360, 2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=G1CfybyJvO4>. Acesso em: 22 maio 2025.

A construção da imagem de proximidade e empatia do candidato com a população pode ser observada na Figura 7, onde Jair Bolsonaro aparece sorridente entre apoiadores e uma criança no colo da mãe, em ambiente popular (um supermercado). A composição da cena, com iluminação suave, planos médios e expressões de afeto, reforça a ideia de um líder acessível e familiar. Como apontam Charaudeau e Maingueneau, a cena de enunciação construída nesse tipo de enquadramento inscreve o candidato em um ethos de proximidade, em que a dimensão afetiva e relacional se sobrepõe à institucional. A trilha sonora emotiva e o discurso de gratidão que acompanha o vídeo contribuem para a construção de um vínculo emocional com o espectador, recurso típico da narrativa política audiovisual voltada à mobilização identitária e simbólica.

Figura 8 – Discurso visual de oposição ideológica e moral (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Bolsonaro: Lula está contra o congresso” (PODER360, 2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=G1CfybyJvO4>. Acesso em: 20 maio 2025.

A cena exemplificada na Figura 8 estabelece um contraste simbólico e cromático entre dois campos ideológicos: o vermelho associado a Lula, com termos como "mentira", "falsas promessas" e "contra o Congresso", e o verde, ligado a Bolsonaro, com palavras como "verdade", "propostas de verdade" e "junto com o Congresso". Essa oposição de cores reforça a binarização moral e política entre os candidatos, criando um esquema visual de antagonismo absoluto. A centralização da apresentadora como mediadora visual entre os blocos também reforça a intenção de apresentar uma escolha racional e objetiva ao eleitor. Segundo O'Shaughnessy (2014), a propaganda política frequentemente emprega "dicotomias visuais" e simplificações morais como formas persuasivas eficazes. Nesse contexto, a narrativa visual opera na construção de uma identidade de “governo da ordem” e “da verdade” contra um adversário simbolicamente posicionado como "desordeiro" e "enganoso".

Além disso, cenas de famílias, trabalhadores, militares e pessoas famosas foram estrategicamente integradas para sugerir que Bolsonaro possuía o apoio de todos os setores da sociedade. Como observa Nichols (2010), a propaganda que usa a visualidade para construir uma narrativa de inclusão e apoio universal cria uma percepção de legitimidade e autoridade do líder. A montagem contínua dessas cenas visuais culminava na reafirmação de Bolsonaro como o líder patriótico capaz de representar os interesses da nação.

Figura 9 – Apelo à autoridade por associação midiática (2022)



Fonte: Printscren do vídeo “Bolsonaro: Lula está contra o congresso” (PODER360, 2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=G1CfybyJvO4>. Acesso em: 20 maio 2025.



Figura 10 – Representação de apoio popular massivo (2022)

Fonte: Printscren do vídeo “Bolsonaro: Lula está contra o congresso” (PODER360, 2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=G1CfybyJvO4>. Acesso em: 20 maio 2025.

Figura 11 – Ênfase na identidade coletiva e celebração popular (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Bolsonaro: Lula está contra o congresso” (PODER360, 2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GICfybyJvO4>. Acesso em: 20 maio 2025.

A sequência final da peça eleitoral de Bolsonaro analisa-se como uma culminância estética e simbólica de sua imagem pública, estruturada para reforçar um ethos de unidade nacional, adesão popular ampla e apoio institucional. As imagens se sucedem a partir de um eixo triplo: autoridade carismática, aceitação midiática e abrangência social.

A presença de celebridades da música e da televisão (como Zezé Di Camargo e Ratinho) atua como mecanismo de validação simbólica. Segundo Dayan e Katz (1992), eventos midiáticos com figuras públicas conferem legitimidade e ampliam a identificação emocional com o público. A imagem de Bolsonaro entre esses nomes é cuidadosamente construída em cenários formais, com iluminação difusa e enquadramentos simétricos que conferem estabilidade e respeito, sugerindo racionalidade e competência.

Logo em seguida, a estética muda para o calor popular. A câmera em plano baixo registra o presidente diante de uma multidão uniformizada em verde e amarelo, enfatizando a perspectiva monumental do líder. A multidão, filmada em plongée (câmera alta), vibra ao som do jingle “Chegou, Chegou... Chegaram”, em ritmo acelerado e cores saturadas, promovendo uma sensação de clímax emocional e mobilização de massas. Trata-se de uma estratégia típica do cinema de propaganda, como argumenta Jowett e O’Donnell (2012), onde a grandiosidade visual serve à legitimação emocional. A inserção de figuras populares e representantes de grupos minoritários - como mulheres negras, indígenas e crianças - reforça a tentativa de universalização da base eleitoral, ainda que contradiga parte do histórico discursivo da campanha. Essa apropriação simbólica busca atenuar a imagem de exclusão, promovendo uma narrativa de aceitação plural e reconciliação.

Por fim, a convergência de apoio político (governadores e parlamentares), popular (multidões) e midiático (celebridades) é orquestrada como coroamento da campanha, uma espécie de “unidade nacional” em torno do candidato. Essa construção audiovisual utiliza todos os recursos da estética propagandística para apresentar Bolsonaro como inevitável, legítimo e triunfante.

5.3.5 Enquadramentos que Evocam Força, Unidade ou Medo

Os enquadramentos utilizados nas peças eleitorais de Bolsonaro eram cuidadosamente planejados para evocar sentimentos de força, unidade ou medo, dependendo da mensagem desejada em cada momento. Planos de câmera em ângulos baixos eram usados para engrandecer o candidato, sugerindo que ele estava em posição de liderança e comando. Além disso, planos gerais de multidões uniformizadas criavam a sensação de unidade e disciplina, reforçando a ideia de que o país estava alinhado com Bolsonaro. Já os enquadramentos que mostravam manifestantes ou adversários em situações caóticas eram usados para evocar medo, destacando a necessidade de uma figura forte para manter a ordem.

5.3.6 Uso de Símbolos Nacionais e Apelo Emocional

O uso de símbolos nacionais, como a bandeira do Brasil e as cores verde e amarelo, foi uma característica constante nos vídeos de campanha de Bolsonaro. Esses elementos visuais eram utilizados para criar uma narrativa de patriotismo e defesa da soberania nacional. O apelo emocional também era fortemente explorado, com imagens de famílias, trabalhadores e membros das forças de segurança sendo apresentados como aqueles que Bolsonaro estava comprometido em proteger. Segundo Oatley (1999, p. 13), "o apelo emocional é uma forma central na propaganda política, pois conecta o público ao candidato em um nível que transcende a lógica e o racional". A ênfase no patriotismo e na segurança pessoal era uma tentativa de mobilizar os eleitores que buscavam estabilidade e proteção contra ameaças percebidas.

5.4 Análise dos Programas de Lula

Assim como a campanha de Bolsonaro, a de Lula também passa por transformações ao longo do processo eleitoral, mas com um foco claramente distinto. A narrativa de Lula era pautada na reconstrução do país, na empatia e na esperança, buscando criar uma imagem que resgatasse os valores sociais e a justiça para todos os brasileiros. Segundo Santos (2022), a

narrativa visual adotada por Lula visava transmitir uma mensagem de unidade e superação coletiva, destacando o povo como o principal agente da transformação. Em contraste com a campanha de Bolsonaro, que enfatizava a autoridade e a segurança, a campanha de Lula procurava construir uma narrativa inclusiva e esperançosa, enfatizando a coletividade e a participação social como elementos fundamentais para o futuro do país.

A análise dos materiais de campanha de Lula revela uma clara intenção de retratar o candidato em meio ao povo, em uma postura horizontal e acessível, sem hierarquia evidente entre ele e os eleitores. A escolha de enquadramentos em que Lula é mostrado ao lado de trabalhadores e pessoas comuns reflete um compromisso com os valores populares e a inclusão. Segundo Nichols (2010, p. 25), "a representação do líder em igualdade com o povo cria uma identificação emocional, reforçando a ideia de que o poder emana do coletivo". Esse contraste é especialmente evidente quando comparado com Bolsonaro, que se posiciona de forma destacada e superior, evocando poder e controle.

Além disso, os vídeos da campanha de Lula são marcados por uma estética visual que utiliza cores quentes e vibrantes, transmitindo um senso de otimismo e esperança. A iluminação suave e os movimentos espontâneos de câmera criam uma atmosfera de proximidade e acolhimento, contrastando com as tomadas mais rígidas e frias da campanha de Bolsonaro. Segundo O'Shaughnessy (2014), o uso da estética visual para criar uma conexão emocional é crucial na construção da imagem de um candidato que pretende representar a esperança e a solidariedade. Ao longo da campanha, Lula se coloca como um líder que ouve, dialoga e está próximo do povo, promovendo uma mensagem de resgate dos direitos sociais e justiça para todos.

Para a análise, escolhemos três peças principais: uma do início, outra do meio e uma do final da campanha. Cada uma dessas peças reflete a evolução da narrativa e dos aspectos visuais, adaptando a mensagem conforme a campanha avançava.

5.4.1 Primeira Peça - Início da Campanha

A campanha de Lula começou com o vídeo "Programa 01 do Lula", publicado em 27 de agosto de 2022, que se destacou por capturar cenas do cotidiano de trabalhadores, jovens e famílias de diversas origens. A câmera, com movimentos espontâneos e naturais, registrava momentos de interação genuína, enfatizando a igualdade entre o líder e o povo (VIRALATAS.COM.BR, 2022a). Diferentemente da abordagem hierárquica da campanha de

Bolsonaro, Lula é representado em meio à população, sem qualquer elevação hierárquica, promovendo uma identificação emocional. Como observa Nichols (2010), a representação do líder em igualdade com o povo cria uma identificação emocional, reforçando a ideia de que o poder emana do coletivo.

A campanha começa com imagens captadas em câmera na mão, de baixa resolução, remetendo a um estilo documental que apresenta problemas como a inflação e a fome. O jingle que segue, com repetição da frase “tenho fé e peço a Deus”, estabelece um tom afetivo e esperançoso, propondo um projeto político centrado na proteção da família, na paz e na reconstrução da vida cotidiana. A estratégia narrativa é reforçada pelo uso de imagens do cotidiano, de trabalhadores, famílias e pessoas dançando - muitas delas gravadas por celular, como se fossem registros diretos do próprio povo. Essa alternância entre cenas profissionais e amadoras cria uma atmosfera de autenticidade e proximidade.

A Figura 12, com enquadramento vertical e moldura preta, mostra um homem negro dançando na rua, vestindo máscara e roupas simples. A estética remete à linguagem das redes sociais e reforça o caráter de participação popular. Como destaca Hall (2003), o processo de recepção é influenciado pelo contexto cultural do espectador, e aqui o vídeo convida à identificação com a resistência cotidiana e à fé popular como potência transformadora. A linguagem audiovisual evoca uma representação do eleitor como sujeito digno e resiliente, buscando reposicionar o “povo” no centro da narrativa política. É um apelo emocional construído por meio da estética popular e participativa. O povo não aparece apenas como vítima, mas como sujeito batalhador, resiliente e digno de protagonismo.

Figura 12 – Imagem vertical com estética documental, representando a fala do povo (2022)

Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 01 do Lula” (VIRALATAS, 2022). Disponível em:



<https://www.youtube.com/watch?v=BMwiNLkSIFU>. Acesso em: 23 maio 2025.

Figura 13 – Candidato em discurso institucional, com apelo emocional e esperançoso (2022)

Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 01 do Lula” (VIRALATAS, 2022). Disponível em:



<https://www.youtube.com/watch?v=BMwiNLkSIFU>. Acesso em: 23 maio 2025.

Em seguida, a campanha introduz uma transição estética e simbólica ao mostrar o ex-presidente Lula em estúdio, conforme representado na Figura 13. Em plano médio e iluminação difusa, Lula surge com um figurino formal (terno azul e camisa branca), em um cenário doméstico cuidadosamente montado. O tom de voz é calmo, direto e empático, com frases como “É um grande prazer encontrar você aqui” e “Vamos reconstruir o Brasil juntos”. O contraste entre a espontaneidade das imagens populares e a sobriedade institucional da fala de Lula reforça o ethos de responsabilidade e experiência. A figura do candidato é projetada como aquela que já enfrentou crises e que agora se apresenta como guia possível para um novo ciclo político. A retórica da reconstrução permeia todo o bloco, criando uma ponte entre o sofrimento do presente e a esperança futura.

Figura 14 – Campanha Lula, destacando feitos educacionais e mobilização estudantil (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 01 do Lula” (VIRALATAS, 2022). Disponível em: <https://youtu.be/BMwiNLkSIFU?si=j8woNXYbsdjWqz73>. Acesso em: 22 maio 2025.

A imagem capturada na Figura 14 mostra o presidente Lula ao centro de um grupo de jovens sorridentes, celebrando a criação de universidades federais durante seu governo. A sobreposição da frase “18 UNIVERSIDADES ENTREGUES” enfatiza o feito. Essa composição visual articula emoção, proximidade com a juventude e valorização da educação. Como destacam Charaudeau e Maingueneau (2006), esse tipo de cena de enunciação mobiliza símbolos de progresso e inclusão, fortalecendo o ethos do candidato como agente de transformação social. A estratégia retórica associa Lula à ampliação de oportunidades e à esperança de ascensão por meio da educação pública.

A imagem, Figura 15, de Lula com roupas de operário e mãos sujas de óleo evoca uma construção simbólica do líder como representante legítimo da classe trabalhadora. Em meio a um cenário industrial, com trabalhadores ao fundo e visivelmente sorridente, a peça reforça o ethos de Lula como “homem do povo”, associado diretamente ao progresso econômico. A sobreposição da legenda “6ª economia” vincula sua imagem ao auge econômico do Brasil durante seu governo, sugerindo a capacidade de reconduzir o país à prosperidade.

Figura 15 – Lula representado como símbolo do trabalhador e da ascensão econômica (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 01 do Lula” (VIRALATAS, 2022). Disponível em: <https://youtu.be/BMwiNLkSIFU?si=j8woNXybsdjWqz73>. Acesso em: 22 maio 2025.

Esse recurso imagético opera como ancoragem ideológica (CHARAUDEAU, 2006), onde o corpo do candidato se funde ao discurso de crescimento e soberania nacional. Visualmente, o enquadramento é médio-fechado, privilegiando expressões faciais e o gesto da mão aberta com óleo - ícone da produção nacional. O contraste cromático entre o laranja dos uniformes e o amarelo do lettering cria destaque visual e reforça a energia positiva da cena. Tudo isso é embalado por um jingle que mescla memória e promessa: “Lula lá, o Brasil merece”.

Figura 16 – Imagem de apelo popular e afetivo com símbolo de abraço visual (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 01 do Lula” (VIRALATAS, 2022). Disponível em: <https://youtu.be/BMwiNLkSIFU?si=j8woNXybsdjWqz73>. Acesso em: 22 maio 2025.

A sequência, Figura 16, que culmina na imagem da criança jogando bola sob bandeiras brasileiras em uma comunidade periférica, reforça o elo afetivo da campanha com o povo. O lettering animado “LULA”, com o “U” estendido como se formasse um abraço, traduz visualmente a proposta de acolhimento e esperança. Trata-se de uma construção simbólica que transforma o nome do candidato em metáfora do afeto coletivo, da proteção e da reconstrução do país. O plano aberto, a iluminação solar natural e a presença de elementos culturais (como bandeirinhas e a bola) reforçam a brasilidade da cena e a noção de pertencimento. Essa estética dialoga diretamente com o jingle emotivo - “Pro Brasil sorrir de novo” - e com a ideia de que o retorno de Lula representaria a volta da esperança. O uso da criança como figura central conecta-se à ideia de futuro, enquanto o cenário humilde, mas vibrante, reforça a aposta em uma política inclusiva e afetiva (O’SHAUGHNESSY, 2014).

Na sequência final do programa, após o jingle “Lula Lá” e a série de imagens emotivas que compõem uma estética de esperança e união, o material assume um tom mais institucional e programático. A entrada de Geraldo Alckmin, vice da chapa, ocorre em um cenário interno, iluminado de forma suave e simétrica, que remete ao padrão já estabelecido por Lula na cena anterior. O enquadramento central e o uso de planos médios estáveis reforçam a seriedade e credibilidade do discurso, alinhando-se à ideia de reconstrução e governabilidade responsável. Alckmin complementa o tom emocional da campanha com uma mensagem racional e administrativa.

As cenas seguintes, uma idosa, um jovem e depois uma mulher segurando sua filha enquanto declara, emocionada: “Volta, Lula, pra gente ser feliz de novo”, representações populares, do povo em geral, fecha a peça com uma poderosa síntese de memória afetiva e apelo emocional. São todas gerações colocadas em pauta. A presença da criança enfatiza o futuro e a proteção da família como pilares discursivos.

Essa transição entre o institucional (Alckmin) e o popular (depoimentos do povo) reforça a estratégia retórica da campanha: Lula aparece como líder carismático e popular, enquanto Alckmin oferece a segurança e estabilidade de um político técnico. O uso das imagens de celular, aliado ao jingle melódico e nostálgico, completa uma narrativa multifocal e emocionalmente calibrada, em que a campanha costura promessa e memória com apelo popular.

Em geral, a montagem intercala cortes dinâmicos que destacavam diferentes setores da sociedade, sugerindo inclusão e diversidade. A fotografia, caracterizada por tons quentes e

iluminação natural, visava humanizar a figura de Lula, transmitindo proximidade e empatia. Além disso, a trilha sonora evoca esperança e renovação, reforçando a mensagem de um Brasil unido e justo. Segundo Bordwell e Thompson (2008), a iluminação e a escolha de cores podem transformar completamente a percepção do público sobre uma figura pública, destacando ou humanizando o sujeito representado. Esses elementos visuais criaram um forte apelo emocional ao posicionar Lula como líder acessível e próximo do povo.

5.4.2 Segunda Peça - Meio da Campanha

No meio da campanha, com o vídeo "Programa 18 do Lula", publicado em 15 de setembro de 2022, a narrativa passou a enfatizar a reconstrução e a justiça social no quesito da alimentação e fome.

Imagens de fábricas, escolas, comunidades e habitação em desenvolvimento foram intercaladas com depoimentos emocionais de pessoas comuns, falando sobre a inflação e como os produtos estão caros, apresentando Lula, subjetivamente como o representante daqueles historicamente oprimidos (VIRALATAS.COM.BR, 2022b). A montagem alterna entre cenas de progresso social e discursos do candidato, criando uma ligação simbólica entre sua figura e o crescimento do país.

Figura 17 – Representação da crise alimentar na população brasileira (2022)

Fonte: Printscreen do vídeo "Programa 18 do Lula" (LULA, 2022). Disponível em:



https://www.youtube.com/watch?v=_UoScx4X4Vo. Acesso em: 23 maio 2025.

A sequência inicial da peça publicitária (Figura 17) apresenta uma mãe em um

supermercado, acompanhada de sua filha, diante do caixa, incapaz de pagar a totalidade de suas compras. A mise-en-scène é realista, com iluminação de luz branca direta do ambiente comercial, câmera em plano médio e leve movimento, remetendo a uma estética de registro documental. O plano captura a tensão cotidiana com naturalidade, destacando o olhar preocupado da mãe e a expressão de expectativa da criança. O cenário é comum, ordinário, mas carrega uma forte carga simbólica sobre a precarização da vida cotidiana. Essa imagem é imediatamente seguida pela locução que afirma que “a inflação fez a carne sumir do prato da população”. A construção narrativa aqui é nitidamente simbólica e emocional: parte do realismo social da mãe no supermercado e evolui para um símbolo potente da ausência de alimento como denúncia social.

A lógica comunicativa dessa sequência remete ao que Charaudeau (2006) define como o uso de “eventos modelo”, onde casos particulares evocam situações coletivas. A mãe anônima representa milhões de brasileiros; a sua frustração torna-se um retrato metonímico da crise econômica. Como estratégia de discurso, a peça ativa a indignação moral e mobiliza a memória afetiva do espectador.

Figura 18 – Representação simbólica da fome no discurso político (2022)

Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 18 do Lula” (VIRALATAS, 2022). Disponível em:



https://youtu.be/_UoScx4X4Vo. Acesso em: 22 maio 2025.

A Figura 18 apresenta uma imagem simbólica marcante: um prato vazio com a palavra "FOME" centralizada, ladeado por talheres sobre uma toalha com estampa floral. A composição minimalista e direta evoca a ausência de comida como metáfora da negligência social, reforçando o apelo emocional. Segundo Barthes (1984), a força do signo visual reside

justamente em sua capacidade de condensar significados sociais complexos em imagens simples e impactantes. Neste caso, a fome é tratada como uma ausência palpável, visualmente exposta, que busca convocar o espectador à indignação e à empatia. O uso da estética limpa e do enquadramento central reforça a gravidade da denúncia e posiciona o prato como símbolo do fracasso da política alimentar do oponente.

Com isso, a campanha estrutura um percurso emocional ascendente, que parte da carência individual, passa pela metáfora da fome, e busca preparar o terreno para a proposta de solução que virá na sequência com a figura de Lula como agente da mudança.

Figura 19 – Encontro simbólico entre Lula e o povo com apelo emocional (2022)

Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 18 do Lula” (VIRALATAS, 2022). Disponível em:



[https://youtu.be/ UoScx4X4Vo](https://youtu.be/UoScx4X4Vo). Acesso em: 22 maio 2025.

A imagem capturada na Figura 19 mostra o candidato Lula sendo calorosamente recebido por apoiadores, em um momento de contato físico direto e intenso. A expressão sorridente do candidato, somada à multidão ao fundo e às mãos que o seguram, sugere um elo simbólico entre o líder e as massas, enfatizando o afeto e a confiança depositados nele. Esse tipo de enquadramento remete ao conceito de "mise en scène da autoridade" descrito por Patrick Charaudeau (2006), no qual o político é apresentado como uma figura empática e próxima, cuja legitimidade é construída por meio da emoção e da interação com o povo. A palavra “MELHORAR” em letras garrafais amarelas, sobreposta à cena, atua como elemento de reforço semântico, associando a imagem do candidato à promessa de transformação positiva. A justaposição entre corpo, toque e esperança revela uma estratégia narrativa de humanização do político, típica das campanhas eleitorais que buscam reforçar a dimensão

afetiva do discurso e mobilizar o eleitorado por meio da empatia e da identificação emocional.

As cores vivas e vibrantes marcam um contraste com os tons mais neutros do início da campanha, simbolizando esperança e um futuro promissor. A câmera captura interações de Lula com trabalhadores e o povo, reforçando sua proximidade e empatia com diferentes segmentos da sociedade. Segundo Benjamin (1936), o uso da imagem para representar o progresso social cria uma narrativa poderosa que conecta o líder ao desenvolvimento nacional. Essa estratégia visual foi central para transmitir Lula como um líder preocupado com as necessidades do povo e comprometido com o avanço do país.

Em sequência, o programa apresenta algumas propostas, seguidas de cenas com apoiadores políticos e imagens da população fazendo o gesto “L”, sempre com Lula no meio do povo - carismático, amoroso e acolhedor. A narrativa enfatiza um líder que emerge da coletividade, profundamente conectado às bases populares.

Figura 20 – Lula entre apoiadores em clima de afetividade e carisma (2022)

Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 18 do Lula” (VIRALATAS, 2022). Disponível em:



A imagem retrata o ex-presidente Lula cercado por apoiadores, em um enquadramento íntimo e espontâneo que reforça sua imagem carismática e próxima do povo. A câmera na mão e o plano fechado contribuem para um efeito de proximidade emocional, reiterando o tom afetivo da campanha.

Figura 21 – Discurso de oposição e deslegitimação de Bolsonaro (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 18 do Lula” (VIRALATAS, 2022). Disponível em: https://youtu.be/_UoScx4X4Vo. Acesso em: 22 maio 2025.

Em estúdio, a apresentadora conduz uma retórica direta contra o então presidente Jair Bolsonaro, sustentada por headlines de veículos como a revista *IstoÉ*. A imagem investe na formalidade e objetividade para conferir credibilidade à acusação, com fundo neutro, iluminação uniforme e plano médio, remetendo ao tom de um pronunciamento jornalístico. Na sequência, a peça transita para um bloco de crítica direta: expõe cenas de Bolsonaro em festas, aponta que ele trabalha apenas quatro horas por dia e o acusa de incapacidade para ocupar o cargo - tudo ancorado na fala da mesma apresentadora. O uso contínuo da locução feminina reforça o tom de denúncia e julgamento racional.

Figura 22 – Construção do antagonismo moral: Lula versus Bolsonaro (2022)



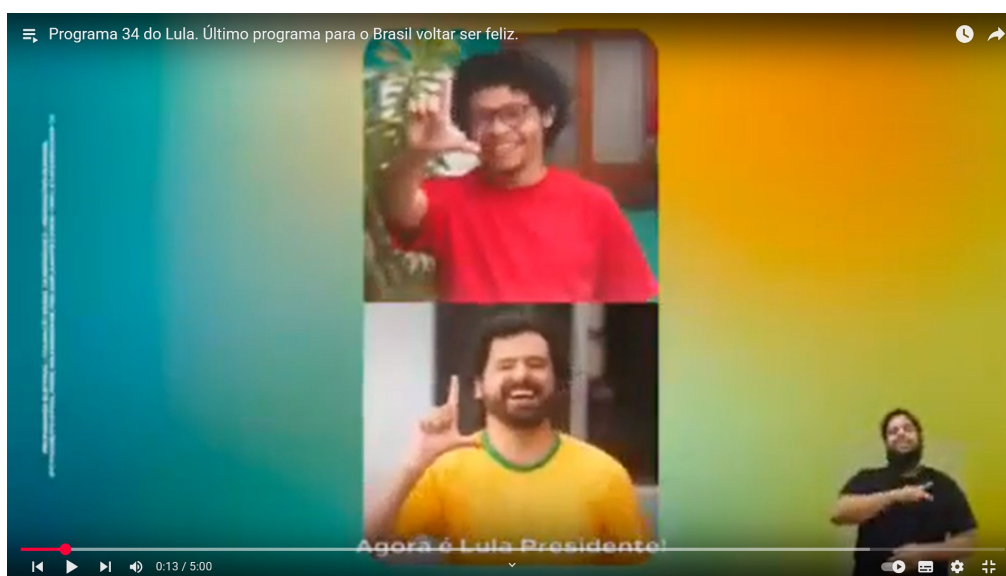
Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 18 do Lula” (VIRALATAS, 2022). Disponível em: https://youtu.be/_UoScx4X4Vo. Acesso em: 22 maio 2025.

A imagem captura uma cena antiga e polêmica de Jair Bolsonaro em confronto verbal com uma deputada, rotulado com o letreiro “agressivo” no canto superior. A escolha da imagem e do lettering explicita a tentativa de associar sua figura pública à violência e descontrole emocional. A estética do vídeo remete ao arquivo jornalístico, contrastando com o padrão visual mais limpo das falas em estúdio. Essa cena compõe a continuidade da estratégia discursiva do programa, que busca desfazer a imagem de Bolsonaro como líder. Ela sucede a apresentação de uma série de acusações - corrupção, mentira, abandono das funções - e é seguida por falas de cidadãos comuns, que endossam essas críticas, consolidando sua figura como o “inimigo comum” que deve ser derrotado nas urnas.

5.4.3 Terceira Peça - Fim da Campanha

No encerramento da campanha, o vídeo "Programa 34 do Lula", publicado em 29 de outubro de 2022, destacou o tema da união nacional e a superação de desafios (VIRALATAS.COM.BR, 2022c). Imagens de grandes comícios, com multidões diversas e vibrantes, foram intercaladas com cenas de Lula abraçando trabalhadores, crianças e idosos, enfatizando a coletividade e a solidariedade. A câmera utiliza planos gerais para evidenciar a diversidade do público, sugerindo que Lula era parte integrante desse movimento popular. Diferentemente de Bolsonaro, que frequentemente se colocava em posição de destaque hierárquico, Lula era representado como parte do povo, reforçando a mensagem de transformação coletiva.

Figura 23 – Representação da união nacional e ressignificação das cores da bandeira (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 34 do Lula. Último programa para o Brasil voltar a ser feliz” (VIRALATAS, 2022). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ei0rx3u_wCg. Acesso em: 22 maio 2025.

A imagem abre o último programa da campanha de Lula com fundo estilizado nas cores da bandeira nacional e dois brasileiros comuns fazendo o gesto do “L” com as mãos. A peça busca simbolizar um Brasil unido pela paz, contrapondo-se à apropriação simbólica do verde e amarelo por parte dos apoiadores de Bolsonaro. Essa tentativa de reapropriação reforça Lula como símbolo de união nacional e pacificação. Segue de imagens de pessoas comuns falando que Lula acreditou e tem amor pelo povo.

Figura 24 – Recurso biográfico como estratégia de identificação popular (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 34 do Lula. Último programa para o Brasil voltar a ser feliz” (VIRALATAS, 2022). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ei0rx3u_wCg. Acesso em: 22 maio 2025.

A fotografia em preto e branco resgata a juventude de Lula como trabalhador humilde, "que engraxava sapatos", conforme o texto narrado, representando sua origem humilde e trajetória como trabalhador comum. A imagem está inserida em uma sequência que reforça sua trajetória de superação, associando-o a valores populares como esforço, humildade e mérito - destacando que, mesmo sem diploma, trouxe universidades, moradia e políticas públicas inclusivas. A construção visual o posiciona ao lado da população, utilizando o recurso autobiográfico como forma de gerar identificação emocional e política com o eleitorado de baixa renda.

Figura 25 – Representação simbólica da inclusão social e legado do governo Lula (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 34 do Lula. Último programa para o Brasil voltar a ser feliz” (VIRALATAS, 2022). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ei0rx3u_wCg. Acesso em: 22 maio 2025.

A Figura 25 mostra o candidato Lula ao centro, ladeado por uma diversidade de cidadãos brasileiros, evidenciando seu papel simbólico como líder do povo. A composição remete a uma estética de inclusão social e representatividade, com destaque para mulheres, crianças e trabalhadores de diferentes perfis. A centralidade do político na imagem reforça sua figura como eixo integrador, responsável por políticas públicas como o Bolsa Família - mencionado na legenda do vídeo - e por promover o acesso à cidadania. Do ponto de vista discursivo, conforme Charaudeau (2006), a imagem constrói uma cena de enunciação estratégica, onde o político assume a posição de porta-voz da justiça social. A cena exemplifica a função de mobilização emocional típica da propaganda, evocando pertencimento e gratidão coletiva, e projeta Lula como um símbolo do retorno à esperança e da continuidade de políticas inclusivas.

Segue para falas do vice Alckmin e de apoiadores políticos que defendem a união do povo apesar das diferenças, acompanhados por imagens de moradias populares, projetos de educação e promessas de um país mais democrático. O momento sintetiza o esforço da campanha em posicionar Lula como articulador de consensos e reconstrução institucional.

Figura 26 – Lula em apelo à união política e social (2022)

Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 34 do Lula. Último programa para o Brasil voltar a ser feliz” (VIRA-



LATAS, 2022). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ei0rx3u_wCg. Acesso em: 22 maio 2025.

A imagem (Figura 26) retrata o ex-presidente Lula em plano médio e enquadramento centralizado, em um ambiente caseiro e bem iluminado. O tom sereno e a estética limpa reforçam a intenção conciliatória da mensagem. O discurso é voltado à união de diferentes espectros ideológicos e crenças, buscando neutralizar o clima de polarização política. A proposta é associá-lo à figura de líder que pode pacificar o país e restabelecer a convivência democrática.

Figura 27 – Representação simbólica da diversidade brasileira (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 34 do Lula. Último programa para o Brasil voltar a ser feliz” (VIRA-LATAS, 2022). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ei0rx3u_wCg. Acesso em: 22 maio 2025.

A imagem mostra uma mulher indígena em destaque, reforçando visualmente a

diversidade étnico-cultural do eleitorado. Com uma composição equilibrada e iluminação natural, a cena é acompanhada por uma locução que exalta a força do povo brasileiro diante das injustiças históricas. Essa construção simbólica aproxima a campanha das lutas sociais e reforça o discurso de inclusão e representatividade, com Lula posicionado como catalisador dessa união. A sequência do vídeo amplia essa ideia com imagens do ex-presidente no meio do povo, reiterando sua imagem como liderança acessível e legítima. A locução reforça que “somos nós” que resistimos, e que agora “todos chegaram” - culminando na mensagem de que Lula é a solução para restaurar a felicidade coletiva. A estética aproxima-se da tradição do cinema político popular, com ênfase na mobilização afetiva.

Figura 28 – Imagem de proximidade física e simbólica entre o candidato e o povo (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 34 do Lula. Último programa para o Brasil voltar ser feliz” (VIRALATAS, 2022). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ei0rx3u_wCg. Acesso em: 22 maio 2025.

A Figura 28 mostra o candidato Luiz Inácio Lula da Silva vestido de azul, envolto por uma multidão de apoiadores. A imagem, captada com câmera em plano superior fechado, enfatiza o contato físico direto entre o político e o povo, configurando um ato de empatia e identificação emocional. Os rostos das pessoas são marcados por sorrisos, lágrimas e entusiasmo, sugerindo uma conexão afetiva intensa. De acordo com Charaudeau (2006), cenas de enunciação política estruturam o ethos do líder em contextos simbólicos que reforçam sua legitimidade. Neste caso, Lula se apresenta como líder acessível e pertencente ao povo, em contraste com figuras distantes e institucionalizadas. A ausência de barreiras físicas, o toque, o abraço e o compartilhamento do espaço sugerem um pacto de confiança, típico da narrativa populista de proximidade e inclusão. A imagem reforça o carisma e a

legitimidade do candidato como representante legítimo das massas.

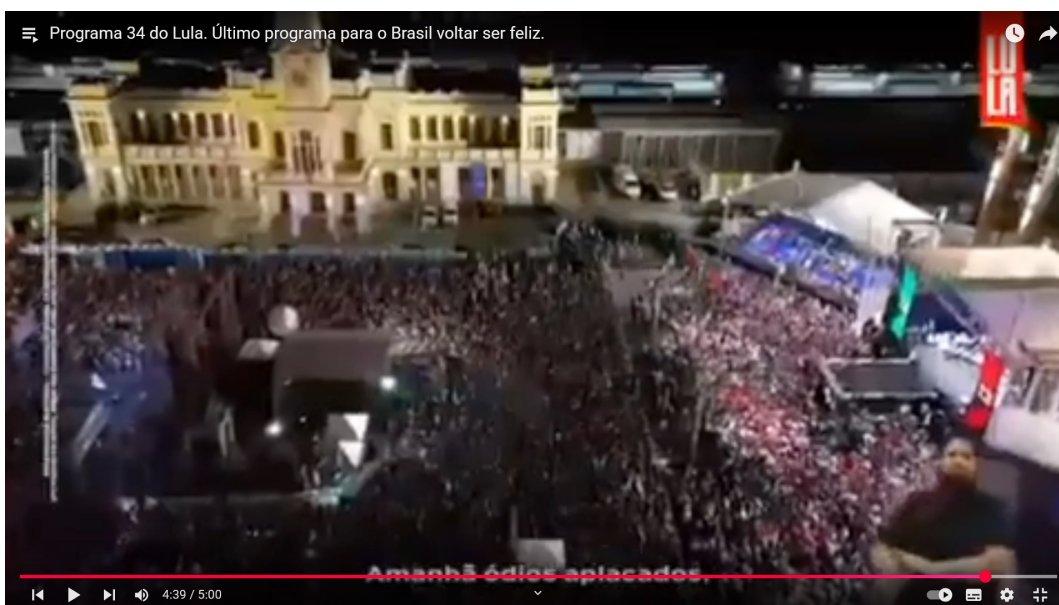
Figura 29– Lula e a bandeira nacional em evento noturno (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 34 do Lula. Último programa para o Brasil voltar a ser feliz” (VIRALATAS, 2022). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ei0rx3u_wCg. Acesso em: 22 maio 2025.

Segue clipe musical com imagens de força, superação, e Lula no meio do povo. A imagem (Figura 29) mostra Lula sob uma grande bandeira do Brasil, em meio a apoiadores. A composição associa o candidato aos símbolos nacionais, reivindicando o patriotismo como pertencente a todos. O enquadramento frontal e a presença da bandeira evocam unidade e esperança às vésperas da eleição.

Figura 30 – Imagem aérea de comício popular com Lula (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 34 do Lula. Último programa para o Brasil voltar a ser feliz” (VIRA-

LATAS, 2022). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ei0rx3u_wCg. Acesso em: 22 maio 2025.

A imagem aérea (Figura 30) mostra uma multidão reunida em um comício, reforçando visualmente o apoio popular massivo à candidatura de Lula. A perspectiva superior enfatiza a grandiosidade e o alcance da mobilização social. A sequência alterna entre imagens de close nos rostos emocionados do povo e planos gerais, reforçando a ideia de força coletiva. Em todas as cenas, Lula aparece no meio da multidão, sempre acessível, sendo representado como um líder que emana do povo e retorna a ele - uma estética que remete ao cinema bolchevique e seu uso simbólico de massas.

Figura 31 – Lula em carreata entre o povo com bandeiras do Brasil (2022)



Fonte: Printscreen do vídeo “Programa 34 do Lula. Último programa para o Brasil voltar a ser feliz” (VIRA-LATAS, 2022). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ei0rx3u_wCg. Acesso em: 22 maio 2025.

Lula aparece em cima de um carro (Figura 31), saudado por uma multidão e cercado por bandeiras do Brasil e do MST, em uma imagem carregada de simbolismo popular. A cena funciona como marco visual do programa eleitoral, evocando a figura do “herói do povo” consagrado pelas massas, em um gesto típico de narrativas impactantes e cinematográficas. A estética reforça Lula como líder acessível e carismático, culminando na mensagem final: “amanhã será um lindo dia”, em alusão direta ao pleito eleitoral e à esperança de mudança.

Segundo Kenez (2001), a estética da coletividade é um traço marcante do cinema bolchevique, em que o líder não se destaca do povo, mas é parte dele. A fotografia utilizava iluminação suave e pôr do sol como plano de fundo, simbolizando o início de uma nova era. A montagem focava em otimismo e solidariedade, consolidando a imagem de Lula como um

agente de mudança positiva e esperança para o futuro do Brasil.

5.5 Comparação da Campanha de Bolsonaro com o Cinema Bolchevique

Embora a campanha de Bolsonaro tenha mais semelhanças com o cinema nazista, alguns elementos da sua comunicação também se aproximam das técnicas utilizadas pelo cinema bolchevique, especialmente no que tange à criação de uma narrativa emocional que busca mobilizar a população. O cinema bolchevique, particularmente nos filmes de Eisenstein, utilizava a montagem para criar uma conexão emocional forte entre o público e a causa revolucionária. Na campanha de Bolsonaro, observamos a tentativa de criar um apelo emocional ao povo, destacando temas como a defesa dos valores nacionais e a proteção contra ameaças externas, de modo similar à forma como o cinema bolchevique buscava mobilizar as massas para uma causa comum.

A estética visual dos vídeos de Bolsonaro, com cenas de grande mobilização popular, também remete à maneira como o cinema soviético enfatizava o papel das massas como protagonistas. Embora a mensagem de Bolsonaro seja autoritária e centrada em sua figura de liderança, a representação das multidões em seus vídeos, com grande participação popular e manifestações de apoio, ecoa a estética do cinema bolchevique, que valorizava o papel do coletivo como força transformadora. Segundo Kenez (2001), o cinema soviético utilizava a imagem das massas como um elemento central da narrativa, destacando a força do povo unido em prol de um ideal comum. Bolsonaro, embora centralize sua figura, busca legitimar seu poder através da participação popular, mostrando cenas de comícios e manifestações massivas que sugerem um apoio coletivo.

Além disso, o uso de depoimentos emocionais de cidadãos comuns em vídeos da campanha de Bolsonaro, reforçando seu apoio e confiança no candidato, lembra a estratégia do cinema bolchevique de colocar o povo como parte da narrativa central. A ideia de que Bolsonaro é o líder que protege os interesses do povo contra inimigos comuns é uma narrativa que remete ao cinema soviético, que retratava os líderes revolucionários como defensores dos trabalhadores contra as forças opressoras. Segundo Santos (2022, p. 38), "a narrativa de proteção do povo e a criação de inimigos comuns são estratégias recorrentes tanto no cinema bolchevique quanto em campanhas populistas contemporâneas, pois ajudam a criar um senso de unidade e justificam a necessidade de uma liderança forte".

No entanto, ao contrário da estética bolchevique, que apresentava o líder como parte da massa, Bolsonaro se coloca em uma posição hierarquicamente superior. A campanha de

Bolsonaro mistura elementos autoritários de exaltação do líder com apelos emocionais que buscam criar uma conexão com o público, evocando a ideia de um líder que está em sintonia com o povo, mas que ao mesmo tempo é indispensável e superior. Essa mistura de estilos torna a campanha de Bolsonaro uma combinação única de elementos visuais e narrativos de diferentes tradições cinematográficas de propaganda.

5.6 Comparação da Campanha de Bolsonaro com o Cinema Nazista

A campanha de Jair Bolsonaro apresenta diversas semelhanças com as estratégias utilizadas pelo cinema nazista, especialmente na construção da figura do líder. A estética visual dos vídeos de campanha de Bolsonaro enfatiza o uso constante de símbolos nacionais, como a bandeira e as cores verde e amarelo, além da glorificação do líder como protetor da nação. Conforme aponta Welch (1984), a propaganda nazista promovia uma glorificação do Führer por meio de uma estética monumental que combinava símbolos nacionais, religiosidade e culto à personalidade. Essa lógica se reproduz nas peças de campanha de Bolsonaro, onde ele é insistentemente representado como um defensor dos valores nacionais, um líder forte e o único capaz de proteger o Brasil.

Além disso, o uso de ângulos de câmera que engrandecem a figura de Bolsonaro, posicionando-o acima da multidão ou em situações de liderança, lembra as técnicas cinematográficas de Leni Riefenstahl em filmes como *O Triunfo da Vontade*. Segundo Nichols (2010), o ângulo baixo confere autoridade simbólica ao personagem central, tornando-o visualmente superior ao público. Essa composição aparece recorrentemente na campanha de Bolsonaro. A ideia é transmitir uma imagem de poder absoluto e autoridade inquestionável. A escolha dos ângulos baixos, que constantemente colocam Bolsonaro em posição de superioridade em relação aos demais, visa criar uma imagem de liderança forte e quase divina.

O uso de multidões uniformizadas, dispostas de forma organizada, também cria uma sensação de unidade e disciplina, elementos que foram fundamentais no cinema de propaganda nazista para reforçar a ideia de um povo coeso sob a liderança de Adolf Hitler (Kershaw, 2008). As cenas que mostram as multidões em formação, vestindo as cores nacionais e segurando bandeiras, lembram as famosas imagens dos comícios de Nuremberg, dirigidos por Riefenstahl, onde o público era representado como uma massa homogênea, disposta a seguir o líder. Cenas de comícios bolsonaristas seguem esse padrão: apoiadores vestindo verde e amarelo, portando bandeiras e entoando slogans que reforçam a ideia de

união nacional sob sua liderança. Segundo Kenez (2001), a organização visual das multidões como um corpo único reforça a ideia de uma comunidade unida em torno de uma liderança incontestável.

Outra característica relevante é o foco na segurança e na ordem, frequentemente representado através de imagens de policiais, militares e cenas que evocam controle e vigilância. A fotografia é caracterizada por um alto contraste e iluminação dramática, que visa transmitir a ideia de seriedade e urgência. A estética sombria e o uso de cortes rápidos entre cenas de perigo e Bolsonaro reforçam a construção de um “líder-salvador” que se apresenta como barreira contra o caos. Segundo O'Shaughnessy (2014), a estética de poder é uma forma central na propaganda política autoritária, que visa não apenas convencer, mas subjugar emocionalmente o público, tornando-o leal ao líder. As cenas são muitas vezes filmadas com câmera fixa, reforçando a estabilidade e a força, e os cortes rápidos entre as imagens de militares e as de Bolsonaro reforçam a ideia de que ele é o garante da ordem e da segurança.

A narrativa de Bolsonaro, assim como a de Hitler, também faz uso frequente de metáforas religiosas. Em muitos de seus discursos e peças de campanha, Bolsonaro faz referência a Deus e à missão divina de proteger o Brasil e seus valores. Essa retórica tem como objetivo criar uma conexão emocional profunda com os eleitores que compartilham de suas crenças religiosas. Segundo O'Shaughnessy (2014), a utilização de símbolos religiosos na propaganda política é uma forma eficaz de legitimar o poder do líder e reforçar a ideia de que ele é escolhido por uma força maior, o que remete ao uso de simbologias religiosas também presentes no nazismo. De acordo com O'Shaughnessy (2014), essa tática visa criar uma conexão emocional e moral com o eleitorado, vinculando a imagem do líder a uma missão transcendente. A sobreposição entre religiosidade e nacionalismo fortalece sua narrativa de providência e destino.

A iluminação nos vídeos de Bolsonaro é cuidadosamente ajustada para destacar sua figura. A luz incide diretamente sobre ele, enquanto o entorno é mantido em sombra ou penumbra, criando um contraste que sugere que Bolsonaro é a "luz" que guia a nação em tempos de crise. Esse tipo de uso da iluminação, com foco no líder, também é um elemento presente no cinema de propaganda nazista, conforme descrito por Welch (1984). A câmera frequentemente utiliza close-ups (aproximações da imagem), isolando Bolsonaro dos outros elementos da cena, o que contribui para criar uma sensação de proximidade com o público, mas também de distanciamento hierárquico, onde ele é visto como superior.

A retórica da ameaça e do inimigo interno - que representa os opositores como

corruptos, perigosos ou traidores da pátria - constitui um dos pilares mais evidentes da aproximação com o modelo nazista. A narrativa “nós contra eles” sustenta uma lógica de exclusão e polarização, instrumentalizando o medo como motor de mobilização. Essa abordagem é característica de líderes autoritários que buscam criar um ambiente de medo para justificar políticas rígidas e consolidar seu poder. Segundo Eatwell (2006), a retórica do medo e da ameaça é uma estratégia comum em regimes autoritários, que buscam legitimar seu poder ao se apresentarem como defensores da segurança nacional. Bolsonaro utiliza essa estratégia ao se referir a opositores políticos como inimigos da pátria, criando uma narrativa de "nós contra eles" que busca dividir a sociedade e fortalecer seu apoio entre aqueles que se identificam com seus valores.

Os discursos de Bolsonaro também fazem uso de uma linguagem simples e direta, que visa se conectar com o eleitor médio e criar uma sensação de proximidade. Essa estratégia é similar à utilizada por Hitler, que se esforçava para falar em uma linguagem que pudesse ser facilmente compreendida pelas massas. De acordo com Rees (2012, p. 12), "a linguagem simples e direta é uma forma poderosa na propaganda autoritária, pois permite ao líder se conectar emocionalmente com o público e transmitir suas mensagens de maneira clara e impactante". Bolsonaro utiliza essa abordagem para criar a imagem de um líder que fala diretamente ao povo, sem intermediários, reforçando sua narrativa de que ele é um representante genuíno dos interesses populares.

A campanha de Jair Bolsonaro, ao articular visualmente liderança, ordem e fé, constrói uma imagem messiânica e autoritária, baseada em referências simbólicas e técnicas de propaganda desenvolvidas no contexto do totalitarismo do século XX. A atualização dessas estratégias no cenário contemporâneo revela o poder duradouro da linguagem audiovisual como forma de persuasão, mobilização emocional e consolidação política.

5.7 Comparação da Campanha de Lula com o Cinema Nazista

Embora a campanha de Lula tenha mais semelhanças com o cinema bolchevique, alguns elementos de sua comunicação também podem ser comparados às estratégias visuais e narrativas do cinema nazista, especialmente na forma como a figura do líder é apresentada como central para a transformação social. No cinema nazista, a exaltação do líder como um salvador, alguém que pode redimir a nação e proporcionar uma nova era de prosperidade, é uma característica marcante. De forma semelhante, a campanha de Lula enfatiza sua figura como alguém que representa a esperança e a solução para os problemas do país. Embora a

mensagem de Lula seja mais inclusiva, destacando valores de justiça social e igualdade, a centralidade da figura do líder é algo que também ecoa práticas do cinema nazista (Welch, 1984).

Além disso, a utilização de metáforas religiosas para legitimar a figura do líder, algo também presente na campanha de Bolsonaro, aparece em alguns momentos na comunicação de Lula, especialmente quando ele é retratado como alguém que está redimindo a nação dos erros do passado. A ideia de um líder redentor, quase messiânico, que é capaz de trazer o bem-estar e a justiça social para o povo, pode ser comparada à forma como Hitler era retratado nos filmes de propaganda nazista, onde ele era apresentado como um salvador do povo alemão. Segundo O'Shaughnessy (2014), a propaganda que constrói o líder como um salvador é uma forma poderosa para criar uma conexão emocional e lealdade entre o público e a figura central.

A estética visual de alguns vídeos de Lula, especialmente aqueles que enfatizam multidões unidas em apoio ao líder, se assemelham a algumas cenas do cinema nazista, em que mostravam grandes comícios e multidões apoiando Hitler. Essas imagens são poderosas para transmitir a ideia de um apoio unânime e massivo, criando uma percepção de legitimidade e inevitabilidade da liderança. Segundo Kershaw (2008), as imagens de apoio em massa são uma forma eficaz de consolidar a autoridade de um líder, sugerindo que ele já conta com o respaldo de todo o povo. Na campanha de Lula, embora a ênfase esteja na participação popular e na justiça social, a presença constante de grandes multidões ao seu lado reforça a sua centralidade como figura capaz de liderar a transformação desejada.

Algumas peças do final da campanha trazem Lula em cima de carros, sendo saudado por multidões e cercado por bandeiras nacionais, com iluminação cinematográfica e uso de trilha emocional - o que reforça o simbolismo de líder gigantesco. Tais imagens remetem a um modelo grandioso de representação, muito próximo do encerramento visual característico do cinema nazista, que buscava construir a figura do “herói nacional” em meio ao povo.

Outra semelhança aparece no uso de slogans e jingles que reforçam a ideia de inevitabilidade da vitória e superioridade moral do líder, como no jingle “Lula lá, o Brasil merece”. A repetição e associação da figura do líder à esperança nacional são estratégias eficazes para mobilização emocional, utilizadas amplamente na propaganda autoritária.

No entanto, é importante notar que, apesar dessas semelhanças pontuais, a campanha de Lula difere fundamentalmente do cinema nazista em sua mensagem geral. Enquanto o cinema nazista enfatizava a hierarquia, a pureza racial e a submissão ao líder, a campanha de

Lula busca transmitir uma mensagem de igualdade, inclusão e justiça social. A centralidade do líder é balanceada pela ênfase na coletividade, destacando que a mudança não é resultado apenas de um indivíduo, mas de um esforço conjunto do povo (Nichols, 2010).

5.8 Comparação da Campanha de Lula com o Cinema Bolchevique

A campanha de Luiz Inácio Lula da Silva se aproxima significativamente da estética do cinema bolchevique, especialmente no que diz respeito à valorização da coletividade e à construção de uma narrativa inclusiva. Ao invés de exaltar um líder acima de todos, Lula é apresentado como parte do povo, enfatizando a ideia de que a mudança vem da união e da participação popular. Esse enfoque lembra a estética dos filmes de Sergei Eisenstein, como *Outubro* (1928), em que a coletividade e o papel das massas são elementos centrais para a narrativa (Eisenstein, 1949).

A montagem dos vídeos de Lula frequentemente destaca a participação popular e o envolvimento dos cidadãos comuns, com cenas que mostram trabalhadores, jovens e famílias em seus cotidianos. A escolha dos planos abertos e dos enquadramentos horizontais sugere uma horizontalidade, onde Lula está no mesmo nível dos outros indivíduos, criando uma identificação emocional direta com os eleitores. Segundo Kenez (2001), a estética da coletividade é um traço marcante do cinema bolchevique, em que o líder não se destaca do povo, mas é parte dele. A campanha de Lula utilizou esse recurso para mostrar que ele também é um trabalhador e está ao lado da população em suas lutas diárias.

Outro aspecto marcante na campanha de Lula é a estética visual dos vídeos, que enfatiza o uso de cores quentes e vibrantes, como vermelho, laranja e amarelo, que são cores associadas à ideia de energia, esperança e solidariedade. Essa escolha de paleta de cores visa transmitir um sentimento de otimismo e renovação, características que eram centrais na propaganda visual bolchevique, que buscava inspirar a população a se engajar ativamente na construção de um futuro melhor. Segundo Nichols (2010), a utilização de uma estética visual que prioriza a horizontalidade e a proximidade contribui para a construção de uma imagem de um líder acessível e genuíno. A iluminação é geralmente suave e natural, destacando o ambiente familiar e próximo em que Lula é retratado.

Além disso, o uso de movimentos de câmera suaves e espontâneos durante as interações de Lula com os cidadãos reforça a sensação de dinamismo e inclusão. Cenas de Lula abraçando crianças, visitando fábricas, interagindo com trabalhadores e participando de eventos comunitários são todas construídas de forma a criar uma atmosfera de empatia e

proximidade, elementos que também eram fundamentais no cinema bolchevique. Segundo Benjamin (1936), o uso da imagem para representar o progresso social cria uma narrativa poderosa que conecta o líder ao desenvolvimento nacional. Essa abordagem visa criar uma conexão emocional entre o candidato e os eleitores, mostrando Lula como parte integrante da luta coletiva por justiça social e melhorias na qualidade de vida.

A montagem dos vídeos da campanha de Lula também desempenha um papel importante em reforçar o caráter inclusivo e coletivo da sua narrativa. A edição frequentemente intercala cenas de Lula com imagens de pessoas comuns, destacando seus desafios e esperanças. Esses depoimentos intercalados com a imagem de Lula, buscam criar uma narrativa que é compartilhada e construída coletivamente, de forma semelhante à montagem dialética de Eisenstein, que buscava transmitir ideias complexas e mobilizadoras através da justaposição de imagens contrastantes. Segundo Franciscon (2018), a montagem dialética utilizada no cinema soviético tinha como objetivo principal a criação de significados a partir da interação entre diferentes elementos visuais, gerando uma mensagem de transformação social.

Outro elemento importante na campanha de Lula é o foco em símbolos de inclusão social e progresso. Cenas que mostram infraestrutura em desenvolvimento, crianças em escolas, e trabalhadores em fábricas, reforçam a mensagem de que Lula está comprometido com a reconstrução do país e com a justiça social. Segundo Santos (2022), a narrativa visual que valoriza o progresso e a inclusão social cria um sentido de pertencimento e esperança, alinhando o candidato às aspirações dos eleitores por um futuro melhor. Essa representação é uma marca do cinema bolchevique, que frequentemente apresentava cenas de progresso social, enfatizando a participação das massas como agentes ativos da mudança e da construção de um novo futuro.

As análises das peças apontam também para a forma como o jingle emocional - com frases como “tenho fé e peço a Deus” - é combinado com imagens de celular e vídeos amadores do povo dançando, trabalhando, ou sorrindo, produzindo um retrato sensível do Brasil real. A tipografia do nome "LuLa", com a letra "U" estilizada como um abraço, atua como metáfora visual de acolhimento, intensificando a identificação emocional com o eleitorado.

A presença de Alckmin como vice e os discursos de união, democracia e superação da violência política - especialmente nas cenas finais com o slogan “amanhã vai ser um lindo dia” - reforçam o caráter grandioso e simbólico da jornada popular de Lula, alinhando-se à

tradição do cinema revolucionário de grandes finalizações. Lula aparece no meio do povo, em cima de um carro, saudado por bandeiras e multidões - em uma cena que remete diretamente à figura do herói coletivo do cinema soviético, cercado por agentes sociais diversos (mulheres, indígenas, idosos, jovens), todos sorrindo e com esperança.

Portanto, a comparação entre a campanha de Lula e o cinema bolchevique revela uma série de semelhanças tanto no estilo visual quanto na abordagem narrativa. A ênfase em imagens de coletividade, a utilização de cores e iluminação que transmitem otimismo e esperança, e a montagem que destaca a participação popular são todas estratégias que buscam criar uma narrativa de transformação social, em que o líder é apenas uma parte da luta coletiva e não uma figura acima dos demais - uma estratégia similar à de Eisenstein em filmes como *Outubro*, onde o foco estava na participação popular e no papel das massas como agentes de mudança. A montagem das campanhas de Lula visa provocar reflexão e empatia, destacando as histórias dos cidadãos comuns, um elemento central também no cinema soviético. Essa abordagem contrasta diretamente com a estética autoritária da campanha de Bolsonaro, que busca exaltar a figura do líder, mostrando como os diferentes estilos de comunicação política influenciam a percepção pública e moldam as emoções dos eleitores.

Apesar de ambos utilizarem as mesmas técnicas cinematográficas em diferentes momentos, ambos os candidatos utilizaram estratégias cinematográficas e narrativas distintas para atingir seu público. Bolsonaro recorreu a uma estética de poder e ordem, utilizando elementos que lembram o cinema de propaganda nazista, enquanto Lula buscou construir uma narrativa de esperança e coletividade, alinhando-se às técnicas do cinema bolchevique. Os recursos, as câmeras, movimentos, enquadramentos, se assemelham em certo ponto, mas a escolha do estilo de montagem, do estilo de enquadramento, em geral mudam em sua maioria. Ambos tentaram manipular as emoções dos eleitores, mas de maneiras diferentes - enquanto um apelava para a segurança e o patriotismo, o outro apelava para a empatia e a solidariedade social.

Dessa forma, ao contrastar as estratégias audiovisuais empregadas nas campanhas de Lula e Bolsonaro com as tradições cinematográficas do século XX, observa-se não apenas a permanência de estruturas narrativas consagradas, mas também a forma como essas técnicas são reatualizadas para atender aos contextos políticos contemporâneos. Essa análise fornece as bases para compreender o papel central da linguagem audiovisual na disputa simbólica pela opinião pública - uma discussão que será aprofundada nas considerações finais.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho procurou analisar como elementos históricos do cinema de propaganda nazista e bolchevique influenciam as estratégias de comunicação política contemporâneas, especificamente nas campanhas presidenciais de Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva nas eleições de 2022. Primeiramente, abordamos o contexto do cinema nazista, que, sob a direção de figuras como Leni Riefenstahl, utilizou técnicas visuais poderosas para glorificar o poder e consolidar a figura de Adolf Hitler como um líder incontestável. Câmeras posicionadas em ângulos baixos, cenas de multidões organizadas e o uso de símbolos nacionais foram explorados para criar uma estética de poder que evocava devoção e unidade.

Em seguida, analisamos o cinema bolchevique, com foco nos filmes de Sergei Eisenstein, como *O Encouraçado Potemkin* e *Outubro*. A montagem dialética, técnica marcante do cinema soviético, foi uma forma fundamental para criar significados complexos e mobilizar as massas em prol da revolução. A estética bolchevique focava na coletividade, enfatizando a participação popular e o papel do coletivo como protagonista da mudança.

A análise das campanhas de Bolsonaro e Lula revelou que ambos os candidatos utilizaram técnicas semelhantes às do cinema de propaganda, cada qual com suas particularidades. Bolsonaro adotou uma estética de poder que remete ao cinema nazista, utilizando ângulos de câmera que engrandecem sua figura, símbolos nacionais e uma narrativa de proteção e ordem. Já Lula utilizou uma abordagem mais inclusiva e esperançosa, com elementos visuais que destacavam a participação popular e a justiça social, alinhando-se mais às estratégias do cinema bolchevique, em que o líder é parte do povo e não uma figura acima dele.

Além disso, as análises visuais permitiram observar como Lula se posiciona discursivamente como alguém que já viveu as injustiças sociais - recorrendo à própria biografia, à imagem de ex-metalúrgico e à sua trajetória política - enquanto se coloca no meio do povo em momentos de emoção coletiva. A presença de minorias (mulheres, negros, indígenas, nordestinos) e o uso simbólico das cores nacionais nos vídeos finais ampliam o alcance da narrativa bolchevique de inclusão. Por outro lado, Bolsonaro combina técnicas de exaltação pessoal típicas da estética nazista com apelos emocionais ao povo (semelhantes aos bolcheviques), sobretudo nos vídeos que mostram sua “conexão com a verdade” ou o povo

“que pede a Deus por ele”, o que cria um híbrido autoritário-populista.

A incorporação de estratégias visuais típicas do cinema e da publicidade nas campanhas políticas revela o quanto o campo da comunicação está entrelaçado com o imaginário midiático. Como aponta Kovaleski (2019, p. 81), “o poder de convencimento das imagens deriva justamente de sua capacidade de evocar emoções e construir narrativas reconhecíveis pelo público, baseadas em códigos culturais compartilhados”. Essa compreensão é essencial para decifrar os modos como a estética visual é mobilizada para sustentar discursos políticos contemporâneos.

O impacto da propaganda visual na política contemporânea é profundo e multifacetado. Como foi evidenciado neste estudo, o uso de técnicas cinematográficas e de elementos simbólicos pode moldar a percepção pública, influenciando emoções e comportamentos. A estética da campanha de Bolsonaro, com sua ênfase em autoridade e segurança, ressoou fortemente com eleitores que buscam estabilidade e ordem. Segundo Jowett e O'Donnell (2012), a propaganda é mais eficaz quando explora emoções, especialmente em situações de incerteza e insegurança, oferecendo uma figura forte e protetora que pode gerar sentimentos de segurança e confiança. O uso de ângulos de câmera que engrandecem a figura do líder e a constante evocação de símbolos nacionais criaram uma narrativa de patriotismo e proteção, explorando medos e ansiedades sociais. Essa abordagem é eficaz porque oferece uma solução aparentemente clara e direta: um líder forte que pode proteger a nação.

Por outro lado, a campanha de Lula utilizou uma abordagem visual mais inclusiva, que buscava conectar o candidato ao povo e apresentar a coletividade como agente da mudança. A utilização de cores quentes, enquadramentos horizontais e iluminação suave ajudou a criar uma atmosfera de proximidade e acolhimento, essencial para reforçar a narrativa de reconstrução e esperança. Segundo Nichols (2010), os elementos visuais podem transformar a percepção de uma figura pública, humanizando-a e criando uma conexão emocional direta com o eleitorado. Essa estratégia visual permitiu que Lula se posicionasse como alguém que compreende os desafios do povo e que está disposto a trabalhar junto com a população para superá-los, buscando um estilo de liderança participativa e inclusiva.

As campanhas ainda revelaram um uso tático da estética fílmica para narrar os extremos simbólicos: Bolsonaro era associado ao controle, à punição e à disciplina, inclusive prometendo “acabar com a saidinha” e “reduzir a maioria penal”, enquanto Lula era

conectado à memória de conquistas sociais, com imagens de escolas, creches, moradias populares e comunidades. O jingle de Lula - "*Lula lá, o Brasil merece*" - e o lettering do "L" que se estica como abraço, fazem parte dessa construção emocional que remete ao cinema bolchevique. Já a frase "o congresso está com Bolsonaro" e a associação com apresentadores famosos, visa legitimar seu poder através da mídia - estratégia do cinema nazista, como visto em Riefenstahl.

A propaganda visual utilizada pelas campanhas de Bolsonaro e Lula também se beneficia das novas plataformas de comunicação, como as redes sociais, onde as imagens e vídeos são amplamente compartilhados e consumidos. Segundo Castells (2009, p. 14), "a política contemporânea é cada vez mais moldada pela lógica das redes e do espetáculo, onde a imagem e a narrativa visual desempenham um papel fundamental na conquista do apoio público". Isso é evidente nas campanhas de 2022, em que a visualidade foi um dos elementos centrais para se conectar com eleitores e transmitir mensagens de forma impactante. O uso da propaganda visual permite que os candidatos se conectem profundamente com seus eleitores, transcendendo muitas vezes o debate racional e apelando diretamente para o inconsciente do público.

É interessante notar que, embora ambos os candidatos tenham se apropriado de elementos visuais e narrativos históricos, e apesar de ambos quererem o mesmo, que era vencer a candidatura, cada um utilizou-os para meios diferentes: Bolsonaro para consolidar uma imagem de força e liderança incontestável, e Lula para se colocar como um líder que faz parte da comunidade e que valoriza a coletividade. Esses contrastes refletem não apenas diferenças ideológicas, mas também diferentes estratégias de manipulação emocional e persuasão política. O'Shaughnessy (2014) ressalta que a estética da propaganda não apenas influencia, mas molda as emoções e percepções do público, especialmente quando atrelada a figuras de liderança carismática.

Outro aspecto importante é o papel da emoção na propaganda política visual. As campanhas buscaram criar uma identificação emocional com seus eleitores, utilizando imagens que evocam sentimentos de pertencimento, esperança e segurança. Segundo Oatley (1999), as emoções são poderosos motores de ação, e a propaganda visual que se conecta emocionalmente com o público tem maior potencial de mobilizar e gerar engajamento político. Assim, a análise das campanhas de Bolsonaro e Lula revela que o apelo emocional foi uma estratégia central para ganhar o apoio dos eleitores e consolidar a identidade política

dos candidatos.

Este estudo levantou uma série de questões que merecem ser aprofundadas em futuras pesquisas. Primeiramente, seria interessante explorar mais a fundo como as técnicas de propaganda visual são adaptadas e transformadas pelas novas mídias digitais, como as redes sociais e plataformas de vídeo. As campanhas políticas atuais não se restringem mais ao rádio e à televisão; plataformas como YouTube, Facebook, TikTok e Instagram desempenham um papel fundamental na forma como as mensagens políticas são comunicadas e recebidas pelo público. Segundo Castells (2009), a era digital transformou a forma como as campanhas são conduzidas, tornando a comunicação visual mais crucial do que nunca para atingir um público vasto e diverso. Assim, a análise da propaganda visual deve incluir uma compreensão de como os algoritmos dessas plataformas influenciam a disseminação dessas mensagens e como o público interage com elas.

Além disso, um estudo comparativo entre campanhas eleitorais de diferentes países poderia trazer uma nova perspectiva sobre as semelhanças e diferenças no uso da propaganda visual em contextos políticos e culturais distintos. Seria interessante investigar se os elementos visuais que funcionam no Brasil - como a ênfase nas cores nacionais ou o uso de líderes carismáticos como "salvadores" - têm o mesmo efeito em outras nações e como as especificidades culturais afetam a recepção das estratégias visuais e narrativas. Segundo Inglehart (1997), as diferenças culturais moldam as prioridades políticas e, conseqüentemente, a forma como as mensagens visuais são interpretadas pelos eleitores.

Outra possibilidade para pesquisas futuras seria a análise do impacto psicológico da propaganda visual em diferentes segmentos da população. Como a estética de poder e ordem de Bolsonaro impacta um eleitorado que busca segurança? E como a narrativa de inclusão e justiça social de Lula ressoa com eleitores mais jovens e progressistas? Uma abordagem interdisciplinar, que combine comunicação, psicologia e ciência política, poderia fornecer insights valiosos sobre como as mensagens visuais são interpretadas por diferentes grupos sociais e como essas interpretações influenciam o comportamento eleitoral. Segundo Kahneman (2011), as pessoas são frequentemente influenciadas por impressões visuais e emoções, muitas vezes de maneira inconsciente, o que torna a propaganda visual uma forma poderosa na formação de julgamentos e preferências políticas.

Por fim, o desenvolvimento de estudos que analisem o papel da estética visual em períodos não eleitorais pode ser relevante para entender como a imagem dos líderes políticos

é construída e mantida ao longo do tempo. A propaganda visual não ocorre apenas durante as campanhas; ela é um processo contínuo, que busca consolidar uma imagem positiva e manter o apoio popular mesmo nos períodos de governo. Assim, a análise das representações visuais dos líderes após as eleições pode revelar muito sobre como a propaganda é utilizada para sustentar o poder e evitar crises de legitimidade. Segundo Edelman (1988, p. 31), "a construção simbólica do poder através de imagens é essencial para manter a autoridade política e sustentar o apoio popular" (Edelman, 1988).

O cinema político sempre teve um papel central na construção de narrativas de poder e na mobilização social. Seja no contexto do cinema de propaganda nazista, do cinema bolchevique, ou nas campanhas eleitorais modernas, o uso da visualidade para manipular percepções e influenciar comportamentos é uma estratégia que continua a evoluir. Segundo Nichols (2010), o cinema tem o poder de transformar eventos históricos em narrativas de significado, moldando o imaginário social e as interpretações políticas. Esta capacidade de construir sentido torna o cinema político uma base essencial para entendermos como a propaganda se desenvolveu ao longo do século XX e permanece relevante até hoje.

Nos tempos contemporâneos, a visualidade não se limita mais às grandes telas de cinema. Ela migrou para os dispositivos móveis e redes sociais, que são atualmente as plataformas predominantes de consumo de mídia. A capacidade de criar, compartilhar e reagir a conteúdos visuais nas redes sociais tornou a visualidade política ainda mais dinâmica e acessível. O cinema, com suas técnicas de montagem, enquadramento e construção de narrativas visuais, é o ponto de partida para a construção de toda essa linguagem digital. Segundo Castells (2009), a era digital transformou a comunicação política, criando um ambiente onde o espetáculo e a visualidade são as principais forças motrizes das narrativas políticas. Hoje, memes, vídeos curtos, postagens e transmissões ao vivo tornaram-se as novas formas de expressão audiovisual, e o cinema foi a base de todo esse desenvolvimento.

Essa dinâmica é visível nas campanhas de 2022, com Bolsonaro utilizando recursos visuais que lembram o cinema nazista - com ângulos baixos e luz dramática para engrandecer sua imagem - enquanto Lula incorporava estratégias bolcheviques ao ser filmado entre o povo, com iluminação natural, plano médio e estética de empatia. Essas imagens não apenas construíram significados, mas também moldaram a forma como os eleitores percebiam os candidatos: um como protetor da ordem, outro como defensor da coletividade.

A importância de estudar o cinema político, portanto, reside em seu papel como

precursor das técnicas visuais e narrativas que são amplamente utilizadas nas redes sociais contemporâneas. Embora as linguagens tenham se transformado, a essência da manipulação visual e do uso estratégico da imagem permanece. A visualidade hoje é fragmentada e adaptada ao consumo rápido, mas a lógica cinematográfica - de contar histórias e construir significados através de imagens - continua sendo o núcleo dessas práticas. O estudo do cinema político nos fornece a base para entender as novas formas de manipulação e persuasão que ocorrem diariamente em nossos dispositivos móveis. Segundo Jenkins (2006), as formas de narrativa transmídia, que hoje vemos se expandindo pelas redes sociais, têm suas raízes na lógica do cinema e das histórias visuais, que estabelecem o padrão para como narrativas podem ser expandidas e interligadas.

Assim, entender o cinema político é fundamental não apenas para compreender a propaganda visual do passado, mas também para decifrar as complexas formas de comunicação política que emergem no cenário digital atual. Através dessa análise, é possível desenvolver um olhar crítico sobre a maneira como as imagens são utilizadas para influenciar, manipular e persuadir a audiência, tanto na grande tela quanto nas pequenas telas dos celulares, onde a política visual agora se desenrola em escala global.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

ALBUQUERQUE, A. Redes sociais e a política brasileira: Um estudo sobre a polarização eleitoral. *Revista de Estudos Políticos*, v. 10, n. 2, p. 45-67, 2021.

ALMEIDA, C. *Confrontos ideológicos no Brasil contemporâneo: Polarização e estratégias de campanha*. São Paulo: Editora Política Brasileira, 2021.

BENJAMIN, W. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. São Paulo: Editora Brasileira, 1936.

BERGFELDER, T. The Role of Cinema in Shaping Ideology: The Nazi Experience. *Journal of Film and Ideology Studies*, 2000.

BORDWELL, D. *The Way Hollywood Tells It: Story and Style in Modern Movies*. Berkeley: University of California Press, 2006.

BORDWELL, D.; THOMPSON, K. *A Construção do Cinema: Elementos Visuais e Narrativos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BORDWELL, D.; THOMPSON, K. *Film Art: An Introduction*. New York: McGraw-Hill, 1993.

BRASIL ESCOLA. *Nazismo*. 2024. Disponível em:

- <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/nazismo.htm>. Acesso em: 19 maio 2025.
- CASTELLS, M. *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso político: os efeitos do sentido*. São Paulo: Contexto, 2006.
- COOKE, P. *Representing the Third Reich: History, Memory and the Aesthetics of Power*. New York: Palgrave Macmillan, 2008.
- COSTA, V.; PIRES, Y.; ALVES, K. Propaganda e persuasão: o papel do cinema na Alemanha Nazista. *Revista de Estudos da Comunicação*, 2018.
- EATWELL, R. *The Nature of Fascism*. New York: Routledge, 2006.
- EISENSTEIN, S. *Film Form: Essays in Film Theory*. New York: Harcourt Brace, 1949.
- FIGUEIREDO, A.; LIMONGI, F. A dinâmica do sistema partidário brasileiro e a polarização política. *Revista Brasileira de Ciência Política*, v. 12, n. 3, p. 215-239, 2019.
- FRANCISCON, M. A montagem dialética e o cinema revolucionário: Eisenstein e a transformação social. *Cinema e Política*, v. 8, n. 1, p. 33-50, 2018.
- GIANNETTI, Louis. *Para entender o cinema*. 10. ed. São Paulo: Edições Unesp, 2014.
- GUAN, M. *Soft power, cinema, and public perceptions of the United States in Brazil*. ISAG SQ, v. 3, n. 2, 2023. Disponível em: <https://academic.oup.com/isagsq/article/3/2/ksad029/7186191>. Acesso em: 10 maio 2025.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- HERF, J. *The Jewish Enemy: Nazi Propaganda During World War II and the Holocaust*. Cambridge: Harvard University Press, 2006.
- HUNTER, W.; POWER, T. Bolsonaro and Brazil's Illiberal Backlash. *Journal of Democracy*, v. 30, n. 1, p. 68-82, 2019.
- INSTITUTO DE CINEMA. Ângulos de câmera no cinema. Disponível em: <https://www.institutodecinema.com.br/mais/conteudo/angulos-de-camera-no-cinema>. Acesso em: 19 maio 2025.
- JOWETT, G.; O'DONNELL, V. *Propaganda & Persuasion*. 5. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2012.
- KATZ, Elihu. *The End of Television?* The Annals of the American Academy of Political and Social Science, v. 625, p. 6-18, 2009.
- KENEZ, P. *Cinema and Soviet Society: From the Revolution to the Death of Stalin*. London: I.B. Tauris, 2001.
- KERSHAW, I. *Hitler, the Germans, and the Final Solution*. New Haven: Yale University Press, 2008.
- KOVALESKI, Rogério. *Publicidade e Cinema: o hibridismo estético nas narrativas midiáticas*. Curitiba: Appris, 2019.
- KRACAUER, S. *From Caligari to Hitler: A Psychological History of the German Film*. Princeton: Princeton University Press, 1947.
- LASSWELL, Harold D. *The Structure and Function of Communication in Society*. In: BRYSON, L. (org.). *The Communication of Ideas*. New York: Harper and Row, 1948.

- LENIN, V. I. *Lenin on the most important of the arts*. In: Soviet History Project. Michigan State University. Disponível em: <https://soviethistory.msu.edu/1924-2/socialist-cinema/socialist-cinema-texts/lenin-on-the-most-important-of-the-arts/>. Acesso em: 25 abril 2025.
- LOWERY, Shearon A.; DeFLEUR, Melvin L. *Milestones in mass communication research: media effects*. 3. ed. White Plains, NY: Longman, 1995.
- MACHADO, Arlindo. *Pré-cinemas & pós-cinemas*. Papirus, 2000.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. 2. ed. Campinas: Pontes, 2005.
- MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, p. 176–187, 1972.
- MEDEIROS, J. A escalada da polarização política no Brasil. *Estudos de Sociologia*, v. 21, n. 2, p. 132-154, 2020.
- MONACO, James. *Como ver um filme: arte, técnica e linguagem do cinema*. 2. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- NERI, M. Desigualdade social e políticas públicas no Brasil pós-pandemia. *Fundação Getúlio Vargas*, 2021.
- NICHOLS, B. *Engaging Cinema: An Introduction to Film Studies*. New York: W. W. Norton & Company, 2010.
- NICHOLS, Bill. *Introdução ao documentário*. São Paulo: Edições Unesp, 2010.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. *The spiral of silence: public opinion – our social skin*. Chicago: University of Chicago Press, 1984.
- O'SHAUGHNESSY, N. *Selling Hitler: Propaganda and the Nazi Brand*. London: Hurst & Company, 2014.
- PIRES, T. Narrativas políticas e a retórica da empatia: As campanhas de Bolsonaro e Lula. *Estudos de Retórica*, v. 19, n. 1, p. 57-72, 2022.
- RENTSCHLER, E. *The Ministry of Illusion: Nazi Cinema and Its Afterlife*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.
- RIBEIRO, M.; ORTIZ, L. Redes sociais e campanhas eleitorais no Brasil: Fake news e polarização. *Comunicação & Sociedade*, v. 17, n. 1, p. 54-79, 2022.
- RIEFENSTAHL, L. *Leni Riefenstahl: A Memoir*. New York: Picador, 1987.
- SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. Paulus, 2003.
- SANTOS, R. Estratégias visuais e narrativas na campanha eleitoral de 2022: Uma análise comparativa. *Revista Brasileira de Estudos de Mídia*, v. 18, n. 3, p. 27-45, 2022.
- SILVA, L. Valores tradicionais e retórica cristã na política contemporânea. *Revista de Ciências Humanas*, v. 9, n. 4, p. 88-105, 2021.
- TAYLOR, R. *Film Propaganda: Soviet Russia and Nazi Germany*. London: I.B. Tauris, 1998.
- UNITED STATES HOLOCAUST MEMORIAL MUSEUM. Leni Riefenstahl. *Holocaust Encyclopedia*, 2024. Disponível em: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/leni-riefenstahl>. Acesso em: 5 maio 2025.

WELCH, D. *Nazi Propaganda: The Power and the Limitations*. London: Croom Helm, 1984.

Fontes Online

LULA 2022. Programa eleitoral "Brasil da Esperança". Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLhs93JDgpOyclQk3jCxPS1JUqqSP6FqLH>. Acesso em: 27 nov. 2024.

VIRALATAS.COM.BR. Programa 01 do Lula. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BMwiNLkSIFU&list=PLhs93JDgpOyclQk3jCxPS1JUqqSP6FqLH&index=2>. Acesso em: 27 nov. 2024;

VIRALATAS.COM.BR. Programa 18 do Lula. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_UoScx4X4Vo&list=PLhs93JDgpOyclQk3jCxPS1JUqqSP6FqLH&index=19. Acesso em: 27 nov. 2024;

VIRALATAS.COM.BR. Programa 34 do Lula. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ei0rx3u_wCg&list=PLhs93JDgpOyclQk3jCxPS1JUqqSP6FqLH&index=34. Acesso em: 27 nov. 2024.

PODER360. Bolsonaro (programa eleitoral 2min38seg. - TV): presidente exalta "liberdade" (27.ago.2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8GEThmDuns8>. Acesso em: 27 nov. 2024.

PODER360. Jair Bolsonaro (programa eleitoral 2min42seg. - TV): "a verdade sobre Lula" (15.set.2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GICfybyJvO4>. Acesso em: 27 nov. 2024.

PODER360. Bolsonaro (programa eleitoral 5min. - TV): "Lula está contra o congresso" (20.out.2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=G8HodQ1KyEU>. Acesso em: 27 nov. 2024.

TSE – Tribunal Superior Eleitoral. Dados e informações sobre as eleições 2022. Disponível em: <https://dadosabertos.tse.jus.br>. Acesso em: 27 nov. 2024.