DEMOCHARGIA:
DILMA ROUSSEFF E SEU PRIMEIRO ANO DE MANDATO PELAS CHARGES JORNALÍSTICAS

CRISTIANE DOS SANTOS PARNAIBA

UNESP, BAURU, 2014.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: GESTÃO E POLÍTICAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA

CRISTIANE DOS SANTOS PARNAIBA

DEMOCHARGIA:
DILMA ROUSSEFF E SEU PRIMEIRO ANO DE MANDATO PELAS CHARGES JORNALÍSTICAS

Bauru
2014

CRISTIANE DOS SANTOS PARNAIBA

DEMOCHARGIA:
DILMA ROUSSEFF E SEU PRIMEIRO ANO DE MANDATO PELAS CHARGES JORNALÍSTICAS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Mestrado, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", como parte dos requisitos para a obtenção do título de mestre em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Cristina Gobbi.

Bauru
2014

Parnaiba, Cristiane dos Santos.
Demochargia: Dilma Rousseff e seu primeiro ano de mandato pelas charges jornalísticas / Cristiane dos Santos Parnaiba, 2014
173 f.

Orientadora: Maria Cristina Gobbi

Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2014

1. Mulheres na política. 2. Charge jornalística. 3. Representação feminina na mídia. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Campus Bauru

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE CRISTIANE DOS SANTOS PARNAIBA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DO(A) FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICACAO DE BAURU.

Aos 29 dias do mês de agosto do ano de 2014, às 14:00 horas, no(a) Auditório dos Programas de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Profa. Dra. MARIA CRISTINA GOBBI do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Prof. Dr. MAXIMILIANO MARTIN VICENTE do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Profa. Dra. MARLI DOS SANTOS do(a) Departamento de Jornalismo / Universidade Metodista de São Paulo, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de CRISTIANE DOS SANTOS PARNAIBA, intitulada "Demochargia: Dima Rousseff e seu mandato pelas charges jornalísticas". Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: APROVADO. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

Profa. Dra. MARIA CRISTINA GOBBI

Prof. Dr. MAXIMILIANO MARTIN VICENTE

Profa. Dra. MARLI DOS SANTOS

Av. Eng. Luiz Edmundo Carrijo Coube, 14-01 - Bauru - SP
CEP 17.033-360 - Tel.: (14) 3103-6000 - Fax: (14) 3103-6051
site: www.faac.unesp.br

AGRADECIMENTOS

Apesar de uma dissertação ser o produto de uma pesquisa acadêmica realizada para obtenção de um título individual, em sua realização recebi ajudas de vários tipos e diversas vezes. Assim, agradeço:

Ao Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" pela oportunidade de realizar este mestrado, ter aulas com excelentes professores, desfrutar de um espaço adequado ao desenvolvimento desta tarefa, com funcionários dedicados a atender nossas demandas, além de proporcionar novas amizades;

A minha orientadora e amiga professora Dra. Maria Cristina Gobbi, que desde minha graduação em Jornalismo, na Universidade Metodista de São Paulo, tem contribuído para o meu aprendizado e jornada acadêmica, bem como me inspirado a ser um ser humano melhor;

A todos os professores que marcaram minha trajetória de estudos, desde a pré-escola, de quem não citarei nomes para não estender demais estes agradecimentos e para não cometer a injustiça de esquecer algum;

A Capes, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, pela bolsa de estudos que me proporcionou uma maior dedicação a esta pesquisa.

A Folha de S. Paulo, Jornal do Commercio e Diário do Amazonas por disponibilizar acesso a suas charges, seja integral ou parcialmente, pela Internet; à Biblioteca do Senado Federal e seus funcionários, por disponibilizar as edições do Correio Braziliense; ao Museu da Comunicação Hipólito José da Costa e seus funcionários, por disponibilizar as edições do Zero Hora;

Aos chargistas Benett, Kacio e Cícero, que me concederam entrevistas para esta dissertação;

Aos meus amigos e familiares por todo apoio, em especial a Gabriela Valentinari, que me acolheu na cidade de Bauru; a Ariane dos Santos e Gabriel Bandeira, que me ajudaram direta e indiretamente em vários pontos deste trabalho, seja discutindo temas, sugerindo melhorias, revisando a formatação, calculando porcentagens...; a minha avó e meus pais por todo o apoio, direto e indireto para a realização deste trabalho; ao Carlos por fazer as ilustrações da capa, questões de pesquisa e epígrafes presentes nesta dissertação; aos meus sobrinhos por me emprestarem sua leveza nos momentos mais complicados desta trajetória.

RESUMO

"Demochargia: Dilma Rousseff e seu primeiro ano de mandato pelas charges jornalísticas" teve como objetivo verificar de que forma a presidente Dilma Rousseff e seu primeiro ano de mandato foram representados nas charges de cinco jornais brasileiros. Justifica-se este estudo pelo ineditismo da chegada de uma mulher à presidência de um país que há pouco mais de 80 anos sequer reconhecia o sufrágio feminino, num jogo de separação entre espaço público e privado, que, fortalecido pela mídia, colocava a mulher como um ser atuante apenas no espaço privado do lar. A escolha da charge como ferramenta de análise deste estudo deu-se por sua importância no contexto editorial do jornal, sendo ela essencialmente opinativa e crítica, bem como por sua natureza humorística, cujo uso de estereótipos e a satirização de figuras públicas, em especial, políticas, é bastante frequente. Assim, foram analisadas charges de um jornal de cada região do país: *Zero Hora* (Sul), *Folha de S. Paulo* (Sudeste), *Correio Braziliense* (Centro-Oeste), *Jornal do Commercio* (Nordeste) e *Diário do Amazonas* (Norte), publicadas ao longo de 2011, totalizando um corpus de 322 charges. Para a análise, utilizamos o método da análise de conteúdo. Após a categorização do material, os conteúdos mais expressivos foram interpretados de acordo com as questões de pesquisa formuladas a partir de nosso objetivo geral, bem como do referencial teórico. Como principais resultados podemos destacar que os temas mais explorados pelas charges ao longo do primeiro ano de mandato de Dilma Rousseff foram as sete trocas de ministros e as relações de Dilma com a base aliada, principalmente com o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB). A representação de Dilma foi baseada em principalmente duas estratégias, o clichê mulher dona de casa, sendo ela muitas vezes representada com vassouras nas mãos, fazendo uma "faxina ministerial"; e a postura séria e assertiva de Dilma, representada nas charges com certa "dureza".

Palavras-chave: Mulheres na política; Charge jornalística; Dilma Rousseff; Representação feminina na mídia.

ABSTRACT

"Demochargia: Dilma Rousseff and her first year of presidential term by journalistic editorial cartoons" aimed to verify how President Dilma Rousseff and her first year of presidential term were represented in five Brazilian newspapers editorial cartoons. This study is justified by the uniqueness of the arrival of a woman to the presidency of a country that just over 80 years even recognize women's suffrage, in a game of separation between public and private space, which, strengthened by the media, put the woman as a being active only in the private space of the home. The choice of editorial cartoon as an analysis tool of this study was given by its importance in the newspaper's editorial context, it being essentially opinionative and critic, as well as his humorous nature, whose use of stereotypes and satirization of public figures, in particular, policies, quite frequently. Thus, a newspaper editorial cartoons of each region of the country were analyzed: Zero Hora (South), Folha de S. Paulo (Southeast), Correio Braziliense (Midwest), Jornal do Commercio (Northeast) and Diário do Amazonas (North) , published in 2011, totaling a corpus of 322 editorial cartoons. For analysis, we use the method of content analysis. After categorizing the material, the most significant contents were interpreted according to the research questions formulated from our overall objective as well as the theoretical framework. As main results we can say that the themes explored over the editorial cartoons throughout the Dilma Rousseff's first year of presidential term were seven trades of ministers and relations with Dilma's allied base, especially with the Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB). The representation of Dilma was based on mainly two strategies, the cliche housewife woman, she is often pictured with brooms in hand, making a "ministerial cleaning"; and the serious and assertive stance of Dilma, represented in editorial cartoons with a certain "hardness".

Keywords: Women in politics; Journalistic editorial cartoon; Dilma Rousseff; Female representation in the media.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Exemplo de caricatura – representação da personagem “Valdirene” de novela da Rede Globo 48
Figura 2 – Exemplo de cartum 48
Figura 3 – Exemplo de tirinha, tira ou comic 48
Figura 4 – Exemplo de charge 49
Figura 5 – Primeira charge publicada no Brasil 55
Figura 6 – Exemplo de meme 58
Figura 7 – Eleições presidenciais de 2010 70
Figura 8 – Viagens internacionais de Dilma Rousseff em 2011 74
Figura 9 140
Figura 10 140
Figura 11 140
Figura 12 140
Figura 13 140
Figura 14 142
Figura 15 142
Figura 16 142
Figura 17 143
Figura 18 143
Figura 19 143
Figura 20 143
Figura 21 143
Figura 22 144
Figura 23 144
Figura 24 144
Figura 25 144
Figura 26 145
Figura 27 145
Figura 28 145
Figura 29 145
Figura 30 145
Figura 31 145

Figura 32 146
Figura 33 146
Figura 34 149
Figura 35 149
Figura 36 149
Figura 37 149
Figura 38 150
Figura 39 150
Gráfico 1 – Categorização por jornal 135
Gráfico 2 – Categorização Zero Hora 136
Gráfico 3 – Categorização da Folha de S. Paulo 137
Gráfico 4 – Categorização Correio Braziliense 138
Gráfico 5 – Categorização Jornal do Commercio 139
Gráfico 6 – Categorização Diário do Amazonas 148
Ilustração 1 – Classificação jornalística de José Marques de Melo 59
Ilustração 2 – Classificação jornalística de Manuel Carlos Chaparro 60

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Número e porcentagem de candidatos e eleitos por sexo no Brasil 27
Tabela 2 – Composição da Câmara e do Senado em 2013 por sexo no Brasil 27
Tabela 3 – Número de mulheres eleitas a prefeitas de 1976 a 2012 no Brasil 28
Tabela 4 – Número de mulheres eleitas a governadoras de 1994 a 2010 28
Tabela 5 – Média de Circulação dos Jornais 78
Tabela 6 – Composição do *corpus* 79
Tabela 7 – Charges do Zero Hora 81
Tabela 8 – Charges da Folha de São Paulo 92
Tabela 9 – Charges do Correio Braziliense 99
Tabela 10 – Charges do Jornal do Commercio 113
Tabela 11 – Charges do Diário do Amazonas 127
Tabela 12 – Categorização por jornal 134

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 11
2 A MULHER: SUJEITO (OBJETO) DA PESQUISA 14
2.1 A Mulher: entre espaço público e privado 15
2.2 A mulher na política 20
2.2.1 Democracia e participação política 21
2.2.2 A questão do voto e a forma de governo 23
2.2.3 Visão geral da participação política feminina brasileira 25
2.2.4 Trajetória política da mulher brasileira 29
2.3 A mulher na mídia 35
2.3.1 Mulher e Política na Mídia 38
3 A CHARGE: OBJETO (SUJEITO) DA PESQUISA 43
3.1 Humor e estereótipos 44
3.2 Cada um em seu quadrinho – caricatura, charge, cartum e tirinha 46
3.3 E fez-se a charge – umas pitadas de história da charge 50
3.3.1 A charge no Brasil 53
3.4 A função da charge no jornal 58
3.4.1 Gêneros jornalísticos 58
3.4.2 As funções da charge no jornal 62
4 OBJETOS E SUJEITOS METODOLÓGICOS 66
4.1 Elementos pré-análise 67
4.1.1 Dilma Rousseff: biografia política 67
4.1.2 Eleições presidenciais de 2010 68
4.1.3 Primeiro ano de mandato de Dilma Rousseff 71
4.1.4 Síntese dos perfis dos jornais estudados 74
4.2 Análise de conteúdo 76
4.2.1 Pré-análise – definição do *corpus* 77
4.2.2 Exploração do material – categorização 79
4.2.3 Tratamento dos resultados, inferências e interpretação 130
5 O SUJEITO NO OBJETO: ANÁLISE DO MATERIAL 132
5.1 Temas mais explorados pelas charges 133
5.1.1 *Zero Hora* 136
5.1.2 *Folha de S. Paulo* 137

5.1.3 *Correio Braziliense* 138
5.1.4 *Jornal do Commercio* 139
5.2 Mulher e política nas charges 140
5.3 A representação de Dilma 142
5.4 Charge e jornalismo 147
5.5 *Diário do Amazonas* 148
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS 151
REFERÊNCIAS 155
APÊNDICES 161

1 INTRODUÇÃO

Em 2010 uma mulher foi eleita pela primeira vez à Presidência da República Federativa do Brasil. Dilma Vana Rousseff, candidata pelo Partido dos Trabalhadores (PT), o mesmo do então ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, venceu no segundo turno com 56,05% dos votos válidos, derrotando José Serra, candidato pelo principal partido de oposição, o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB).

Apesar de não acreditarmos que a eleição de Dilma Rousseff tenha se dado por sua condição feminina, esta é representativa das conquistas que as mulheres tem tido no Brasil e no mundo nos últimos anos, Margaret Thatcher, ex-primeira ministra do Reino Unido, e Angela Merkel, chanceler da Alemanha, são exemplos proeminentes na política internacional.

Se usarmos a América Latina como exemplo, Dilma Rousseff foi a quarta mulher eleita ao mais alto posto democrático de seu país, antes dela Michelle Bachelet, no Chile; Cristina Kirchner na Argentina; e Laura Chinchilla na Costa Rica venceram as eleições presidenciais, todas neste início de século XXI. Pegando como referência o direito da mulher à participação por meio do voto nestes quatro países, podemos perceber a evolução da inclusão da mulher na política. O Brasil foi o primeiro deles a reconhecer o direito feminino ao voto, o que aconteceu em 1932, seguido do Chile, em 1934; da Argentina, em 1947; e da Costa Rica, em 1949.

Apesar disso, a representação política da mulher ainda está muito longe de se igualar a do homem, sendo a política um palco predominantemente masculino. Como parâmetro, pesquisa da União Interparlamentar (IPU, sigla em inglês para Inter-Parliamentary Union), feita em abril de 2013, colocou o Brasil na 123ª posição do ranking de participação política feminina, com apenas 8,6% de mulheres no poder.

Aliado à sub-representação política, as mulheres tem um longo histórico de opressão e sub-representação social, estabelecido culturalmente e propagado por instituições como a religião, a escola, a família e a mídia. Até mesmo as revistas destinadas ao público feminino, que poderiam desempenhar o papel de diminuir as diferenças entre homem e mulher, dando às suas leitoras informações relevantes na busca por seus direitos, acabam por colaborar "para a mitificação e a mistificação do ser feminino, ajudando a manter padrões" vigentes (BUITONI, 2009, p. 212).

Diante deste cenário, esta pesquisa tem como questão central responder ao problema de pesquisa: "De que forma Dilma Rousseff, a primeira mulher eleita a presidente do país, foi representada, em seu primeiro ano de mandato, pelas charges jornalísticas?".

A escolha da ferramenta charge para esta investigação se deu principalmente por quatro motivos: a charge é um produto jornalístico, área de formação e atuação da autora da dissertação; é essencialmente opinativa e sempre vai expressar um ponto de vista em suas representações; é também um produto de humor, provocadora do riso, riso este, como coloca o filósofo Henry Bergson, parte de um tipo de desvio na conduta daquele que o provocou e deve sempre ter uma significação social (BERGSON, 1980). Já o quarto refere-se ao uso legítimo que o humor faz dos estereótipos, possibilitando observar no *corpus* em questão qual a representação feita da mulher no espaço político, percebendo se este humor está sendo usado para legitimar ou desfazer a tradicional dicotomia masculino = espaço público e feminino = espaço privado.

Assim, buscamos verificar quais os principais temas da política federal abordados pelas charges ao longo do primeiro ano de mandato de Dilma Rousseff e como estes temas, bem como a presidente, foram representados. Nosso objetivo central é, portanto, verificar a representação de Dilma Rousseff e de seu primeiro ano de mandato nas charges jornalísticas. E como objetivos específicos, temos:

- Fazer um levantamento das charges que retratam a presidente Dilma Rousseff em um jornal de cada região do país;
- Verificar como Dilma Rousseff foi representada, nas charges, ao longo do período estudado;
- Examinar se houve semelhanças e/ou diferenças, e quais foram, no tratamento dado a Dilma Rousseff entre os jornais analisados;
- Elencar os assuntos mais explorados pelas charges no primeiro ano de mandato de Dilma Rousseff.

Para alcançar estes objetivos, optamos por mesclar a pesquisa bibliográfica e histórica, que nos levantou alguns questionamentos e nos ajudou a respondê-los, com uma análise de conteúdo focada na categorização por temas. A interpretação do material categorizado foi feita aliando a observação do corpus ao nosso levantamento histórico e bibliográfico, bem como às entrevistas que realizamos com alguns dos chargistas que publicam nos jornais estudados.

Objetivando verificar a representação feita de Dilma e do início de seu mandato em todo o Brasil, o *corpus* estudado contempla as charges publicadas no ano de 2011 por um jornal de cada região do país: *Zero Hora* (Sul), *Folha de S. Paulo* (Sudeste), *Correio Braziliense* (Centro-Oeste), *Jornal do Commercio* de Pernabuco (Nordeste) e *Diário do*

Amazonas (Norte) e ficou constituído de 322 charges, sendo 64 do Zero Hora, 54 da *Folha de S. Paulo*, 103 do *Correio Braziliense*, 84 do *Jornal do Commercio* e 19 do *Diário do Amazonas*, sendo que deste último jornal não conseguimos ter acesso a todas as edições publicadas em 2011, tornando o material representativo apenas qualitativamente da interpretação de Dilma e seu mandato e não podendo ser usado para comparações quantitativas.

Assim, esta dissertação está organizada em quatro capítulos. O primeiro deles é esta introdução. O próximo, "A Mulher: sujeito (objeto) da pesquisa" foi assim denominado por apresentar o sujeito estudado nesta dissertação, a mulher em sua condição histórica, social e em sua representação política e midiática no Brasil. O termo "objeto" aqui utilizado refere-se à objetivação do sujeito feminino. Neste capítulo, usamos autores como Bourdieu, Lúcia Avelar e Dulcília Buitoni, e levantamos dados objetivos da participação política feminina no Brasil. Também falamos de maneira breve sobre a nossa democracia, suas formas de participação e momentos históricos importantes ao contexto deste trabalho.

O capítulo "A Charge: objeto (sujeito) da pesquisa" esta denominação refere-se ao uso da charge como objeto de investigação e também à capacidade subjetiva deste objeto. Nele, abordamos a definição de charge, sua história e o seu uso no jornalismo. Os principais autores utilizados neste capítulo foram Fonseca, Maringoni, Miano, Marques de Melo, Chaparro e Saliba. Nele também utilizamos trechos de entrevistas feitas com chargistas para esta dissertação.

"Objetos e Sujeitos Metodológicos" é o capítulo que se destina à apresentação do nosso *corpus*, bem como do método de análise e de interpretação que usamos. Nele também tecemos alguns comentários sobre a categorização, feita com base na proposta da análise de conteúdo, segundo Bardin.

Em "O Objeto no Sujeito: Análise do Material" trazemos os resultados de nossa análise e interpretação. Nas considerações finais, comentamos os principais resultados obtidos e deixamos algumas indicações de aspectos a serem explorados em novas pesquisas acerca deste tema.

Antes de cada capítulo usamos uma ilustração com pretensão de charge produzida exclusivamente para este trabalho. A exemplo da capa, todos os desenhos foram feitos pelo escritor e ilustrador Carlos Pessoa de Brum, a partir de uma concepção conceitual feita pela autora desta dissertação e que busca representar o capítulo que ela apresenta.

2 A MULHER: SUJEITO (OBJETO) DA PESQUISA

Neste capítulo fazemos um levantamento bibliográfico sobre a participação da mulher na sociedade, com ênfase no âmbito político. Realizamos um resgate histórico sobre esta conjuntura, lembrando a trajetória política da mulher brasileira. O estado atual (2013) da representação feminina na política também é destacado. Fazemos ainda algumas observações sobre o nosso sistema e regime políticos, a fim de situar questão da participação feminina. Por fim, resgatamos estudos já realizados sobre a representação feminina na mídia e sobre como a mulher enquanto sujeito político é representada neste espaço.

2.1 A Mulher: entre espaço público e privado

Tarsila do Amaral (1886-1973), Bertha Lutz (1894-1976), Carmen Miranda (1909-1955), Maria Bonita (1911-1938), Zuzu Angel (1921-1976), Clarice Lispector (1920-1977), Fernanda Montenegro (1929), Ruth Cardoso (1930-2008), Elis Regina (1945-1982), Marta Suplicy (1945), Maria da Penha (1945), Maria (diariamente-diariamente). Esses nomes de brasileiras natas e naturalizadas nos contam muito de nossa história, são representativos de mulheres nas artes plásticas, literatura, música, política, educação, ciência, moda, artes cênicas, luta por justiça e no cotidiano. São referências da capacidade e das conquistas da mulher brasileira, matriarcas de um país de muitas “Marias”, que escondidas em seus anonimatos, sustentam famílias, educam os filhos, são “pai e mãe”, trabalham em casa e fora dela, estudam, consomem, se divertem e, as que gostam, ainda conseguem um tempo para cuidar da vaidade.

Mas ser mulher em um país (e não só nele) historicamente androcêntrico, por muito tempo significou ser mãe, esposa, dona de casa; esteve relacionado a adjetivos como beleza, ternura, sensualidade; a tarefas como cozinhar, arrumar, cuidar. Ser mulher por muito tempo foi ter seu espaço de ação limitado ao lar e seus desejos reduzidos à obediência ao pai e ao marido.

Tal condição é consequência de fatores históricos, sociais, culturais, religiosos e econômicos, que se cristalizaram ao longo de milênios. O sociólogo Pierre Bourdieu, em *A Dominação Masculina* (2002) explica que as próprias diferenças biológicas entre os sexos foram usadas socialmente, numa construção social dos corpos, para justificar e naturalizar a submissão feminina:

> A diferença biológica entre os sexos, isto é, entre o corpo masculino e o corpo feminino, e especificamente, a diferença anatômica entre os órgãos

> sexuais, pode, assim, ser vista como justificativa natural da diferença socialmente construída entre os gêneros e, principalmente, da divisão social do trabalho (BOURDIEU, 2002, p. 20).

A partir desta diferenciação são atribuídos papeis aos homens e às mulheres, sendo que eles passam a fazer parte da categoria dos dominantes e elas dos dominados.

> As regularidades da ordem física e da ordem social impõem e inculcam as medidas que excluem as mulheres das tarefas mais nobres, assinalando-lhes lugares inferiores [...], ensinando-lhes a postura correta do corpo [...], atribuindo-lhes tarefas penosas, baixas e mesquinhas [...], enfim, em geral, tirando partido, no sentido do pressupostos fundamentais, das diferenças biológicas que parecem assim estar à base das diferenças sociais (BOURDIEU, 2002, p. 34).

Às mulheres cabe, portanto, uma postura submissa, reforçada por várias instituições sociais, como a família, a escola e a igreja. Bourdieu considera, portanto, esta dominação masculina, socialmente construída, uma forma específica de violência simbólica, a qual ele define no preâmbulo de sua obra como:

> [...] uma violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou, mais precisamente do desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância, do sentimento (2002, p. 7).

A historiadora Maria Beatriz Nader, que estudou a história da mulher brasileira, explica que:

> Historicamente, a vida da mulher foi atrelada à instituição familiar, que restringiu o papel feminino em seu interior a uma prática de subordinação ideológica ao poder masculino. Durante milênios, a sociedade ligou a vida da mulher à família e a literatura interpretou essa prática como sendo uma ação passiva e submissa da mulher. A própria educação familiar e religiosa ensinava à mulher apenas o que ela deveria saber para bem conduzir uma unidade doméstica, respeitando e obedecendo seu marido, o chefe da família (1998, p. 61).

No Brasil, por herança da corte portuguesa, ficou estabelecido que a mulher, "[...] principalmente aquela pertencente à classe mais abastada, ficasse contida no ambiente privado familiar" (NADER, 1998, p. 61), em detrimento da participação nas decisões tanto na esfera familiar quanto da esfera pública, já que tal participação poderia tirar da mulher características femininas que eram a base do 'ser' mulher naquele período.

> O imaginário social que se desenvolvia na sociedade localizava a esfera privado-doméstica como refúgio moral da esfera público-política amoral e perigosa em que as mulheres puras neutralizavam as aspirações destruidoras desse mundo público. Por isso, se a mulher convivesse com a esfera público-política, seria corrompida pela familiaridade com a força e a violência, característica masculina da esfera pública, sujeitando-se assim a perder as qualidades de pureza e ingenuidade tão características da esfera privado-doméstica (NADER, 1998, p. 61).

Neste ponto é válido tecer um comentário sobre a realidade dos povos nativos, que já habitavam o Brasil pré-cabralino e tinham suas características de gênero distintas, bem como seus papeis sociais definidos, como é possível observar neste trecho do antropólogo Pierre Clastres sobre a organização das sociedades indígenas, citando a forma de 'trabalho[1]' agrícola de tribos sul-americanas, como os Tupi Guaranis:

> O grosso do trabalho, efetuado pelos homens, consistia em arrotear, por meio de um machado de pedra e com auxílio do fogo, a superfície necessária. [...] Quase todo o resto do processo agrícola - plantar, mondar, colher -, em conformidade com a divisão sexual do trabalho, era executado pelas mulheres (1974, p.7).

Embora notemos aqui uma divisão do trabalho, não podemos afirmar que as mulheres indígenas eram subordinadas aos homens, pois a forma de organização das sociedades primitivas não obedecia à logica ocidental e não pode ser julgada sob a luz da mesma. O mesmo poderíamos notar estudando sociedades orientais, por exemplo.

Podemos dizer, portanto, que as mulheres das sociedades ocidentais foram educadas para o lar e ideologicamente colocadas numa posição inferior ao homem. Mas mesmo com toda essa realidade, "[...] grande contingente feminino, primeiro provindo das camadas mais empobrecidas da sociedade, depois das classes médias urbanas, participou da força de trabalho no país", chegando a compor 78% da classe trabalhadora na indústria têxtil, quando as primeiras fábricas desta se instalaram no Brasil (NADER, 1998, p. 61).

Outra opção de trabalho para as mulheres envolvia aqueles que podiam ser feitos em casa, como a costura. Isso acontecia porque desta forma elas não precisariam se ausentar do lar para ajudar a complementar a renda da família, conciliando assim o trabalho doméstico com as atividades remuneradas (NADER, 1998, p. 62).

Foi a partir dessas primeiras experiências com o trabalho que as mulheres passaram a se organizar para reivindicar mais direitos, como o caso de costureiras que se reuniram em

[1] A palavra trabalho aqui está entre aspas porque o que entendemos por ela difere da forma com a qual os indígenas viviam, e portanto não se adéqua totalmente ao contexto.

associações para legitimar as reivindicações da profissão, e algumas mulheres das classes médias urbanas que usaram a escrita para reclamar direitos e negar costumes (NADER, 1998, p. 63).

Daí em diante, as manifestações das mulheres por seus direitos foi constante, mesmo que lenta, levantando uma série de pautas, como o sufrágio feminino, o divórcio, o direito à maior participação política, à educação e à propriedade, "[...] sem, no entanto, buscar transformar a vida privada familiar" (NADER, 1998, p. 63). Porém, de acordo com a autora, após a conquista do sufrágio em muitos países ocidentais no início do século XX fez com que o movimento feminista estacionasse (1998, p. 63).

Nader observa que as duas Guerras Mundiais ocorridas no século XX deram um novo fôlego à conquista de espaço público de atuação pelas mulheres, já que foram fundamentais para a entrada delas, em especial as ocidentais, no mercado de trabalho. A economia precisou da mão de obra feminina e esta ocupou "[...] todos os espaços deixados livres pelos homens que guerreavam ou haviam se tornado prisioneiros, ou mesmo aqueles que haviam morrido" (1998, p. 64). Porém, o final da Primeira Guerra ocasionou uma demissão em massa das mulheres, sendo que "[...] o período entre Guerras representou nova estagnação no movimento feminista, uma vez que os regimes políticos perseguiam um plano de subordinação feminina, no qual a mulher se tornaria mais submissa" (NADER, 1998, p. 64). A autora cita os exemplos do nazismo e do fascismo, que consideravam a função reprodutora e a figura materna essencial para a educação dos filhos (1998, p. 64).

Em 1939, com a Segunda Guerra Mundial, a mulher voltou a substituir a mão-de-obra masculina. Mas, desta vez, depois dela a luta se fortaleceu e "[...] muitas questões femininas defendidas até então, como a inclusão formal da mulher na vida pública e política, já conquistadas em parte, cedem lugar às reivindicações sexistas e raciais" (NADER, 1998, p. 65). As mulheres haviam entendido aquilo que Bourdieu nos alertou no início: não eram questões biológicas que as tornavam inferiores aos homens, mas processos sociais que as colocaram naquela posição.

Na década de 1960, o feminismo no Brasil contava com o apoio de partidos políticos, principalmente os de esquerda. O ano de 1975 foi proclamado pela *Organização das Nações Unidas* (ONU) como o *Ano Internacional da Mulher* e depois dele "[...] vários grupos femininos debruçaram-se sobre problemas voltados para a vida da mulher" (NADER, 1998, p. 65).

A partir deste ponto Nader argumenta que as mulheres obtiveram êxito, já que a "[...] explosão de reações femininas caracterizou pura e simplesmente a destruição do poder

masculino instituído há milhares de anos, com o qual subjugaram as mulheres" (1998, p. 65). Porém, acreditamos que elas conquistaram mais espaço público e romperam com as barreiras do lar, como a própria Nader coloca:

> A grande participação da mulher no campo político, no mercado de trabalho, nos programas educativos que proporcionavam uma profissão, enfim, em todos os setores durante séculos, aos quais, lhes foi negada a participação, afetou sensivelmente as relações nas unidades domésticas, provocando mudanças radicais em suas estruturas. Uma dessas mudanças diz respeito ao histórico papel individual da mulher no interior da família, visto como ser passivo de reprodução, que ganhou menos espaço no seu cotidiano enquanto a sua inserção no contexto global da sociedade ganhou mais espaço. Se antes o espaço doméstico era tido como naturalmente feminino e a mulher era sustentada pelo homem, agora são as mulheres que detêm grande parte do controle sobre os recursos familiares e desempenham um papel fundamental na vida econômica da família (1998, p. 68).

Entretanto, essas conquistas se focaram principalmente os âmbitos político e econômico, e não nos parecem capazes de garantir liberdade e igualdade a todas as mulheres. Elas continuam figurando nas manchetes dos jornais como vitimas de seus maridos, companheiros, pais, irmãos, patrões, namorados; a serem vistas na televisão, e fora dela, como objetos sexuais; e muitas continuam lutando por mais dignidade e igualdade.

Também não ignoramos que várias conquistas femininas ocorreram, como a maior inserção do mercado de trabalho e na política; o direito ao divórcio; a criação, em São Paulo, do Primeiro Conselho Estadual da Condição Feminina, em 1981 e da primeira Delegacia da Mulher, em 1985 (BUITONI, 2009, p. 128); a Constituição de 1988, que em seu artigo 5º declarou que "'Homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações', completado pela mudança do artigo 226 §5º: 'Os direitos e deveres referentes à sociedade conjulgal são exercidos igualmente pelo homem e pela mulher'", fazendo com que, de acordo com Buitoni o sistema deixasse de ser patriarcal (2009, p. 128); e a implantação da Lei Maria da Penha, nº 11.340, de 7 de agosto de 2006, que criou mecanismos para "[...] coibir e prevenir a violência doméstica e familiar contra a mulher" (BRASIL, 2013a).

Mas as mulheres continuam se organizando para alcançar seus ideais. Ainda hoje (2013) podemos notar os movimentos feministas e/ou femininos[2] levantar pautas, como o que acontece com a 'Marcha das Vadias', que com lemas como "Meu Corpo, Minhas Regras" e "Nem Santa, Nem Puta: Mulher" defende o direito de a mulher vestir-se e portar-se da

[2] A autora optou por diferenciar movimento feminista e feminino, sendo que o primeiro termo remete à ideia de busca de direitos específicos às mulheres, como o aborto, e o segundo a qualquer movimento protagonizado por elas.

maneira como quiser sem que isso a rotule ou a vitime de violência, abrangendo uma série de pautas (MARCHADASVADIAS.ORG, 2013). Outras manifestações eclodem Brasil a fora, lutando a favor da descriminalização do aborto, tendo em vista que o aborto ilegal causa muitas mortes; revoltando-se contra a violência; exigindo mais igualdade, entre tantas outras reivindicações.

No âmbito da política, desde primeiro de janeiro de 2011, passamos a ouvir e ler frequentemente a palavra "presidenta" – que para uns soa como um erro, mas que o dicionário Houssais define como "mulher que exerce o cargo de presidente de uma instituição", "mulher que se elege à presidência de um país", "mulher que preside (sessão, assembleia, reunião etc.)" (HOUAISS, 2013)[3] – referindo-se a Dilma Vana Rousseff, a primeira mulher eleita ao cargo de Presidente da República Federativa do Brasil. As conquistas políticas das mulheres, bem como a situação atual da representação política feminina no país estão entre os temas do próximo tópico.

2.2 A mulher na política

De acordo com Mala Htun

> Na década de 90, houve avanços sem precedentes na liderança das mulheres na América Latina. Primeiro, houve um aumento extraordinário do número de mulheres em cargos eletivos. Segundo, onze países da América Latina aprovaram leis de cotas que estabelecem o número mínimo de mulheres candidatas às eleições nacionais. Terceiro, mulheres de diferentes partidos políticos e orientações ideológicas cada vez mais se unem em alianças políticas para pressionar por mudanças nas questões que afetam as mulheres. Quarto, o tema igualdade entre homens e mulheres foi ganhando espaço nas agendas políticas nacionais (2001, p. 225-226).

E se os anos 1990 trouxeram tantos avanços na liderança política latino-americana, o século XXI efetivou esses avanços, elegendo, pela primeira vez na região, mulheres ao cargo de presidente. Foram quatro presidentes mulheres eleitas até o presente momento (agosto de 2014): Michelle Bachelet, no Chile, com mandato de 2006 a 2010 e reeleita (dezembro de 2013) para um mandato de 2014 a 2017; Cristina Kirchner, na Argentina, duas vezes eleita,

[3] Como as duas grafias estão corretas, optou-se pelo uso da palavra "presidente", a fim de se evitar parcialidades.

com mandatos de 2007 a 2011 e de 2011 a 2015; Laura Chinchilla, na Costa Rica, com mandato de 2010 a 2014; e Dilma Rousseff, a atual presidente brasileira, que iniciou seu mandato em 2011 e é pré-candidata para as eleições de 2014.

Neste trecho nos valeremos de alguns estudos já feitos sobre a situação da mulher na política para apresentar um breve histórico sobre a participação política feminina no Brasil. Também vamos utilizar dados oficiais que evidenciam o quadro atual, retirados de sites do governo e do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Antes, consideramos importante, abordar alguns aspectos sobre democracia e participação política.

2.2.1 Democracia e participação política

Se nos pedissem para escolher uma parte do corpo humano que melhor representa a democracia na Antiguidade e a atual democracia brasileira, escolheríamos o dedo. Chegaríamos até a cometer a ousadia de aportuguesar a palavra, apelidando-a de "dedocracia". Isso porque quando na Grécia Antiga os cidadãos eram chamados a decidir sobre os assuntos políticos na assembleia, era o dedo que levantavam na hora de pedir a palavra. E embora os cidadãos brasileiros não decidam diretamente sobre os assuntos políticos institucionais, o dedo eles usam: para eleger sua candidata, ou candidato, por meio da urna eletrônica. É claro que o dedo não é fundamental, mas a analogia é valida para introduzir a ideia de que a democracia sempre esteve associada à tese de que as decisões, direta ou indiretamente, estariam nas mãos do povo, mesmo que ao longo da história tenham sido variadas as regras de sua instituição e funcionamento.

A palavra democracia encontra sua origem no grego, onde "*krátos*" consiste em *poder* e "*démos*" remete ao *povo*. O mesmo termo é definido nos dicionários basicamente como "*governo do povo*" (FERREIRA, 1993, p. 64), resguardando o sentido original.

Embora a definição da palavra não tenha sofrido mudanças, o significado, bem como a prática da democracia, é bastante diferente entre as sociedades antigas e as sociedades modernas. De acordo com Bobbio, "[...] no seu uso descritivo, por democracia os antigos entendiam a democracia direta, os modernos, a representativa" (2000, p. 371).

Assim, a democracia na Antiguidade se dava com a participação direta do povo nas decisões governativas, era o voto para decidir o que seria feito. Vale ressaltar, entretanto, que o termo "*demos"*, ou seja, o povo, correspondia entre os gregos à "*comunidade dos cidadãos*" (BOBBIO, 2000, p. 372), e não à "todo o mundo", aos muitos, à massa, mas sim àqueles considerados cidadãos e somente a eles.

“Portanto, a democracia antiga é o regime em que todos os cidadãos contam, na medida em que têm acesso à assembleia deliberativa. O problema é: quem é considerado cidadão, na cidade antiga?”, pergunta o estudioso da Grécia Antiga Luciano Canfora, no texto *O Cidadão*, referente ao período. E ele mesmo responde, se referindo a Atenas: “[...] os homens adultos, desde que filhos de pai e mãe atenienses, livres de nascença”, isso em uma primeira divisão, e aprofunda “[...] é cidadão, faz parte de pleno direito da comunidade, através da participação nas assembleias deliberativas, quem é capaz de exercer a principal função dos homens livres, isto é, a guerra” (1994, p. 108). Ou seja, na cidade grega de Atenas, a cidadania estava intimamente relacionada com a arte da guerra, modelo muito parecido com o de Esparta, outra grande cidade grega da Antiguidade.

Outro ponto que era fundamental para definir a cidadania na Grécia Antiga era o trabalho. Se hoje é considerado um fator de inclusão social, na Antiguidade o trabalho era visto como uma característica aos excluídos de cidadania, pois estava entrelaçado com a necessidade e a falta de liberdade, à escravidão. Os cidadãos, portanto, não trabalhavam e se dedicavam à política e à filosofia, enquanto os trabalhadores estavam à margem de qualquer participação na vida pública (FERREIRA JUNIOR, 2010, p. 20-21).

Já nas democracias modernas, representativas, o povo elege, por meio do voto, um representante para tomar as decisões, é o voto para escolher quem vai deliberar o que será feito. Embora a palavra “democrático” sugira ainda nos dias de hoje a ideia de poder do povo, este nas democracias modernas também não agrega “todo o mundo”, sendo que cada país define suas regras de participação. E é neste ponto que torna interessante estudar a inclusão política da mulher, já que ela só passa a ser considerada cidadã, neste contexto, a partir do momento que tem direito legítimo e oficial à participação política, entendendo aqui apenas o direito de votar e ser votada.

Mas esta participação política pode se dar de diferentes formas que vão desde uma simples conversa sobre candidatos a um cargo político à candidatura a tal cargo. Avelar (2001) adota a divisão da participação política em duas frentes: os canais numéricos e os canais corporativos do poder. “Os canais numéricos do poder são aqueles que dizem respeito ao sistema eleitoral. As formas de envolvimento dos indivíduos em organizações voluntárias, no associativismo de um modo geral, têm sido chamadas de canais corporativos do poder” (AVELAR, 2001, p. 47).

De acordo com esta divisão,

> As formas de participação relativas aos canais numéricos, ou aqueles ligados ao sistema eleitoral e partidário vão desde o simples ato de votar até o envolvimento com discussões políticas, trabalhos para candidatos em época de eleições, fazer parte de uma rede de relações políticas, contribuir com dinheiro para partidos e candidatos, ir a comícios, ocupar cargos públicos, candidatar-se a cargos eleitorais, e todas as atividades relacionadas às eleições e ao sistema de representação (AVELAR, 2001, p. 48-49).

Já os canais corporativos do poder abrigam outras instâncias do trabalho público, como os "[...] cargos nas várias áreas da política executiva nacional, estadual e local, nas agências de representação de interesse tais como as organizações, sindicatos, associações profissionais e no Poder Judiciário e no Ministério Público" (AVELAR, 2001, p. 95).

Embora os canais corporativos sejam de extrema importância para a democracia, neste trabalho o foco está nos canais numéricos, mais especificamente no que diz respeito às candidaturas femininas.

Neste ponto, é imprescindível ainda destacar que "[...] as formas de envolvimento político, de ativismo, de participação política são inúmeras e estão relacionadas com o próprio *status* do indivíduo na sociedade" (AVELAR, 2001, p. 47). Ou seja, cada indivíduo participará da política de acordo com o *status* social que lhe foi atribuído, o que implica dizer que a participação política da mulher muda conforme seu *status* social se modifica.

A efetiva participação política, social e econômica ainda funcionam como uma espécie de termômetro de uma democracia, já que a ideia de todos os cidadãos participarem na vida política está incutida na própria ideia de democracia, como afirma Avelar (2004, p. 234):

> Só resulta em democratização quando a participação se materializa em políticas para efetiva extensão de direitos e que a cada nova classe de direitos alcançados corresponda à efetiva integração de cada membro com igual valor na coletividade política.

E embora a participação feminina na política tenha crescido bastante nos últimos anos, ainda está longe de uma situação igualitária com os homens, como veremos adiante, ao acompanhar a trajetória das mulheres brasileiras do direito ao voto à chegada da primeira mulher na presidência do país.

2.2.2 A questão do voto e a forma de governo

Apesar de no Brasil a Democracia estar se consolidando apenas após a reabertura política pós ditadura militar (1964-1985) e a promulgação da nova Constituição (1988), a

criação de mecanismos de abertura para participação da população nas eleições teve início ainda no período colonial (1532-1822), pois em 1821 o Brasil teve sua primeira legislação eleitoral, que permitiu a população adulta e livre o direito de votar – o que não incluía a maioria.

Durante o Império outras leis eleitorais foram instituídas, sendo a primeira delas, em 1824, responsável pela diminuição do contingente de pessoas aptas a exercer o voto, uma vez que tinha como um dos critérios de participação a questão econômica e aumentou para 25 anos a idade mínima aceitável aos eleitores, contradizendo a da Lei de 1822 que instituía como idade mínima para votar 20 anos.

A partir da República Velha (1889-1930) pode-se falar em uma aceleração da abertura ao sufrágio no Brasil. No Decreto nº 6, de 19/11/1889, o critério econômico deixou de ser uma limitação para a participação eleitoral e a idade mínima para exercer esse direito passou a ser 21 anos. Porém, as mulheres e os analfabetos ainda estavam à margem do processo democrático.

Nos primeiros anos do período getulista[4] (1930-1945) a abertura foi ainda maior, sendo então validado o primeiro código eleitoral do país. Nesta época ainda foi institucionalizado o sufrágio feminino e o voto secreto. Porém, a democracia regrediu no país com o golpe de 1937, dado por Vargas para permanecer no poder. Começava então o período que ficou conhecido como Estado Novo, que só se encerraria em 1945.

Outras leis foram instituídas e derrubadas, mas as mudanças mais significativas na participação política ocorreram em 1955, quando os candidatos não mais podiam fornecer a cédula de votação para seus eleitores, diminuindo o poder de influência do candidato sob quem o elegia, coibindo a prática conhecida como “voto de cabresto”.

Entre 1964 e 1985 uma ditadura militar foi instaurada, o que não permitiu avanços no sistema eleitoral brasileiro, representando um retrocesso, uma vez que os direitos políticos foram dissolvidos.

Já em 1988 com a nova Constituição – que faculta, entre outras coisas, o voto dos analfabetos e dos jovens entre 16 e 18 anos de idade, bem como o dos idosos, acima de 70 anos, tornando opcional o voto nessas situações – o Brasil tem sua democracia fortalecida (HIRANO, 1999, p. 107-122).

---

[4] Também conhecido como Estado Novo, compreende o período de 10 de novembro de 1937 a 29 de outubro de 1945 e é caracterizado pela centralização do poder, nacionalismo, anticomunismo pelo autoritarismo do então presidente Getúlio Vargas, que o instituiu.

No que diz respeito à forma de escolher seus representantes, no Brasil é adotado um regime político Presidencialista, que consiste na divisão dos Três Poderes, sendo o Executivo, o Legislativo e o Judiciário. Os cidadãos podem votar para escolher seus representantes nos cargos do Executivo e do Legislativo.

No Poder Executivo estão os cargos de Prefeito Municipal, Governador Estadual e Distrital, e Presidente da República. No Legislativo o poder é exercido pelo Congresso Nacional, composto de Senadores e Deputados Federais, pelas Assembleias Legislativas, compostas pelos Deputados Estaduais, pela Câmara Legislativa, composta pelos deputados Distritais, e pelas Câmaras de Vereadores, compostas pelos Vereadores (BRASIL, 2013b).

O sistema eleitoral brasileiro define, no Artigo 83 do Código Eleitoral, que "[...] na eleição direta para o Senado Federal, para Prefeito e Vice-Prefeito, adotar-se-á o princípio majoritário" (BRASIL, 2013c). Já, no Artigo 84, "[...] a eleição para a Câmara dos Deputados, Assembléias Legislativas e Câmaras Municipais, obedecerá ao princípio da representação proporcional" (BRASIL, 2013c). O princípio majoritário refere-se à eleição dos candidatos "[...] que obtiverem a maioria dos votos na competição eleitoral", já o princípio da representação proporcional, define que "[...] o partido que obtiver o maior número de votos também será aquele que terá o maior número de representantes" (AVELAR, 2001, p. 49).

2.2.3 Visão geral da participação política feminina brasileira

"Meus queridos brasileiros e brasileiras. Pela decisão soberana, do povo, hoje será a primeira vez que a faixa presidencial cingirá o ombro de uma mulher", foram as primeiras palavras de Dilma Vana Rousseff em seu discurso de posse presidencial, em 1º de janeiro de 2011, no Congresso Nacional. A presidente ainda declarou que para assumir o cargo teria consigo "a força e o exemplo da mulher brasileira". Mais adiante, afirmou: "Venho para abrir portas para que muitas mulheres também possam no futuro ser presidentas. E para que no dia de hoje todas as mulheres brasileiras sintam orgulho e alegria de ser mulher". E ainda nos minutos iniciais do discurso, declarou: "Meu compromisso supremo é honrar as mulheres, proteger os mais frágeis e governar para todos" (BRASIL, 2013d).

No decorrer do discurso de posse, Dilma Rousseff falou sobre seu compromisso, os desafios, o estado atual da política e da economia do país, os planos e sobre sua trajetória política, entre outros assuntos. Mas de suas primeiras palavras podemos destacar o ineditismo de uma mulher ser eleita a presidente no país. Porém, será que o fato de termos uma mulher na presidência reflete a realidade da participação política feminina no Brasil?

Um ranking feito com 146 países pela União Interparlamentar (IPU, sigla em inglês para Inter-Parliamentary Union), em 2011, pode nos ajudar a responder esta pergunta, pois mostra que Dilma Rousseff faz parte de uma minoria feminina a ocupar um cargo político no Brasil:

> Embora sejam inegáveis a força e a importância das mulheres no cenário socioeconômico e cultural brasileiro, o país ocupa uma posição vergonhosa no ranking mundial relativo à participação de mulheres no Parlamento, figurando em 109º lugar, com menos de 9% de presença feminina (UNIÃO INTERPARLAMENTAR, 2011), muito atrás de países como Costa Rica e Argentina, que estão em 11º e 12º lugares, respectivamente (SANEMATSU; MELO, 2012, p. 484).

Em abril de 2013, os dados da IPU colocam o Brasil na 123ª posição do ranking, com 8,6% de mulheres no poder. Enquanto Ruanda, o primeiro colocado, conta com 56,3% de participação feminina nos cargos políticos (IPU.ORG, 2013).

Durante audiência pública da Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa (CDH) realizada em 21 de maio de 2013 em Brasília, a fala dos autores de um livro sobre a participação da mulher nas eleições de 2010 revelou que o país está em último lugar no que diz respeito à participação política feminina. “O Brasil tem menos de 10% de mulheres na política, perdendo até para o Iraque e o Afeganistão. Para dividir paritariamente [os cargos políticos] com os homens, as mulheres vão levar quase 150 anos, já que o ritmo de crescimento é de 1% a cada eleição”, observou José Eustáquio Diniz (BRASIL, 2013e).

Aos defensores de uma maior participação da mulher na política, os números são desanimadores: das 15.102 candidaturas ao cargo de prefeito nas eleições de 2012, apenas 2.022 foram protagonizadas por mulheres, ficando os homens com 13.080 vagas. Destas, 665 mulheres foram eleitas a prefeitas em seus municípios; já o número de homens eleitos foi de 4.994, o que representa pouco mais de 88% das 5.609 prefeituras do país comandadas por homens (Tabela 1). Ainda nas eleições de 2012, 134.008 mulheres se candidataram a vereadoras, sendo 7.639 eleitas; o número de homens que se candidataram ao mesmo cargo foi de 286.088, com 49.698 eleitos (Tabela 1) (TSE.JUS.BR, 2013).

Nas eleições de 2010, quando a presidente Dilma Rousseff foi eleita, eram sete homens e duas mulheres disputando a presidência. Dos 27 estados da federação, 13 não tiveram nenhuma mulher candidata ao cargo de governador naquele ano; das 16 candidatas, duas assumiram o cargo, sendo os outros 25 estados governados por homens (Tabela 1) (TSE.JUS.BR, 2013).

Tabela 1 – Número e porcentagem de candidatos e eleitos por sexo no Brasil

	Presidência (Eleições 2010)		**Governos Estaduais (Eleições 2010)**		**Prefeituras (Eleições 2012)**		**Vereadores (Eleições 2012)**
♀ **Candidatas**	02	22,22%	16	10,74%	2.022	13,39%	134.008
♂ **Candidatos**	07	77,77%	133	89,26%	13.080	89,26%	286.088
♀ **Eleita(s)**	01	100%	02	7,40%	655	11,60%	7.639
♂ **Eleito(s)**	00	0%	25	92,60%	4.994	88,40%	49.698

Fonte: TSE.JUS.BR, 2013, adaptado pela autora.

Podemos notar, nas eleições descritas, que a participação feminina nas candidaturas não chegou a 25% em nenhum dos cargos, e esse percentual foi muito menor quando levamos em conta as candidatas eleitas, exceto para o cargo de presidente.

Dos 81 senadores que compõem o Senado Federal em 2013, 11 são mulheres (SENADO.GOV.BR, 2013). Já na Câmara, dos 513 deputados, 47 são mulheres (CAMARA.LEG.BR, 2013). Ou seja, dos 594 parlamentares do Congresso Nacional, apenas 58 são mulheres, o que equivale a cerca de 10% do total, como mostra a tabela abaixo.

Tabela 2 – Composição da Câmara e do Senado em 2013 por sexo no Brasil

	Câmara		**Senado**	
Mulheres	47	9,16%	11	13,58%
Homens	466	90,84%	70	86,42
Total	513		81	

Fontes: SENADO.GOV.BR, 2013; CAMARA.LEG.BR, 2013, adaptado pela autora.

Embora a participação política feminina, no âmbito de candidaturas e candidatas eleitas, seja muito menor em relação à masculina, os números apontam crescimento, como mostram os dados a seguir.

A análise do Centro Feminista de Estudos e Assessoria (Cfemea) em relação às eleições de 2000, 2004 e 2008 para prefeitos e vereadores, revela que:

> Em 2000, as mulheres candidatas à vereadora somaram 70.321, sendo eleitas 7.001, o que representa 9,95% das candidatas. Nesse mesmo ano, as mulheres candidatas à prefeita somaram 1.139, sendo eleitas 317, o que representa 27,83%.Nas eleições de 2004, as mulheres candidatas a vereadora

> somaram 76.762, sendo eleitas 6.555, o que representa 8,53% das candidatas. Nas eleições para prefeita, as mulheres candidatas somaram 1.494, sendo eleitas 407, representando 27,24%.
> Finalmente, nessas eleições de 2008, as mulheres candidatas a vereadora somaram 69.341, sendo eleitas 6.512, o que representa 9,39% das candidatas. Nas eleições para prefeita, as mulheres candidatas somaram 1.641, sendo eleitas 505, representando 30,77% (CFEMEA.ORG.BR, 2013).

Nas três eleições observadas pelo Cfema, houve um aumento nas candidaturas e vitórias femininas no cargo de prefeita, mas uma diminuição nos cargos de vereadora. Porém, se compararmos estes números com os das eleições de 2012, veremos que mais mulheres se candidataram e se elegeram para ambos os cargos.

Sobre o crescimento nas prefeituras e diminuição nas câmaras de vereadores, a análise do Cfemea (2013), diz:

> Esse fenômeno de ampliação das posições femininas como prefeitas e diminuição das mesmas como vereadoras aponta para um problema de aplicação e para a falta de eficácia das cotas de 30% para as mulheres nas listas de candidaturas. O sistema de cotas parece possuir, portanto, um caráter mais simbólico do que efetivo e influencia indiretamente a disputa pelo cargo de prefeito/a e estimula o debate acerca da necessidade de ampliação da participação política das mulheres para o aprofundamento da democracia.

Vejamos mais alguns dados sobre o número de mulheres eleitas nos cargos executivos, cujo o voto se dá pelo princípio majoritário, nas últimas eleições no país:

Tabela 3 – Número de mulheres eleitas a prefeitas de 1976 a 2012 no Brasil

1976	**1982**	**1986**	**1988**	**1992**	**1996**	**2000**	**2004**	**2008**	**2012**
58	83	107	171	317	---[5]	317	407	505	655

Fontes: Dados obtidos em Avelar (2001, p. 68); CFEMEA.ORG.BR (2013); TSE.JUS.BR, (2013), adaptados pela autora.

Tabela 4 – Número de mulheres eleitas a governadoras de 1994 a 2010[6]

1994	**1998**	**2002**	**2006**	**2010**
01	01	02	03	02

Fonte: Dados obtidos em TSE.JUS.BR (2013) e adaptados pela autora.

[5] Não conseguimos localizar os dados das eleições municipais de 1996 categorizados por gênero.

[6] Usaremos os dados apenas das últimas cinco eleições porque antes de 1994 as eleições estaduais não obedeciam, necessariamente, o mesmo calendário em todo o país, e foi a partir de 1994 que ela passou a se fazer junto com as eleições presidenciais e ao mesmo tempo para o país todo.

Apesar do crescimento observado, as mulheres ainda são minoria nas candidaturas e nos cargos políticos brasileiros. É válido ressaltar que o Brasil tem hoje 5570 municípios e 27 unidades federativas, sendo os 26 estados e o distrito federal. Assim, nas últimas eleições, as mulheres assumiram apenas cerca de 12% das prefeituras e 7,4% dos governos estaduais e distrital.

No que diz respeito à Presidência da República, 2010 foi a primeira vez que uma mulher ganhou as eleições para este posto no Brasil. A primeira candidatura para este cargo aconteceu em 1998, quando Thereza Ruiz, candidata do PTN (Partido Trabalhista Nacional), concorreu com outros onze candidatos (GROSSI; MIGUEL, 2001, p. 170).

Por outro lado, o contingente do eleitorado é bem semelhante entre homens e mulheres, sendo que elas são a maioria: 51,9% dos eleitores que estavam no Brasil e 60,6% dos que se encontravam no exterior em 2012 eram mulheres (TSE.JUS.BR, 2013). E apesar de, proporcionalmente, ainda serem poucas as mulheres no poder de um país com um eleitorado majoritariamente feminino, até pouco tempo atrás elas não podiam sequer votar, tampouco se candidatar ou assumir democraticamente um cargo político. No tópico a seguir, veremos um resumo da trajetória feminina na luta pelos direitos democráticos: da conquista do voto às pioneiras nos cargos políticos brasileiros.

2.2.4 Trajetória política da mulher brasileira

Falar sobre a trajetória política das mulheres brasileiras é tratar de conquistas de direitos, de espaço para atuação. É também abordar as mudanças ocorridas na sociedade que fizeram com que a mulher deixasse de ter apenas o lar como palco de atuação e passasse a estar presente também nas escolas e universidades, no mercado de trabalho, nos mais variados tipos de associações e sindicatos, nos órgãos políticos em geral, enfim, em todas as instâncias sociais. É falar sobre luta, democracia, opressão, estereótipos, preconceitos, vitórias etc... Nosso trabalho não tem como objetivo detalhar toda esta trajetória, mas neste trecho faremos um breve resgate histórico sobre a participação política feminina no Brasil.

De acordo com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE),

> A luta por esta conquista [de a mulher votar e ser votada] durou mais de 100 anos, pois o marco inicial das discussões parlamentares em torno do tema começou nos debates que antecederam a Constituição de 1824, a qual não trazia qualquer impedimento ao exercício dos direitos políticos por

> mulheres, mas, por outro lado, também não era explícita quanto à possibilidade desse exercício (TSE.JUS.BR, 2013).

Apesar de longa, a luta das mulheres brasileiras não era isolada e ganhou mais força a partir da década de 1920. As mulheres brasileiras acompanhavam as tendências da Europa e dos Estados Unidos, onde se multiplicavam associações voluntárias com expressiva presença feminina. Porém, a estrutura da sociedade patriarcal, na qual a mulher era hierarquicamente inferior ao homem, coibia as manifestações no Brasil (AVELAR, 2001, p. 18).

Como afirma Avelar, "[...] no início da década de 1920, as líderes do nascente movimento das *sufragettes*[7] mantinham ligações com as líderes do movimento internacional" (2001, p. 18). Ainda de acordo com a autora, a Semana da Arte Moderna, de 1922, marcou um clima de mudança cultural mais favorável às pretensões femininas, porém, apenas para mulheres ricas e intelectuais. Com isso, a luta pela inclusão das mulheres na política não significava uma mudança radical na política da época:

> No geral, os movimentos urbanos dos anos 1920 e 1930 deixavam claro que as conquistas femininas não implicariam alterar a estrutura da sociedade e da família. Frutos da ação de mulheres de classe alta, os movimentos reiteravam a política conservadora da época (AVELAR, 2001, p. 19).

Os próprios jornais e revistas da época– assunto que será tratado mais detalhadamente adiante – colaboravam para que as mulheres não aderissem ao "feminismo radical" presente em outros países, e reiteravam que o lugar da mulher era no lar, e não a arena política (AVELAR, 2001; BUITONI, 2009).

Em 1922 foi fundada a *Federação Brasileira para o Progresso Feminino*, que, filiada à *International Woman Suffrage Alliance*[8], impulsionaria o movimento pela conquista do voto feminino (AVELAR, 2001, p. 19).

Porém, antes mesmo de a mulher conquistar seu direito ao voto, foi eleita no Brasil a primeira prefeita, Alzira Soriano, na cidade de Lajes, Rio Grande do Norte (RN), em 1928. Esta eleição só foi possível com a aprovação da Lei nº 660, de 25 de outubro de 1927, sancionada pelo então governador do RN, José Augusto Bezerra de Medeiros que permitia o direito de a mulher votar e se eleger naquele estado – o que não era inconstitucional naquela época. Desta forma, Rio Grande do Norte foi o primeiro estado brasileiro a permitir o voto e a

---

[7] Grosso modo, as *sufragettes* eram as mulheres que militavam pelo direito feminino ao voto.

[8] Fundada nos EUA em 1902, é uma organização internacional pelos direitos das mulheres que atua em diversos países.

eleição feminina e Alzira a primeira prefeita da América Latina. Porém, a Comissão de Poderes do Senado anulou todos os votos femininos e interrompeu o mandato da prefeita, alegando a necessidade de uma lei especial a respeito (TSE.JUS.BR, 2013; AVELAR, 2001).

O direito da mulher ao voto em nível nacional se formalizou por meio do Decreto nº 21.076, de 24 de fevereiro de 1932, do então Presidente da República Getúlio Vargas, em resposta ao Código Eleitoral de 1932, que em seu artigo 2º afirmava: "É eleitor o cidadão maior de 21 anos, sem distinção de sexo, alistado na forma deste Código". Mas, somente dois anos depois, em 1934, com a inauguração de um novo Estado Democrático de Direito, por meio da segunda Constituição da República, esses direitos políticos conferidos às mulheres foram assentados em bases constitucionais. No entanto, a nova Constituição restringiu a votação feminina às mulheres que exerciam função pública remunerada (TSE.JUS.BR, 2013). Ainda assim, apenas em 1946 as mulheres votariam efetivamente, já que durante o período que ficou conhecido como a ditadura de Getúlio Vargas, esse direito foi diluído, bem como as liberdades constitucionais suspensas (AVELAR, 2001, p. 20). O artigo 131 da Constituição de 1946 assegurava à mulher, bem como a qualquer outro cidadão maior de 18 anos, este direito: "São eleitores os brasileiros maiores de 18 anos que se alistarem na forma da lei" (TSE.JUS.BR, 2013), garantindo definitivamente o sufrágio feminino.

Já a primeira mulher eleita a governadora de um estado brasileiro foi Roseana Sarney, em 1994, no Maranhão – aqui vale observar o intervalo de 66 anos entre a primeira prefeita e a primeira governadora eleita, bem como o sobrenome Sarney, importante no contexto que elegeu Roseana como governante. E a primeira mulher eleita a presidente, foi Dilma Rousseff, em 2010.

Outra conquista feminina no âmbito da política foi a adoção de cotas para a candidatura de mulheres nos partidos políticos. Esta medida é uma ação afirmativa que busca criar condições para o estabelecimento de um maior equilíbrio entre homens e mulheres no plano da representação política. "Num primeiro momento, são medidas compensatórias que possibilitam que mais mulheres ocupem espaços. Num segundo, são medidas distributivas que buscam assegurar a igualdade entre homens e mulheres", avaliam Grossi e Miguel (2001, p. 169).

Criada em 1995, a Lei nº 9.100, determinou que, no mínimo, 20% das vagas de cada partido fossem destinadas a candidatas mulheres nas eleições municipais de 1996. Em 1997, com a Lei nº 9.504, esse percentual mínimo aumentou para 25% para as eleições de 1998, incluindo mais cargos eleitos por voto proporcional (Câmara dos Deputados, Assembleias Legislativas Estaduais e Câmara Distrital), e 30% para as eleições posteriores (AVELAR,

2001, p. 80; GROSSI; MIGUEL, 2001, p. 169; TSE.JUS.BR, 2013). Foi ainda estabelecido que cada partido tenha uma cota mínima de 30% e máxima de 70% para cada um dos sexos (GROSSI; MIGUEL, 2001, p. 169).

Porém, nem sempre as cotas são bem avaliadas. Como afirma Htun (2001, p. 227), em um texto que analisa a eficiência da adoção de cotas em onze países latino-americanos, "[...] a natureza do sistema eleitoral de cada país afeta significativamente o sucesso das políticas de cotas". E a mesma autora avalia:

> O ponto central da questão é que onze países aprovaram leis estabelecendo cotas. Entretanto, a presença feminina nos parlamentos alcançou o nível das cotas em apenas dois deles: na Argentina, em sua Câmara de Deputados, e no Paraguai, no seu Senado. Este fato mostra que a maioria das instituições eleitorais prejudica a eficácia da lei de cotas e muitos partidos políticos da região não estão comprometidos com ela (HTUN, 2001, p. 229).

No Brasil, Htun afirma que as cotas são prejudicadas, por:

> Em primeiro lugar, a lista aberta gera uma competição no interior do partido. Em segundo lugar, a cota no Brasil não é obrigatória. Ou seja, a lei diz que os partidos têm que reservar 30% das vagas para as candidaturas femininas, mas os partidos não têm de preencher essas vagas com mulheres. Quer dizer, o partido pode sair com uma lista com menos candidatos e sem nada de mulheres (2001, p. 230).

Sobre lista aberta e fechada, cabe dizer que num sistema partidário de lista aberta, como no Brasil, "[...] os eleitores escolhem os seus candidatos votando nestes e não nos partidos" (HTUN, 2001, p. 227); já num sistema fechado "[...] os eleitores votam nos partidos e não nos candidatos", e nele "[...] cada partido controla o posicionamento dos seus candidatos. A quantidade de votos recebida por partido determina quantos candidatos da lista serão eleitos" (HTUN, 2001, p. 227). Desta forma, no sistema aberto os candidatos de um mesmo partido concorrem entre si, enquanto no sistema fechado, quanto mais votos o partido obtiver, melhor para todos os candidatos, porém, é preciso que as mulheres estejam bem posicionadas nas listas fechadas para que possam ser eleitas, o que pode não acontecer.

Outra crítica feita às cotas é a de que junto com elas "[...] os parlamentares aprovaram um aumento no número total de candidaturas que os partidos poderiam apresentar nos pleitos eleitorais, o que, na prática, resultou em uma diminuição do impacto da medida aprovada" (GROSSI; MIGUEL, 2001, p. 169).

A Lei das cotas foi impulsionada por uma série de ações, como a Campanha Nacional *Mulher sem Medo do Poder* (1996), que sucedeu a *IV Conferência Mundial sobre a Mulher* (ONU, 1995) em Beijing, na China. Esta Conferência tornou-se um marco na luta das mulheres pelos direitos políticos e de cidadania. De acordo com Rocha (2012, p. 15):

> A Plataforma de Ação da Conferência, em um de seus objetivos estratégicos afirma ser necessário "Adotar medidas para garantir às mulheres igualdade de acesso às estruturas de poder e ao processo de decisão e sua participação em ambos". E que os governos devem adotar: "medidas, inclusive quando apropriado, nos sistemas eleitorais, para estimular os partidos políticos a incorporarem as mulheres a postos públicos eletivos e não eletivos, na mesma proporção e nas mesmas categorias que os homens" e devem também "examinar o impacto dos sistemas eleitorais sobre a representação política das mulheres nos organismos eletivos e considerar, quando procedente, a possibilidade de ajustar ou reformar esses sistemas".

Após a Conferência, vários outros espaços foram criados ou reforçados no Brasil e no mundo para discutir a situação da mulher, como os três abaixo.

O *Seminário Mulheres na Política – Mulheres no Poder*, organizado pelo Centro Feminista de Estudos e Assessoria (Cfemea), pela Bancada Feminina no Congresso e pelo Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM), em maio de 2000, é um dos exemplos. Nele, as principais temáticas propostas foram: "[...] a participação política das mulheres, a validade das cotas e a questão do poder" (GROSSI; MIGUEL, 2001, p. 170).

Já em agosto de 2007, a *II Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres*, que aprovou o *II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres*, incluindo o eixo *Participação das Mulheres nos Espaços de Poder e Decisão*, cujo objetivo foi o de "promover e fortalecer a participação igualitária, plural e multirracial das mulheres nos espaços de poder e decisão" (ROCHA, 2012, p. 6), tendo como uma das metas revisar a lei de cotas eleitorais.

Em 2009 houve a chamada "minirreforma eleitoral" (Lei 12.034/2009), com a qual os partidos passaram a destinar 5% do Fundo Partidário para a formação política das mulheres e 10% do programa do partido deve ser destinado às mulheres. Outro ganho significativo na lei foi a mudança no texto: de "deverá reservar" para "preencherá o mínimo de 30% e o máximo de 70% para candidaturas de cada sexo" (ROCHA, 2012, p. 16).

Aqui é válido observar que a lei das cotas, apesar de representar um avanço para a inserção da mulher na política, é uma espécie de espelho da realidade deste cenário, uma vez que não estabelece um percertual igual para homens e mulheres nas candidaturas, mesmo elas sendo a maioria do eleitorado e da nação.

Todas essas conquistas contribuíram para melhorar a representação política feminina no Brasil, mas a mulher continua numa condição de sub-representação quando nos deparamos com a realidade, como observou Rocha (2012, p. 15):

> As mulheres representam 51% da população brasileira; tem um nível de escolaridade superior ao dos homens e já se observa uma queda no índice de analfabetismo; estão próximo de alcançar os 50% da população economicamente ativa, mas ainda recebem 70% do salário dos homens. Elas chefiam 1/3 das famílias brasileiras e a média de filhos é de 1,8. Apesar da Lei Maria da Penha, o nível de violência é inaceitável. Após 78 anos da conquista do voto, as mulheres, no momento atual, representam a maioria do colégio eleitoral brasileiro.

Entre os fatores que dificultam uma maior participação feminina nas instâncias do poder, Grossi e Miguel citam a ideia de que o espaço de atuação da mulher é o lar e não a política; a conciliação da vida doméstica e política; e a falta de apoio financeiro nas candidaturas (2001, p. 177-181).

De acordo com a Rocha, é preciso "[...] reverter este quadro da sub-representação, pois não é admissível a construção da verdadeira democracia sem a participação efetiva das mulheres nas esferas do poder" (2012, p. 15).

As declarações de Avelar (2001, p. 9) estão de acordo com as observações de Rocha. Segundo a primeira, "[...] a sub-representação social e política das mulheres são faces de uma mesma moeda. As mulheres têm status social mais baixo do que os homens, em decorrência de seu mais baixo status ocupacional". A autora ainda afirma que "[...] a sub-representação das mulheres na política é a mesma da de outros grupos em condição de desigualdade nas condições de vida e na estrutura das oportunidades" (AVELAR, 2001, p. 30).

Por outro lado, autores apontam que características tidas como femininas têm sido valorizadas positivamente, como a sensibilidade. "Parece haver unanimidade na afirmação de que as mulheres são mais 'sensíveis' ao social" (GROSSI; MIGUEL, 2001, p. 193), sendo, portanto, diferente o jeito de fazer política da mulher em relação à política feita pelo homem. É atribuído também à mulher, muitas vezes, um valor ético, que a elas seria intrínseco: "Nesse entendimento, uma maior presença das mulheres nos espaços de poder resolveria, por si só, uma equação que associa poder = homem = corrupção" (GROSSI; MIGUEL, 2001, p. 178).

No tópico a seguir, veremos como essas características tidas como femininas e a atuação política da mulher tem sido representada na mídia brasileira.

2.3 A mulher na mídia

Entendendo a mídia como um espaço onde são criadas formas de sociabilidade, faremos um resgate histórico de como a mulher foi representada por uma mídia criada para ela, a imprensa feminina[9]. Abrangendo, assim, ao mesmo tempo, como a mulher foi representada em uma mídia à ela dedicada e como esta mulher consumidora de mídia foi incentivada por sua leitura a se enxergar e a se comportar.

A pesquisadora Dulcília Buitoni, na segunda edição de seu livro *Mulher de Papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira* (2009) faz uma análise das publicações femininas brasileiras dos séculos XIX e XX na busca das representações feitas pela mídia das mulheres brasileiras.

De acordo com a autora "[...] a relação entre a imprensa feminina e a mulher implica questões mais abrangentes, como o papel social da mulher ou sua participação política. E aí entra a ideologia" (2009, p. 21). Ou seja, essas publicações dirigidas à mulher podem influenciar também seu modo de se enxergar e se posicionar na sociedade, mas essas mesmas publicações são carregadas de ideologia.

Assim, a história da imprensa feminina se desenvolve em dois planos, sendo o primeiro o dos "deveres", no qual se encaixam publicações sobre estilos, modas e convenções, as quais "ajudavam as mulheres a viver da maneira que os homens queriam que elas vivessem" (SULLEROT, 1963, p. 7-9, apud BUITONI, 2009, p. 187); e o segundo plano é o dos "direitos", no qual estão periódicos que abordam "a condição feminina", sendo denominados de "feministas" por Sullerot (BUITONI, 2009, p. 187).

Sullelot fez um longo estudo sobre a imprensa feminina francesa, descobrindo que o perfil de leitora visada pelas publicações mudou ao longo dos anos. De acordo com ela, "existem três fases na imprensa feminina francesa que passou sucessivamente pela dama, pela mulher e pela dona de casa consumidora" (SULLEROT, 1963, p. 15, apud BUITONI, 2009, p. 187-188). Cronologicamente, o século XVIII foi o das "damas", o XIX da "mulher" e a partir do século XX, a mulher se transformaria em "dona de casa consumidora" (BUITONI, 2009, p 188-189).

---

[9] Sabemos que outras formas de imprensa também contribuem para uma representação frívola e submissa da mulher, como as revistas masculinas, e até mesmo a mídia tradicional, rádio, TV e impressos, e a internet (des)contribuem para esta representação. Porém, optamos por trabalhar com a imprensa feminina por ela não apenas representar a mulher, mas também por tê-las como público, incentivando-a em sua forma de se entender e de atuar na sociedade.

No Brasil, a imprensa feminina também passou da "[...] senhora à mulher e depois à consumidora", conforme afirma BUITONI (2009, p.189), porém com uma ordem cronológica diferente, uma vez que "[...] não tivemos imprensa feminina (ou qualquer outra imprensa) no século XVIII. A imprensa feminina no Brasil começou por volta de 1820, com publicações de moda e literatura [...]" (BUITONI, 2009, p. 189).

Ainda sobre o tratamento dispensado às leitoras pelas revistas femininas, Buitoni afirma: "Vós, tu, você: o texto na imprensa feminina sempre vai procurar dirigir-se à leitora como se estivesse conversando com ela, servindo-se de uma intimidade de amiga" (2009, p. 191). Porém, pondera que "[...] esse jeito coloquial, que elimina a distância, que faz as ideias parecerem simples, cotidianas, frutos do bom senso, ajuda a passar conceitos, cristalizar opiniões, tudo de um modo tão natural que praticamente não há defesa", uma vez que "[...] a razão não se arma para uma conversa de amiga" (2009, p. 191). Ou seja, tratando a leitora como amiga, as publicações femininas incutem sua ideologia de forma sorrateira.

Historicamente, a imprensa feminina surge no Brasil junto com a chegada da corte portuguesa ao Rio de Janeiro, que se tornava uma capital em contato com o mundo, em detrimento de seu caráter provinciano. Isso passou a "[...] influir na vida da mulher do Rio de Janeiro, exigindo-lhe mais participação" (BUITONI, 2009, p. 31). Buitoni relaciona a instalação da corte na capital carioca com a importância que a moda assumiu para a mulher e a criação de um mercado consumidor de uma mídia que trataria de moda:

> Dentro deste contexto, a moda assumiu grande importância para a mulher que morava nas cidades, ainda mais se fosse na corte. As tendências europeias eram copiadas e aí entra o fator imprensa, primeiro com a importação de figurinos vindos de fora e depois com a publicação, aqui, de jornais e revistas que reproduziam gravuras de moda. A necessidade estava criada; havia, portanto, um mercado. Foi por isso que as primeiras publicações dirigidas à mulher, no Brasil, traziam moda. Jornalismo feminino, nessa época, significava basicamente moda e literatura (BUITONI, 2009, p. 31-32).

Outras características marcantes da imprensa feminina observadas por Buitoni são: "[...] os assuntos (ou editorias) predominantes e o desprezo pela atualidade" (2009, p. 24). A autora argumenta que ambas acentuam "[...] o seu [da mulher] desligamento com o mundo real" (2009, p. 25), já que os assuntos permeiam por temas como culinária, moda, beleza, literatura, comportamento e que se distanciam dos fatos cotidianos.

Após pesquisar dezenas de títulos publicados no país no século XIX, e escolher dentro destes periódicos alguns textos para analisar, a autora considera que houve duas formas de

representação da mulher predominantes na mídia brasileira naquele período: "[...] a tradicional, que não permite liberdade de ação fora do lar e que engrandece as virtudes domésticas e as qualidades 'femininas'; e a progressista, que defende os direitos das mulheres, dando ênfase à educação" (BUITONI, 2009, p. 47).

Buitoni considera que "[...] na imprensa feminina, a mulher está, metafórica e metonimicamente, ligada aos seus papeis sociais básicos: dona de casa, esposa, mãe, principalmente até os anos 1970" (2009, p. 200). A partir dos anos 1960, afirma a autora "[...] aparecia uma tendência que privilegiava a consumidora. E mais do que mãe ou esposa, o status de namorada foi se fortalecendo" (BUITONI, 2009, p. 200). Assim, a autora dividiu o século XX por décadas[10] e em cada uma delas atribuiu uma frase que sintetiza a representação da mulher no período.

Assim, a mulher do ano 1900 aparecia como o que havia de melhor na natureza, dotada de características aplicáveis a todas as mulheres de todas as épocas e lugares; a de 1950 era esperta o bastante para não cansar seu namorado; e a de 1990 era sexy o suficiente para sugerir o uso da camisinha (BUITONI, 2009).

Diante de todas essas representações da mulher, que foi de o ser mais belo e puro do mundo à pessoa sexy que sugere o uso da camisinha, Buitoni conclui que a imprensa feminina não mudou muito ao longo do tempo no que diz respeito à representação feminina, sendo a mulher, representada pelos papeis que é colocada a cumprir na sociedade:

> De papel em papel a imprensa feminina colabora para a mitificação e a mistificação do ser feminino, ajudando a manter padrões. [...] Dos papeis usados para impressão aos papeis atribuídos à mulher, chega-se ao papel da imprensa feminina – diluir os conflitos sociais. [...] Rasgar o papel e descobrir a pessoa: veremos um dia? (2009, p. 212).

Por outro lado temos as publicações feministas, que, engajadas nos temas e lutas das mulheres, fazem contraponto às revistas femininas comerciais. Sobre essas publicações, Elizabeth Cardoso (2004), que pesquisou sobre a imprensa feminista pós-1974, considera que esta esteve muito relacionada à imprensa alternativa, da década de 70, mas que continuou a existir nos anos 1980, 1990 e início dos anos 2000 (anos de abrangência de sua pesquisa), mesmo com o enfraquecimento do jornalismo alternativo. Prova disso foram os 75 títulos de periódicos feministas que a autora encontrou ao realizar sua pesquisa (2004, p. 37). Diante deste *corpus*, a autora considerou que as revistas feministas podem ser classificadas em dois

[10] Fizemos um quadro resumindo as representações encontradas por Buitoni e o colocamos no Apêndice A.

grupos: a primeira geração, voltada às questões de classe e a segunda geração, voltada às questões de gênero.

> Em linhas gerais, porém, foi possível traçar características das publicações da primeira geração e características das publicações da segunda geração. Nota-se que, enquanto a primeira está marcada pelo debate entre "questão da mulher" versus "questão geral", feminismo liberal versus feminismo marxista ortodoxo, por reivindicações de ações públicas que coloquem as mulheres em igualdade com homens, pela questão da autonomia partidária e pelo combate a ditadura, já a segunda geração da imprensa feminista incorpora o conceito de gênero, assume os temas relacionados direta e exclusivamente às mulheres (como sexualidade, planejamento familiar e violência contra a mulher); tende para a especialização por temas; luta pelo direito à diferença e opera em parceria com um novo ator social, a sociedade civil organizada, na forma de ONGs e associações voltadas para a questão de gênero (CARDOSO, 2004, p. 38).

Assim, as publicações feministas não apenas apresentavam outras representações da mulher, mas também colocavam em pauta assuntos como os direitos da mulher e questões acerca da igualdade entre os sexos em vários âmbitos sociais.

2.3.1 Mulher e Política na Mídia

Vimos que histórica e culturalmente foi negado à mulher o direito à participação política, já que sua atuação estaria restrita à esfera privada do lar, onde ela seria a rainha, dotada de características nem sempre atingíveis que a transformaria num mito, independente de tempo e espaço. Vimos ainda que a mídia ajudou na consolidação e na legitimação desta condição.

Será, portanto, que a imprensa, em algum momento, irá motivar a mulher a participar da política, exigir seus direitos? E no século XXI, no qual uma mulher é eleita a presidente do Brasil pela primeira vez, a imprensa faz que tipo de representação da mulher?

Vamos fazer algumas conjecturas para entender este cenário. Buitoni recupera um texto publicado no número 425 da *Revista Illustrada* (conhecida por uma postura mais de vanguarda), de 1886, que após defender o direito da mulher a mais espaço no mercado de trabalho, afirma, porém, que política não é espaço para mulher: "Na política, porém, o bello

sexo só deve passar *a vol d'oiseau*, n'um âmbito largo, que lhe deixe ver os factos de longe. Nada de se intrometer em luctas eleitorales, de pedir votos, de formar comitês, de patrocinar candidatos" (BUITONI, 2009, p. 35). Este trecho é um bom representante da forma como à mulher era negado o direito de participação política no final do século XIX, bem como a legitimidade que a mídia dava a este tratamento.

Já no século XX, pudemos notar, pelas representações femininas observadas e destacadas por Buitoni, que a política não era prioridade nas publicações femininas, bem como que estas não incentivavam o interesse político da mulher, público-alvo destas revistas. Porém, algumas vezes surgiam espaços para essa vertente, como quando Luiza Erundina, em 1988, foi eleita a primeira mulher prefeita da cidade de São Paulo, e a *Revista Capricho* publicou uma crônica, do jornalista Nirlando Beirão, intitulada "Dona Luiza vence no país masculino" (BUITONI, 2009, p. 131).

Uma das hipóteses para essa quase invisibilidade da representação política feminina na mídia, configurada por Luís Felipe Miguel e Flávia Biroli (2008), é a de que "[...] o âmbito considerado "próprio" para a política feminina – questões sociais, família, assistência social, meio-ambiente etc. – é também aquele que menos impulsiona as carreiras políticas e que possui menor visibilidade na cobertura jornalística da política" (p. 24). Para testar esta hipótese, os autores analisaram, entre os anos de 2006 e 2007, os telejornais *Jornal da Band*, *Jornal do SBT* e *Jornal Nacional* e as revistas semanais *Veja*, *Época* e *Carta Capital* (MIGUEL; BIROLI, 2008, p. 25).

A partir da análise eles puderam constatar "[...] uma presença reduzida das mulheres em relação aos homens, permitindo observar assimetrias de gênero nas representações do mundo social e, em especial, nas representações da política difundidas pela mídia" (MIGUEL; BIROLI, 2008, p. 38). Para os autores, isso se dá porque os meios de comunicação de massa só dão espaço no noticiário político "[...] aqueles que estão investidos em cargos públicos, sejam eles eletivos ou de confiança" sendo que "[...] aos outros – categoria que inclui os próprios espectadores – cabe acompanhar o jogo" (MIGUEL; BIROLI, 2008, p. 38). Assim,

> A sobrevivência de estereótipos de gênero constrange sua ação política e a visibilidade desta ação no noticiário jornalístico, num processo que se realimenta. Isto é, o âmbito considerado "próprio" para a política feminina é também aquele que menos impulsiona as carreiras políticas e que possui menor visibilidade na cobertura jornalística da política (MIGUEL; BIROLI, 2008, p. 24).

Em 2010 a candidatura e posterior eleição de Dilma Rousseff à presidência do Brasil alavancariam pautas na mídia sobre a questão da mulher na política. Diante disso, Leila Barbara e Maria Carmen Aires Gomes (2010) fizeram uma análise sobre a representação de Dilma Rousseff nas revistas *Veja*, *Época* e *Isto é* em dois momentos: de 2003 a 2006, em que Dilma era Ministra das Minas e Energia e depois da Casa Civil, durante o Governo Lula; e entre 2006 e 2009, abrangendo desde sua atuação como Ministra da Casa Civil à sua configuração como candidata à presidente (2010, p. 74).

Da análise feita pelas autoras, é notável a relação estabelecida entre as tais características tidas como femininas, citadas por Buitoni, e a imagem de Dilma. Afirmam as autoras, ao observar a fase de Dilma enquanto Ministra que: "Sensibilidade, ternura, emoção, pureza não surgem como atributos e qualificadores da 'natureza' feminina de Dilma Rousseff-ministra, mas sim traços de rispidez, austeridade e agressividade, caracterizando uma imagem de sujeito-político-mulher, com potencialidades masculinas" (BARBARA; GOMES, 2010, p. 76).

Tais características, de acordo com as autoras foram mudadas, passando inclusive por um procedimento cirúrgico estético, visando suavizar a imagem de Dilma para a disputa presidencial, já que este cargo exigia uma figura mais humanizada:

> Da representação do combatente emerge a figura da docilidade, uma tentativa do modelo normativo de humanizar a militante-guerrilheira, nada disso obscurece o fato de ser mais uma estratégia manipulativa, para atingir determinados fins no processo eleitoral. De maneira geral, não podemos ignorar que este deslocamento gera um efeito cultural inverso: figura feminina, construída sócio-culturalmente, com traços masculinizados passa por uma transformação que a torna mulher-sujeito-política com traços + feminino, emotivo e sentimental (BARBARA; GOMES, 2010, p. 88).

Porém, Dilma Rousseff, rompia, de acordo com as autoras, com o modelo de mulher proposto pelas teorias binárias, segundo as quais existem características unicamente femininas e outras masculinas, e se configurou, inclusive por sua militância na guerrilha, como um sujeito- político-mulher, o que, pela mídia, foi bastante explorado:

> Os resultados apontam ainda que os veículos midiáticos analisados constroem representações hegemônicas sobre Dilma Rousseff, pelo fato de ela não ter atributos e características do que seja uma "mulher tradicional, conservadora, aquela que atende ao modelo binário, biológico", mas dura, com tom firme, comportamento inflexível (BARBARA; GOMES; 2010, p. 39).

A eleição de 2010, que além de Dilma Rousseff contou com a candidatura de Marina Silva à presidência, também foi objeto de estudo de Marina Sanematsu e Jacira Vieira de Melo (2012), que monitoraram a cobertura jornalística de 29 jornais impressos diários, quatro revistas semanais e quatro telejornais de julho a outubro de 2010, sobre as eleições para cargos majoritários, a partir da perspectiva da participação das mulheres no processo eleitoral, como candidatas, como eleitoras e como foco dos programas de governo e plataformas eleitorais apresentadas pelas candidaturas (SANEMATSU; MELO, 2012, p. 479-480).

A investigação das autoras mostrou que "[...] a presença de duas mulheres com grande força eleitoral na campanha presidencial de 2010 foi o fator que mais contribuiu para que o tema mulheres na política recebesse atenção na cobertura da imprensa" (SANEMATSU; MELO, 2012, p. 480).

Destacam ainda que "[...] a cobertura sobre mulheres na política deu-se em torno de dois focos principais: as candidaturas femininas e a agenda de interesse das mulheres" (SANEMATSU; MELO, 2012, p. 497). Sendo que "[...] no primeiro caso, estão contabilizadas as matérias que discutiam as candidaturas, tendo em vista a condição feminina das postulantes aos cargos. No segundo, estão os textos sobre algumas das questões que atingem diretamente a vida das mulheres brasileiras (SANEMATSU; MELO, 2012, p. 497).

Entre os resultados apontados por Sanematsu e Melo, nos chamaram atenção as seguintes constatações:

a) A pouca atenção à sub-representação política feminina: "Menos de 10% dos textos analisados chama atenção para a proporção entre homens e mulheres no acesso e participação em espaços de poder e decisão" (2012, p. 511);
b) A corroboração da ideia que vimos anteriormente de que uma política praticada pelas mulheres traria mais ganhos do que perdas, por elas serem socialmente mais justas, apareceu quando o questionamento sobre ganhos e perdas da maior participação política feminina entrou em pauta: "A maioria dos textos que mencionam ganhos aponta maior atenção/sensibilidade para as questões sociais e maior competência caso as mulheres possuíssem maior destaque no cenário político" (2012, p. 512);
c) A forte ligação da imagem da mulher à família: "A maior parte das representações refere-se às mulheres candidatas como ligadas à família, no papel de mãe, filha, esposa, avó, etc." (2012, p. 512);
d) Maior exposição da vida privada feminina do que masculina: "Cabe destacar que as representações na mídia sobre as eleitoras e as candidatas foram em geral positivas, embora as candidaturas femininas sejam apresentadas de forma um pouco mais

rigorosa e estereotipada que as masculinas, tendo sido mais expostos aspectos das vidas privadas das mulheres, em especial vínculos familiares e questões relacionadas à aparência, como peso, cabelo, maquiagem e vestimentas" (2012, p. 481).

Assim, diante do *corpus* estudado, as autoras consideraram a atuação da mídia insuficiente para levantar na sociedade discussões acerca da representação política feminina, ou, nas palavras delas:

> A cobertura sobre mulheres na política no período eleitoral foi superficial, mais factual do que analítica e pouco investigativa. A imprensa analisada – impressa e televisiva – não aproveitou a oportunidade apresentada por um momento inédito na política brasileira, em que as mulheres – como candidatas e eleitoras – tiveram papel fundamental na definição dos rumos do país. Várias questões, a partir de ângulos diversos, poderiam ter sido pautadas. Mas faltou esforço investigativo. Por desinformação, preconceito ou desinteresse, nas eleições de 2010 o jornalismo brasileiro ficou devendo, não apenas às mulheres brasileiras, mas ao fortalecimento da democracia no país (SANEMATSU; MELO, 2012, p. 515).

O que foi percebido com essas análises sobre a representação da mulher na mídia, desde Buitoni ao estudo de Sanematsu e Melo é que a visão estereotipada da mulher, herdada historicamente e fortalecida até então pela cultura e pela mídia, está presente em todas as representações femininas feitas pelos meios de comunicação, seja na forma como uma revista feminina tenta encaixar a adolescente que responde a um teste num modelo pré-estabelecido ou na necessidade de suavizar a aparência de uma candidata à presidência do país.

Esta visão estereotipada, acreditamos, não reflete a realidade da mulher brasileira, que, apesar de toda violência e opressão, é chefe de família, gestora de empresas, professora universitária, líder de uma associação de bairro, atriz de sucesso internacional, presidente da República. Cremos ainda – e torcemos para – que esta representação superficial tenda a diminuir, mesmo que a passos lentos, conforme mais mulheres ocupem seus espaços no poder, seja ele político ou não.

A partir das constatações obtidas com este capítulo sobre a mulher e do próximo, que a aborda a charge, buscaremos verificar como a mulher historicamente construída, embora mediaticamente representada como atemporal, chegou à presidência, personificada por Dilma Rousseff, foi representada pela charge, uma ferramenta jornalística que chama atenção pela irreverência e crítica que o humor lhe confere. Antes, abordaremos conceitual e historicamente a charge.

3 A CHARGE: OBJETO (SUJEITO) DA PESQUISA

Neste capítulo apresentamos o nosso objeto de pesquisa: a charge. Trazemos suas definições, diferenciação dos demais formatos de humor gráfico, histórico, e presença e funções no jornalismo, abordando também a temática dos gêneros jornalísticos. Antes, falamos sobre um dos pressupostos para a existência da charge, o humor, este que é cheio de estereótipos.

3.1 Humor e estereótipos

Vimos no capítulo anterior a forma como a mulher foi representada na mídia, muitas vezes de maneira estereotipada. Mas será que todo estereótipo é ruim ou prejudicial? Vamos exemplificar com a própria mulher, se consideramos que toda mulher é capaz de fazer um jantar, estamos nos baseando num estereótipo feminino, o de que toda mulher sabe cozinhar – que, por sua vez, não é uma verdade absoluta. Ao fazer essa consideração, porém, não agredimos ou ridicularizamos as mulheres. Mas, se dissermos que uma mulher não é capaz de pilotar outra coisa senão um fogão, estaremos usando o mesmo estereótipo feminino de maneira agressiva, pejorativa.

Assim, é válido dizer que o estereótipo nem sempre tem a intenção de inferiorizar o ser estereotipado. Goodwin, sobre isso, afirma existir "[...] um estereótipo acerca dos estereótipos: o de que tenham um caráter pejorativo, sendo, portanto, prejudiciais" (2011, p. 535). O mesmo autor ainda define os estereótipos como sendo "[...] parâmetros simplificados (calcados na observação da realidade ou tornados reais por insistências repetitivas) no todo" (2011, p. 535).

Dissemos isso porque vamos analisar a representação da primeira mulher a presidir o Brasil na charge, sendo que esta é uma forma de humor gráfico de importante papel no jornalismo. Tendo em vista que, "[...] para o Humor estereótipos são ferramentas essenciais. Os conceitos preestabelecidos são os blocos com que os humoristas constroem seus castelos de piadas" (GOODWIN, 2011, p. 535), quisemos antes alertar para a presença de estereótipos femininos em nosso *corpus* e destacar que nem sempre esta presença será desrespeitosa, às vezes apenas fará parte da construção da mensagem que o chargista deseja passar.

Afinal, como afirma Goodwin

> O humor pode ser reacionário ou revolucionário. Ao repetir preconceitos cruéis, amaciando-os de certa forma com o "molho" da galhofa, o humor reforça estigmas. Em suas instâncias mais afiadas e criativas, provoca reflexão junto com os risos e, ao usar estereótipos, desnuda o seu uso. O

> humor põe o dedo na ferida, mas não é o instrumento que fere. É um aferidor. Afinal, a vida é uma piada. E, às vezes, rimos porque dói (2011, p. 536).

O humor da charge, acreditamos, deve ser revolucionário, provocar reflexão, "por o dedo na ferida", indo ao encontro do que o filósofo Henri Bergson escreveu em seu "O riso – ensaio sobre a significação do cômico", publicado pela primeira vez em 1899, no qual afirmou a) não haver comicidade fora do que é propriamente humano; b) a insensibilidade acompanha naturalmente o riso, sendo a razão o seu terreno e a emoção seu maior inimigo; c) o riso precisa de um eco, deve ter uma significação social, sendo ele um gesto social (1980, p. 12-14).

É preciso ainda entender que Bergson propôs uma teoria social do riso, na qual "[...] a comicidade nascia, em quaisquer situações, do contraste ou da antítese entre os elementos mecânicos e os elementos vivos" (SALIBA, 2002, p. 21). Sendo que, nas palavras de Bergson:

> A comicidade é aquele aspecto da pessoa pelo qual ela parece uma coisa, esse aspecto dos acontecimentos humanos que imita, por sua rigidez de um tipo particularíssimo, o mecanismo puro e simples, o automatismo, enfim, o movimento sem vida (1980, p. 50).

Para Bergson, quando o vivo assume características do mecânico "[...] exprime, pois, uma imperfeição individual ou coletiva que exige imediata correção" (1980, p. 50), sendo que "[...] o riso é essa própria correção. O riso é certo gesto social, que ressalta e reprime certo desvio especial dos homens e dos acontecimentos" (1980, p. 50).

Dessa forma,

> Pelo temor que o riso inspira, reprime as excentricidades, mantém constantes, despertas e em contato mútuo certas atividades acessórias que correriam o risco de isolar-se e adormecer; suaviza, enfim tudo o que puder restar de rigidez mecânica na superfície do corpo social (BERGSON,1980, p. 19).

Assim, verificar como se deu a representação de Dilma Rousseff nas charges durante seu primeiro ano de mandato, é fazê-lo num espaço onde o uso do humor, esperamos, seja uma forma de apontar desvios (muitas vezes literais: de verba) de personalidades, condutas e acontecimentos, a fim de causar reflexão. Sendo ainda a charge uma ferramenta de humor,

onde o uso do estereótipo é legítimo, foi interessante observar de que forma se deu este uso, levantando a questão da representação da mulher.

Mas antes, para melhor detalhar nosso objeto de estudo, vamos tratar da conceituação de charge, diferenciá-la das demais formas de humor gráfico, abordar os principais momentos de sua história e falar da importância que ela assume no jornalismo.

3.2 Cada um em seu quadrinho – caricatura, charge, cartum e tirinha

Parente da caricatura e muitas vezes com ela confundida, a charge é uma forma de humor gráfico que figura nas páginas de jornais, revistas, em telejornais, nas rádios e na internet do mundo todo – embora o seu surgimento, como veremos a seguir foi anterior à imprensa. Sua estrutura básica é composta de imagem e texto, mas, dependendo do meio em que é veiculada, pode conter som e movimento ou deixar de conter algum dos elementos citados. Tendo limitações temporais e contextuais e usando, geralmente, o humor e a sátira, seu objetivo no jornalismo é o de expor uma opinião acerca de um fato importante no período em que foi publicada, sendo, por isso, considerada uma espécie de "editorial gráfico" do jornal.

O termo *charge* vem do francês *charger*, e significa carga, no sentido de carregar, exagerar, ou ainda atacar violentamente – uma carga de cavalaria (FONSECA, 1999, p. 26). Com significado muito semelhante, temos a palavra *caricatura*, que vinda do latim *caricare*, remete à carregar, no sentido de exagerar, aumentar a proporção de algo (ARQUIVOESTADO.SP.GOV.BR, 2013).

A charge ainda pode ser definida como um cartum político, como é o caso da definição que encontramos no dicionário Aurélio: "[...] cartum em que se faz, geralmente, crítica social e política" (1993, p. 229).

Até aqui, vimos três palavras que remetem a tipos específicos de humor gráfico, e comumente são confundidos: charge, caricatura e cartum. Mas afinal, o que são cada um dos tipos de humor gráfico?

A caricatura é, basicamente, um desenho que exagera os traços físicos ou de personalidade de uma pessoa. Segundo o cartunista e professor Mário Mastrotti, é uma "[...]

representação gráfica com distorções anatômicas bem-humoradas de pessoas ou personalidades dependendo de seu uso" (MASTROTTI, 2013).

Já o cartum "[...] é um desenho caricatural que apresenta uma situação humorística, utilizando ou não legendas [...] é atemporal e é universal pois não se prende aos acontecimentos do momento" (FONSECA, 1999, p. 26).

Para o pesquisador José Marques de Melo, o cartum, a charge e ainda o comic, ou história em quadrinhos, são tipos de caricatura, sendo assim definidos:

a) Caricatura (propriamente dita) é o "[...] retrato humano ou de objetos que exagera ou simplifica traços, acentuando detalhes ou ressaltando defeitos. Sua finalidade é suscitar risos, ironia. Trata-se de um retrato isolado" (2003, p. 167);

b) Cartoon é a "[...] anedota gráfica. Crítica mordaz. Geralmente não insere personagens reais ou fatos verídicos, mas representa uma expressão criativa do caricaturista, que penetra no domínio da fantasia. Mantém-se, contudo, vinculado ao espírito do momento, incorporando eventualmente fatos e personagens" (2003, p. 167);

c) Comic é a "[...] história em quadrinhos. Narrativa composta por imagens que se sucedem, complementada por textos (balões). No jornal, aparece de forma seriada. Na revista, publica-se integralmente" (2003, p. 167) – aqui é válido dizer que Marques de Melo refere-se às revistas de histórias em quadrinhos, em oposição às tirinhas publicadas em jornais e revistas de forma seriada;

d) Charge é a "[...] crítica humorística de um fato ou acontecimento específico. Reprodução gráfica de uma notícia já conhecida do público, segundo a ótica do desenhista. Tanto pode se apresentar somente através de imagens quanto combinando imagem e texto (título, diálogos) (2003, p. 167).

As imagens abaixo, todas extraídas da edição de 26 de janeiro de 2014, do jornal *Folha de S. Paulo*, exemplificam as diferenças entre estes formatos:

Figura 1 – Exemplo de caricatura – representação da personagem “Valdirene” de novela da Rede Globo

Fonte: Folha de S. Paulo, 26 de janeiro de 2014.

Figura 2 – Exemplo de cartum

Fonte: Folha de S. Paulo, 26 de janeiro de 2014.

Figura 3 – Exemplo de tirinha, tira ou comic

Fonte: Folha de S. Paulo, 26 de janeiro de 2014.

Figura 4 – Exemplo de charge

Fonte: Folha de S. Paulo, 26 de janeiro de 2014.

Aqui, gostaríamos de enfatizar o caráter temporal da charge como algo muito mais específico do que o do cartum. No exemplo de cartum mostrado também é preciso alguma localização temporal para entendê-lo, porém, esta localização é muito mais genérica do que a da charge. Uma pessoa nos Estados Unidos ou no Japão podem interpretá-lo muito mais facilmente do que interpretariam a charge. O cartum está muito mais ligado ao cotidiano do que a um acontecimento específico.

Aprofundando a definição de charge, nossa ferramenta de estudo, a pesquisadora Onice Flores, em seu livro *A leitura da charge*, no qual ela propõe destacar a importância da charge como texto, define que:

> A charge é um texto usualmente publicado em jornais, sendo por via de regra constituído por quadro único. A ilustração mostra os pormenores caracterizados de personagens, situações, ambientes, objetos. Os comentários relativos à situação representada aparecem por escrito. Escrita/ilustração integram-se de tal modo que por vezes fica difícil, senão impossível, ler uma charge e compreedê-la sem considerar os dois códigos, complementarmente, associando-os à consideração do interdiscurso que se faz presente como memória, dando uma orientação ao sentido num contexto dado- aquele e não outro qualquer" (FLORES, 2002, p. 14).

O pesquisador Rozinaldo Antonio Miani, que defendeu seu doutorado usando a charge como objeto, a considera como

> [...] uma representação humorística e satírica, persuasiva, de caráter político e de natureza eminentemente dissertativa e intertextual; ela se constitui, em certa medida, como "herdeira da caricatura" em sua conotação e expressão políticas (2010, p. 58).

E para Fonseca (1999, p. 26), a charge "[...] É um cartum em que se satiriza um fato específico, tal como uma ideia, um acontecimento, situação ou pessoa, em geral de caráter político que seja do conhecimento público. Seu caráter é temporal, pois trata do fato do dia".

É interessante ressaltar ainda que a charge pode se valer da caricatura, e muito o faz, para passar sua mensagem. Ou, nas palavras de Miani (2012, p. 40): "[...] a charge pode conter a caricatura (melhor dizendo, retrato caricato) como um de seus elementos materializados".

Em entrevista[11] para a autora desta dissertação, o chargista Benett, da Folha de S. Paulo, assim definiu a charge:

> [...] é uma coluna política em forma de desenho, com algum humor e um poder de síntese que tem a intenção de mexer com a sensibilidade do leitor. Isso é mais um pouco do que a velha definição "é um respiro de humor na página pesada de opinião". Uma grande charge tem o poder de comover as pessoas [...] (BENETT, 2013).

Baseando-nos nestas considerações, construímos a definição de charge que usaremos nesta dissertação:

> A charge é uma **representação crítica** de um **fato** atualíssimo/imediato, portanto contextualizado em tempo e espaço, que se utiliza fundamentalmente de imagem, geralmente se vale de texto escrito, e também pode fazer uso de som e animação (no caso de rádio, TV e internet). Através do **humor** e da **sátira**, expressa a um público a **opinião** do chargista e/ou do veículo para o qual ele trabalha sobre o acontecimento. Em alguns casos, como tragédias, o cômico dá espaço à outra espécie de sensibilidade humana e a charge pode ser usada para se fazer uma homenagem[12].

3.3 E fez-se a charge – umas pitadas de história da charge

Embora não seja o nosso objetivo recontar a história da charge, até por que outros trabalhos (como os quatro volumes de *A História da Caricatura no Brasil*, de Herman de Lima; *Caricatura: a imagem gráfica do humor*, de Joaquim da Fonseca; e a *História da Caricatura Brasileira*, de Luciano Magno – aqui vale a observação do uso do termo

[11] A autora entrevistou alguns chargistas que publicam nos jornais estudados para a elaboração desta dissertação. Partes das entrevistas serão inseridas ao longo do texto e elas estão integralmente disponíveis no Apêndice II.
[12] Definição da autora.

caricatura, mesmo que nos livros fale-se, também, sobre charge) cumprem de maneira rica e detalhada esta tarefa, consideramos importante destacar alguns momentos importantes da história da charge.

Antes, alertamos para o fato de que muitas vezes (como é possível notar nos títulos dos livros citados no parágrafo anterior) a história da charge é confundida ou mesclada à da caricatura. Isso acontece por algumas razões: 1. etimológica – uma vez que, como vimos, os termos embora tenham origem distintas carregam significados muito parecidos; 2. de classificação – já que alguns autores consideram a primeira como ramificação da segunda, e outros usam os termos como sinônimos, a exemplo de Lima (1963); ou 3. de tradução – tendo em vista que o "[...] Apesar do termo 'charge' ser amplamente utilizado, em alguns países, como os hispânicos, o termo 'caricatura' é o designador desses desenhos irônicos (CRUZ, 2010, s/n).

A questão etimológica citada traz diferentes interpretações para a história da charge, pois muitas vezes é confundida com ou considerada como caricatura. Miani (2012, p. 40) afirma que desde o seu aparecimento no Brasil, antes mesmo de sua publicação na imprensa, a caricatura já apresentava características da charge, tais como a crítica e a sátira.

> Antes mesmo do aparecimento do Diabo Coxo, em 1865, o primeiro jornal de caricaturas de São Paulo, produzido por Ângelo Agostini, a história da caricatura no Brasil já estava associada ao combate e à crítica dos costumes e da política. Era um termo genérico aplicado a todos os desenhos humorísticos, desde que desencadeasse o riso, a crítica escarnecedora e a sátira contundente.

Assim, o mesmo autor afirma que "[...] ao realizarmos um breve histórico da caricatura no Brasil a partir do século XIX, verificamos que as características próprias da linguagem caricatural daquela época, na verdade, compõem o universo conceitual do que hoje assumimos como charge" (MIANI, 2012, p. 38).

Agostinho defende que "[...] a caricatura é o ponto de partida para se chegar à charge, pois também se preocupa em criticar através do exagero, visando não apenas o aspecto físico do indivíduo, mas também a sua personalidade e o seu comportamento dentro do grupo social" (1993, p. 29).

As representações gráficas precedem a escrita, sendo uma das primeiras formas de comunicação usadas pela humanidade, o que faz com que resquícios do que chamados de charge possam ser encontradas em vários períodos históricos e em diferentes sociedades.

Os antigos egípcios, “[...] apesar da austeridade de seus padrões artísticos, já representavam os homens ironicamente como animais ou em situações ridículas” (FONSECA, 1999, p. 43).

Já na Grécia e Roma antigas, a paródia era uma das principais maneiras de expressão do humor como forma de satirizar, sendo que “[...] na Grécia Antiga o humor tomou forma mais regular do que em outros países, porque a sátira era inerente ao espírito da sociedade grega” (FONSECA, 1999, p. 44), enquanto “[...] a sátira política e pessoal se manifestou entre os romanos”, sendo possível encontrar em Pompéia “[...] os modelos do que se pode considerar caricatura política” (FONSECA, 1999, p. 44).

Na Idade Média, como não podia deixar de ser, a religião era o tema das sátiras e sua forma de representação se dava pelo uso do grotesco, seja nas pinturas, esculturas ou miniaturas. E embora naquela época a sátira não “[...] dispor de meios adequados para mostrar com precisão a sutileza da ironia”, o espírito caricatural estava presente (FONSECA, 1999, p. 44). A caricatura religiosa fazia valer seus direitos, afirma Fonseca (1999, p. 47), como em 1294, quando o “[...] o povo de Carcassone, para vingar-se da Santa Inquisição, representou o diabo num hábito de dominicano confabulando ao ouvido do príncipe que, três anos depois, viria a ser São Luís” (FONSECA, 1999, p. 47). Ainda de acordo com o mesmo autor (1999, p. 47), os trovadores, com suas canções, eram os grandes ridicularizadores intencionais da sociedade medieval.

Já durante a Reforma, o questionamento e o espírito crítico suscitados neste período “[...] levou ao surgimento de manifestações nas artes e na literatura, onde o humorismo e a sátira tiveram o seu lugar” (FONSECA, 1999, p. 48).

Mas Fonseca (1999, p. 49-50) considera que a caricatura surgiu mesmo no Renascimento, quando o foco estava nos indivíduos. Neste contexto, grande foi a importância da família Carraci, que além de desenhar, fundou na cidade de Bolonha, Itália, no final do século XVI, uma escola de Arte, a “Accademia degli Incamminati”, que foi fundamental para a criação do retrato como caricatura. Os irmãos Agostinho e Aniballe Carraci tinham bastante interesse pela observação do cotidiano, o que os conduziu à caricatura. Porém, todo trabalho feito antes dos Carraci não deve ser desconsiderado.

> Se entendermos o termo caricatura para significar um certo método caligráfico de desenho, podemos considerar os Carraci como seus inventores. Ou melhor: eles são os últimos de uma série precursores cujo trabalho tem que ser levado em conta se quisermos não apenas conhecer o resultado, mas também os passos que levaram ao seu surgimento (FONSECA, 1999, p. 51).

Entretanto os Carraci faziam retratos do cotidiano, de pessoas ‘comuns’, sendo que “[...] as primeiras caricaturas de pessoas cujo nome se conhece foram feitas por Bernini”, um escultor barroco que fez caricaturas dos cardeais da igreja católica Antonio Barbenini (1607-1671) e Flavio Chigi (1631-1693) (FONSECA, 1999, p. 51).

Fonseca considera, porém, que foi o francês Jacques Callot que inaugurou o gênero sátira social. Callot “[...] satirizou os elegantes, os mendigos e todas as outras classes que se posicionaram entre esses extremos” (FONSECA, 1999, p. 54), pois “[...] muito mais do que caricaturar os indivíduos, Callot voltava-se para os grupos formados por eles” (FONSECA, 1999, p. 54).

Já a Holanda é considerada o berço da caricatura política no século XVII, pois foi lá que se refugiaram os descontentes políticos de outras nações, principalmente da França, fugindo da tirania do rei Louis XIV, tornando a Holanda o “[...] centro do lançamento de uma quantidade enorme de estampas satíricas contra a política do ‘grande monarca’ francês, tanto contra sua pessoa como contra seus favoritos e seus ministros” (FONSECA, 1999, p. 55).

Na Inglaterra, a primeira aparição comprovável de uma caricatura “[...] deve-se ao processo judicial do doutor Sacheverell, que teve grande repercussão política em 1710” (FONSECA, 1999, p. 56). Por essas características, podemos considerar que a caricatura citada por Fonseca como sendo a primeira conhecida na Inglaterra é uma charge, pois se baseia em um fato específico, delimitado por tempo e espaço.

A partir da Inglaterra, a caricatura ganha o mundo, chegando a América Latina na metade do século XIX, “[...] embora algumas tentativas efêmeras tenham acontecido nos primeiros anos do século, principalmente na Argentina”, trazidas por imigrantes caricaturistas, vindos de Portugal, Espanha e França (FONSECA, 1999, p. 64).

3.3.1 A charge no Brasil

No Brasil, com a proibição da imprensa imposta pela Coroa Portuguesa, foi atrasado o aparecimento da caricatura, sendo que seu maior desenvolvimento se deu durante o Império de Dom Pedro II, na segunda metade do século XIX (FONSECA, 1999, p. 56).

Neste sentido, o historiador Elias Thomé Saliba, que resgata a história da representação humorística na história brasileira, da Belle Époque (período que, no Brasil, foi de 1889 a 1931, abrangendo o fim do Império e o início da República) aos primeiros tempos

do rádio, afirma já existir uma tradição humorística na imprensa nacional, mas que esta viria a se desenvolver melhor na República.

> Essa tradição da representação humorística, que já vinha do jornalismo satírico da Regência e dos folhetins cômicos do Segundo Reinado, ganha maior força e se aprofunda com o desenvolvimento da imprensa e com a proliferação das revistas ilustradas e do *réclame* publicitário no início da República (SALIBA, 2002, p. 39).

O período entre o final do Império e o início da República acabou sendo oportuno para o desenvolvimento do humor e da sátira por suas características políticas, com as disputas entre monarquistas e republicanos. Saliba destaca que mesmo com a instauração da República, o humor encontrou terreno fértil: "[...] a fermentação dos conflitos e das lutas políticas nos dois primeiros governos republicanos, incentivou uma grande produção cômica, toda ela calcada na exploração das rixas políticas e dos rancores pessoais" (2002, p. 57).

Outro aspecto que favoreceu o desenvolvimento das charges no país foi o surgimento das revistas ilustradas e humorísticas, nas três últimas décadas do século XIX, sendo que "[...] no período imperial chegaram a circular cerca de sessenta revistas ilustradas no Rio de Janeiro, que misturavam, de forma peculiar, a charge com uma espécie primitiva de história em quadrinhos, numa produção extremamente rica e fértil" (SALIBA, 2002, p. 38).

Mas antes mesmo das revistas ilustradas surge a primeira charge publicada no Brasil, que não saiu em um jornal ou revista, mas apareceu como uma estampa avulsa. Datada de 1837, foi criação de Manuel de Araújo Porto Alegre, nomeado posteriormente Barão de Santo Ângelo. A charge era uma crítica às propinas recebidas por um funcionário do governo relativas ao jornal *Correio Oficial* (FONSECA, 1999, p. 209).

No *Jornal do Comércio* do Rio de Janeiro, de 14 de dezembro de 1837, a charge foi assim noticiada:

> [...] Saiu à luz o primeiro número de uma nova invenção artística, gravada sobre magnífico papel representando uma admirável cena brasileira, e vendida pelo módico preço de 160 réis cada número, na loja de livros e gravuras de Mongie, Rua do Ouvidor, nº 87. A bela invenção de caricaturas, tão apreciadas na Europa, apareceu hoje pela primeira vez no nosso país, e, sem dúvida, receberá do público aqueles sinais de estima que ele tributa às coisas úteis, necessárias e agradáveis (apud FONSECA, 1999, p. 209).

Segundo Fonseca, a charge não estava assinada. Na reprodução que encontramos no livro do autor, a produção não conta com texto, títulos ou assinaturas. Porém, no *A História*

da Caricatura no Brasil, de Herman de Lima, há uma versão diferente, que parece assinada e com algumas palavras escritas, conforme pode ser visto abaixo:

Figura 5 – Primeira charge publicada no Brasil

Fonte da imagem: LIMA, 1963, p. 73.

Manuel de Araújo Porto Alegre continuou a produzir e publicar charges, lançando em 1844 o periódico *Lanterna Mágica*, o primeiro a publicar com regularidade charges no país. Era destinado à critica, à polêmica, às artes plásticas e às letras. Nela, foi revelado outro nome do humor gráfico daquele período, Rafael Mendes de Carvalho, discípulo de Porto Alegre.

Em 1860 surge a primeira publicação brasileira especializada em humor, a revista Semana Ilustrada.

Mas foi em 1876, com o lançamento da *Revista Illustrada*, de Ângelo Agostini que o humor gráfico ganhou mais notoriedade no país. A *Revista Illustrada* foi a primeira publicação da América do Sul a ter uma tiragem de mais de quatro mil exemplares. Era publicada todos os sábados e distribuída em todas as capitais e nas principais cidades do interior do Brasil. Foi nela também que surgiu a primeira história em quadrinhos de longa duração na imprensa nacional: As Aventuras de Zé Caipora, de autoria de Agostini – em 1884, 20 anos antes de isso acontecer nos EUA. A *Revista Illustrada* deixou de circular em 1891 e foi uma forte aliada da campanha abolicionista (SODRÉ, 2011, p. 323-327).

Em A História da Imprensa no Brasil, Nelson Werneck Sodré afirma:

> Agostini foi dos mais expressivos exemplos de como a militância política enriquece, amplia e multiplica o efeito das criações artísticas [...]. Suas

> caricaturas, por vezes contundentes, puseram a nu os traços grotescos da classe dominante brasileira do tempo, suas irremediáveis mazelas, seu atraso insuportável, e o vazio triste dos ornamentos, dos artifícios, dos disfarces que apresentava, buscando aparentar grandeza (SODRÉ, 2002, p. 325).

Agostini é considerado o principal chargista deste período na imprensa nacional e a Revista Illustrada "[...] o maior documentário ilustrado que qualquer período da nossa história conheceu" (SODRÉ, 2011, p. 325).

Deste início da história da charge nacional podemos destacar seu caráter político e denunciativo. Tanto a charge de Porto Alegre, apesar de descrita nos livros como caricatura, como o perfil da *Revista Illustrada* nos leva a exaltar o papel crítico e reflexivo desta ferramenta.

Outras revistas ilustradas e com presença de humor foram surgindo no período do Segundo Império, entre elas *Vida Fluminense* e *O Mosquito,* porém nenhuma teve tanta relevância como a *Illustrada*. Já no início do século XX surgiram publicações como *Revista da Semana* (1900), *O Malho* (1902), *Kosmos* (1904) e *Fon-Fon!* (1907), que tratavam de política, entre outros assuntos, com a irreverência do humor (FONSECA, 1999, p. 205).

Diversos talentos do humor gráfico nacional foram revelados neste período, a exemplo de Raul (Raul Paranhos Pederneiras), K. Lixto (Calixto Cordeiro), J. Carlos (José Carlos de Brito e Cunha), Max Yantok, e Rian (Nair de Tefé), esta última a primeira cartunista mulher brasileira, que apesar de filha do Barão de Tefé e esposa do presidente Hermes da Fonseca, não poupava críticas à política. Conta-se que ela apareceu, num baile cerimonial do Palácio do Itamarati, com um vestido no qual na barra da saia estavam afixadas caricaturas dos ministros de seu marido (FONSECA, 1999, p. 205; 233).

Fonseca (1999, p. 206) destaca que a Revolução de 1930 e o Estado Novo, decretado em 1937, trouxeram, como consequência de uma severa censura à imprensa, marcando um hiato no desenvolvimento da charge e/ou caricatura nacional.

Goodwin (2011, p. 537) lembra que foi nos anos 50, com a publicação de *O Cruzeiro*, e outras revistas semanais, que vieram à tona nomes como Millôr e Ziraldo, que influenciados pelos europeus tinham um humor gráfico refinado. Na mesma época, cartunistas como Estevão e Péricles eram donos de um humor mais popular.

A instauração da ditadura militar em 1964, e todos os eventos políticos que dele se sucederam, restringiram o espaço ao humor gráfico nas grandes revistas, devido à censura imposta sobre esses órgãos. Mas espaços alternativos na imprensa, que abusavam do humor gráfico, foram criados como espaços de resistência à ditadura, são exemplos as revistas

Senhor (1959-1964) e *Pif-Paf* (maio a agosto de 1964), esta última de Millôr, que, apesar de não sobreviver por muito tempo – devido às pressões políticas – projetaram dois grandes nomes: Fortuna e Jaguar. Ainda nessa época, alguns jornais diários começaram a valorizar a seção humorística, revelando artistas como Henfil (GOODWIN, 2011, p. 537-538).

Em 1969, ainda em meio à ditadura, surge o jornal humorístico mais importante do país: *O Pasquim*, que já em seu início contou com Jaguar, Ziraldo, Claudius, Fortuna e Millôr – todos chargistas já consagrados, e outros que estavam começando a se destacar na época, como Henfil e Miguel Paiva. Também compunham o quadro d*'O Pasquim* jornalistas "mordazes": Paulo Francis, Tarso de Castro, Flávio Rangel e Luís Carlos Maciel, entre outros (GOODWIN, 2011, p. 538).

Esta época prestou um grande serviço à charge nacional, segundo Goodwin (2011, p. 538), pois foi a partir dele que, no humor gráfico nacional, ela passou a predominar, em detrimento do cartum. Isso ocorreu pela necessidade de reagir à ditadura.

Na década de 70 também surgiram outros jornais que, como *O Pasquim*, se muniam do humor contra o regime militar, reforçando a imprensa alternativa brasileira: *Opinião (1972-1977)* e *Movimento (1975-1981)*, são alguns deles (GOODWIN, 2011, p. 538).

Ainda na década de 70 as charges, cartuns, caricaturas e tirinhas ganham outro espaço no cenário nacional, o Salão de Humor de Piracicaba, que, criado em 1973, deu espaço e premiou grandes nomes do humor gráfico nacional, como Laerte (vencedor na categoria charge em 1974) e Angeli (vencedor na mesma categoria em 1975) (QUEIROZ; CIASI, 2013).

Os anos 1980, além de contarem com chargistas da escola d*'O Pasquim*, foi palco para surgimento de outro fenômeno no desenho brasileiro: os quadrinhos de humor. Neste movimento consagraram-se artistas como Angeli, Laerte, Luiz Gê, Glauco, Spacca, entre outros (GOODWIN, 2011, p. 539). Eles, além de publicar seus quadrinhos em grandes jornais, os reuniam em livros.

O *Pasquim* deixou de existir em 1991 e desde então nenhum outro periódico político que usava humor teve tanta expressão, apesar de tentativas terem sido feitas, como em *O Pasquim 21* e na revista *Bundas*.

Apesar de as revistas humorísticas terem perdido seu espaço, as charges ganharam mais notoriedade em outros ambientes. Goodwin considera que "[...] nos últimos anos houve uma valorização do espaço da charge diária nos grandes jornais", publicando novos chargistas, como Dálcio Machado, e nomes já consagrados, como Angeli (2011, p. 540).

Gostaríamos ainda de destacar, que com o advento da Internet a charge ganhou um amplo espaço de atuação e novas possibilidades de expressão, como som e movimento, em animações satíricas dos fatos atuais, como as que faz o chargista Maurício Ricardo em seu site charges.com.br.

Já com a popularização das redes sociais, neste início do século XXI, surge uma nova forma de humor gráfico: são produções baseadas em imagens já existentes, como de um filme ou série, ou ainda criadas por internautas, que, combinadas com frases, espalham-se pela rede para criticar, satirizar, denunciar ou apenas fazer humor de algum acontecimento ou situação cotidiana.

Figura 6 – Exemplo de meme

Fonte: https://www.facebook.com/MemesMessianicos

Essas produções, chamadas popularmente de “memes” se aproximam muito da charge em sua configuração e função, porém, para analisa-las se faz necessário outro estudo.

No tópico a seguir, discutiremos um pouco sobre a função da charge no jornal.

3.4 A função da charge no jornal

Como vimos, a charge tem seu surgimento independente da imprensa, porém, sua presença é marcante nas atuais publicações jornalísticas. Nesta dissertação propomos enfatizar a relevância da charge como ferramenta jornalística. Neste trecho, a partir dos estudos sobre gêneros jornalísticos, sobre humor gráfico e de entrevistas com chargistas, procuramos mostrar as funções que a charge cumpre no jornalismo, antes apresentaremos de maneira sucinta as principais discussões sobre gênero jornalístico.

3.4.1 Gêneros jornalísticos

Nos estudos brasileiros de gêneros jornalísticos são duas as correntes predominantes, a proposta pelo professor José Marques de Melo e a proposta pelo professor Manuel Carlos Chaparro. Enquanto Marques de Melo entende, baseando-se nos estudos anteriores, que os

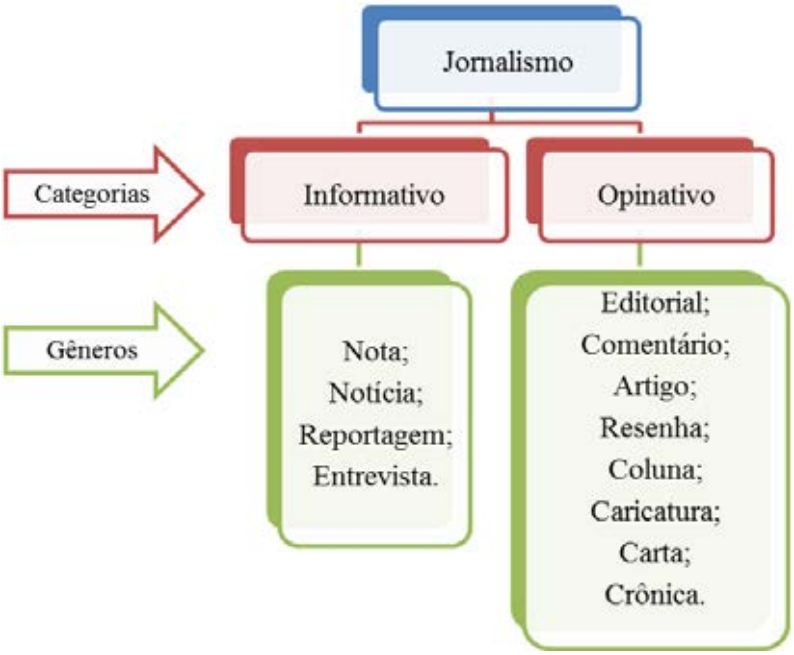
gêneros jornalísticos estão divididos em duas grandes categorias: jornalismo informativo e jornalismo opinativo, Chaparro considera que essas duas vertentes, opinião e informação, constroem o jornalismo e não o divide, elas estão presentes, portanto, em todos os gêneros.

Marques de Melo busca "[...] identificar os gêneros a partir da natureza estrutural dos relatos observáveis nos processos jornalísticos", considerando "[...] a articulação que existe do ponto de vista processual entre os acontecimentos (real), sua expressão jornalística (relato) e a apreensão pela coletividade (leitura)" (MARQUES DE MELO, 2003, p. 64). De acordo com este autor:

> Os gêneros que correspondem ao universo da informação se estruturam a partir de um referencial exterior à instituição jornalística: sua expressão depende diretamente da eclosão e evolução dos acontecimentos e da relação que os mediadores profissionais (jornalistas) estabelecem em relação aos seus protagonistas (personalidades ou organizações). Já no caso dos gêneros que se agrupam na área da opinião, a estrutura da mensagem é co-determinada por variáveis controladas pela instituição jornalística e que assumem duas feições: autoria (quem emite a opinião) e angulagem (perspectiva temporal ou espacial que dá sentido à opinião (MARQUES DE MELO, 2003, p. 65).

A partir daí, o autor reconhece a existência de doze gêneros jornalísticos, conforme demonstramos no esquema a seguir, inspirado em Arbach (2007, p. 31):

Ilustração 1 – Classificação jornalística de José Marques de Melo



Fonte: MARQUES DE MELO, 2003, p. 65. Elaborada pela autora.

Um desdobramento da classificação de Marques de Melo, em estudo coordenado por ele na Universidade Metodista, sugere uma nova divisão, na qual a grande categoria seria o Jornalismo, dividida em cinco gêneros: Informativo, Interpretativo, Opinativo, Diversional e Utilitário, e estes em 23 formatos (DIAS & MENDEZ, s/d). Porém, nesta nova divisão, o padrão informação/opinião prevalece na divisão de gêneros.

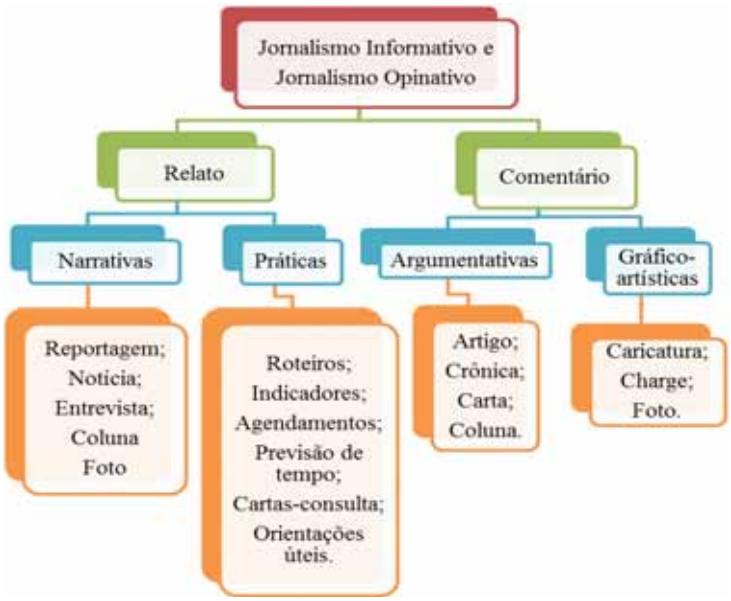
Já para Chaparro o paradigma que divide o jornalismo em informação e opinião é uma fraude. Segundo ele o jornalismo se constrói ao mesmo tempo com essas duas vertentes:

> O paradigma opinião/informação tem condicionado e balizado há décadas a discussão sobre gêneros jornalísticos, impondo-se como critério classificatório e modelo de análise para a maioria dos autores que tratam do assunto [...] Trata-se de um falso paradigma, porque o jornalismo não se divide, mas constrói-se com informações e opiniões (CHAPARRO, 1998, p. 100).

Para o autor, a questão dos gêneros jornalísticos deve ser discutida no âmbito das ciências da linguagem, uma vez que os "[...] gêneros são formas de discurso" (CHAPARRO, 1998, p. 114). Diante disso o autor considera a existência de dois gêneros, o relato e o comentário, e deles se desdobram quatro espécies, desdobrando-se delas dezesseis formatos.

Para estudar a classificação jornalística de Chaparro, fizemos uso também da tese de doutoramento de Jorge Arbach, que orientado por Chaparro, propôs a seguinte organização:

Ilustração 2 – Classificação jornalística de Manuel Carlos Chaparro



Fonte: ARBACH, 2007, p. 40. Adaptada pela autora.

Em nota, Arbach, que em sua tese demonstra o humor gráfico como um gênero específico do jornalismo (2007, p. 13), explica que em conversa com Chaparro, este lhe "[...] identificou dois formatos com vocação híbrida: a Coluna e a Foto, que servem com igual apitidão ao relato e ao comentário" (ARBACH, 2007, p. 40).

Apesar de considerarmos importante conhecer a classificação de gêneros jornalísticos no Brasil para entender a função da charge no jornal, não acreditamos que nenhuma destas duas teorias o faz por si só. Apesar de concordarmos com Marques de Melo no sentido de que o papel da charge é crítico e, portanto, sua classificação estaria no gênero opinativo, concordamos também com a tese de Chaparro de que informação e opinião são elementos constitutivos de todo o fazer jornalístico, em proporções variadas.

Mas embora saibamos que a linha que separa os gêneros jornalísticos seja muito tênue, já que na informação há subjetividades e que as opiniões são fundamentadas em informações, defendemos que a charge, bem como o editorial, o artigo e a coluna têm como principal função expressar opiniões acerca dos fatos, e não apresentar novos acontecimentos aos leitores. Por isso, consideramos a charge uma ferramenta essencialmente opinativa, mas com capacidade de sugerir informações.

Ainda sobre a relação entre charge e jornalismo temos a opinião de Marques de Melo de que a charge faz parte do universo jornalístico por possuir limitantes de tempo e espaço e ter um compromisso com o real, em contraposição da opinião da professora Tattiana Teixeira, para a qual a charge não se submete ao jornalismo por não ter sua representação baseada em elementos do real.

Marques de Melo defende que:

> [...] sua validade [da charge] humorística advém do real, da apreensão de facetas ou de instantes que traduzem o ritmo de vida da sociedade, que flagram as expressões hilariantes do cotidiano. Sua intenção é representar o real, criticando [...] A charge contém a expressão de uma opinião sobre determinado acontecimento [...] e adquire sentido porque se nutre dos símbolos e valores que fluem permanentemente e estão sintonizados com o pensamento coletivo (2003, p.168).

Já Teixeira, partindo da reflexão do que de fato seria o jornalismo, entende que, embora a charge tenha como ponto de partida um acontecimento real, sua representação não é baseada em elementos do real, sendo, portanto, a charge:

> [...] uma manifestação humorística - capaz de congregar em sua gramática as mais variadas formas do Cômico - que tem como elementos constitutivos obrigatórios a sátira e a ironia expressas sobretudo graças ao uso da linguagem verbal que as complementa e à presença de caricaturas que remetem a figuras públicas de grande visibilidade social. Sua condição de existência é a recorrência a temas que sejam conhecidos pelos seus leitores, pois, caso contrário, perde o seu sentido e razão de ser. Sua abordagem é sempre atual, cotidiana, seguindo critérios de notabilidade calcados tanto na visibilidade de quem se fala quanto na importância e pertinência dos temas para a sociedade na qual ela está inserida. [...] Sua ligação com a realidade circundante se resume aos personagens e temáticas abordadas. A forma de representação, porém, não é baseada na descrição ou reprodução de acontecimentos reais (1998, p. 12).

Em estudo anterior[13], pudemos observar que, apesar de a representação da charge não se basear na realidade, o fato é que origina a charge, fazendo com que ela faça sim parte do universo jornalístico.

3.4.2 As funções da charge no jornal

Grande parte dos jornais impressos, como o caso dos cinco títulos que compõem o *corpus* desta dissertação, publicam suas charges diariamente na página destinada ao editorial do veículo. Esta localização privilegiada destaca a charge dos demais formatos de humor gráfico presentes no jornal, fazendo-a mais 'séria' no contexto jornalístico do que os outros formatos.

Neste contexto, Agostinho (1993, p. 229) afirma que a charge, "[...] diferentemente dos 'quadrinhos' e 'cartuns' não tem a função de um passatempo inocente e inconsequente". Ela se "[...] constitui realidade inquestionável no universo da comunicação, dentro do qual não pretende apenas distrair, mas, ao contrário, alertar, denunciar, coibir e levar à reflexão".

O chargista Chico Caruso defende que a charge no jornal não conta uma notícia, não revela um novo fato, o papel do chargista é outro:

---

[13] PARNAIBA, Cristiane dos Santos. Charge e Representação: Levantando Hipóteses Sobre a Construção da Representação na Charge. In XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Disponível em: < http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-0222-1.pdf>.

> Embora [o chargista] não saia à caça da notícia como o repórter e não escreva sobre os fatos, ele vai armazenando informações não-objetivas e, aos poucos, uma sensibilidade tanto melhor quanto mais anormal de captar a realidade. Isso porque, além da leitura dos jornais, e principalmente dos colunistas políticos, o chargista se alimenta de algo mais, o detalhe. [...] Vai atrás da pose, da ruga, do olhar, na ilusão de penetrar no pensamento dos figurantes (1984, p. 15).

Miani (2000, p. 64) alerta para a função persuasiva da charge:

> Uma outra qualidade da charge é a de constituir-se como instrumento de persuasão [...] intervindo no processo de definições políticas e ideológicas do receptor, através da sedução pelo humor e criando um sentimento de adesão que pode culminar num processo de mobilização (MIANI, 2000, p. 64).

Parece-nos que esta persuasão da charge é utilizada nos jornais a favor de sua própria linha editorial. O professor e chargista Gilberto Maringoni destaca o papel da charge de conferir identidade ao jornal em que é publicada:

> [...] com a crescente "objetivação" do noticiário em geral e uma pretensa imparcialidade nas pautas, revalorizou-se no país o colunismo opinativo. Esses adereços acabam sendo o diferencial de cada veículo. Por serem exatamente o "toque pessoal", eles só tem função se funcionarem como antenas do jornal, abridores de picadas, aventureiros por "mares Dante nunca desbravados" dentro das páginas diárias (1996, p. 85).

Dessa forma, as charges, devem ser mais "ousadas" que o noticiário tradicional, permitindo ao leitor um momento de reflexão. De acordo com Maringoni (1996), esse papel reflexivo do jornal acaba tendo muito mais importância que suas características informativas, e informar se torna apenas uma obrigação. Isso porque com o avanço das tecnologias, o jornal impresso perdeu seu posto de trazer ao leitor as últimas notícias.

Lembrando o cartunista Fortuna, Maringoni diz que a charge é "[...] uma espécie de 'editorial gráfico'". Porém, "[...] enquanto num artigo o autor pode, após um contundente ataque, emendar um "mas-contudo-todavia", na charge esses malabarismos não são permitidos. [...] A charge é contra ou a favor. É porrada ou não" (1996, p. 86).

Em sua natureza parcial, as charges também vão de acordo com a linha editorial do jornal ou da revista. Maringoni lembra que

> O chargista, como qualquer outro jornalista, deve antes de tudo saber para qual veículo está trabalhando e qual a orientação editorial do órgão, sem, no entanto, perder suas características artísticas e de opinião. [...] Interesses editoriais existem até em jornais de Centros Acadêmicos. Mas ousadia é fundamental (1996, p. 87).

O chargista Kacio Pacheco, que publicava no Correio Braziliense em 2011, ano de coleta de nosso *corpus*, em entrevista[14] para a autora deixa clara esta informação apresentada por Maringoni sobre a linha editorial. Ele afirma:

> [...] depois de muitos anos, aprendi bastante acertar a direção politica da empresa, e enquanto um jornalista especifico da editoria de opinião analisava a charge que já estava pronta eu continuava em outros trabalhos. Tendo que fazer mudanças, a charge retornava, eu mudava conforme o direcionamento dado e estava tudo resolvido,salvo por mais um dia! (PACHECO, 2013, em entrevista para a autora).

A resposta dele nos leva ainda a questionar sobre os processos de criação das charges pelos chargistas e os de escolha destas para publicação nos jornais. Segundo Kacio Pacheco, seu trabalho começava

> [...] desde quando acordava, já lia vários jornais e começava o processo. Ao chegar ao jornal, às 14horas, lia mais outros jornais, sempre processando a critica na cabeça, mas a critica que segue a politica do jornal, e se desse que também fosse a favor do povo, às vezes dava pra casar as coisas. Também procurava jornalistas e conversava os bastidores das matérias, sempre perguntando o que eu não poderia abordar. Também na editoria de opinião eu estava, é muito importante essa pesquisa. Enquanto estava na prancheta ou no computador fazendo outras artes e ilustrações, remoía atrás de uma maneira inteligente e elegante para elaborar a mensagem da charge, pedindo a jesus que me desse a inspiração dentro dos 35 anos de experiência da área (PACHECO, 2013, em entrevista para a autora).

Segundo Benett, chargista da Folha de S. Paulo entrevistado para esta dissertação, na FSP não há uma orientação dos editores quanto ao assunto a ser tratado na charge. De acordo com ele "[...] o que eles [os editores] pedem é que a charge seja 'quente', sobre um assunto importante e que esteja na pauta do dia ou da semana, pelo menos" (BENETT, 2013, em entrevista para a autora).

---

[14] As entrevistas feitas pela autora com os chargistas estão disponíveis nos Apêndices.

Já sobre a questão dos limites entre o humor e o politicamente correto, Benett ressalta que “[...] a charge política não pode ser politicamente incorreta porque senão ela está indo contra seus princípios de justiça”. Para ele “[...] a charge não pode ser gratuita, tem que ser contundente e nunca repetir o discurso do senso-comum” (BENETT, 2013, em entrevista para a autora).

Sobre a representação da presidente Dilma nas charges, o chargista enfatizou não ter nenhum preconceito contra a Dilma e “muito menos contra a mulher”, de acordo com ele “chargistas têm por ideal lutar contra a opressão a minorias, injustiça social, preconceito, violência, miséria social”. Para criar a sua caricaturização da presidente ele afirmou que:

> [...] o processo é o mesmo que usei para caricaturizar outros presidentes, como o Lula, o FHC e outros políticos: um detalhe exagerado que possa ser identificado pelo leitor. No caso de Lula, as orelhas e o nariz. No de FHC os dentes e os lábios. Na Dilma, o cabelo e os dois dentes da frente. Com relação à personalidade, cada um tem uma característica distinta. FHC a soberba, Lula o ego e Dilma o estilo sisudo. Minhas críticas são a quem está ocupando o cargo no momento e suas ações, independente de gênero, raça, partido político. Eu sou crítico, mas não injusto (BENETT, 2013, em entrevista para a autora).

Diante do exposto, bem como das nossas observações de charges, de entrevistas com chargistas e de outros trabalhos que desenvolvemos sobre este tema, acreditamos que as principais funções da charge são a de sintetizar a opinião do veículo acerca de um fato de importância no momento e a de provocar reflexão sobre este tema, apesar de essa reflexão se dar a partir de um ponto de vista específico. Também está clara a importância do humor, nem sempre provocador do riso, mas como estratégia de sensibilizar o leitor sobre um acontecimento. Porém, uma vez publicada a charge pode assumir outras funções, como a de despertar o interesse do leitor sobre o fato nela tratado ou ser usada como bandeira de um movimento social.

No capítulo seguinte, apresentamos os sujeitos e objetos de nossa pesquisa, bem como a metodologia utilizada e a categorização das charges.

4 OBJETOS E SUJEITOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo apresentamos alguns elementos que contribuem para o entendimento das charges analisadas, tais como uma breve biografia política da presidente Dilma Rousseff, um histórico das eleições de 2010, os principais acontecimentos do primeiro ano de mandato da presidente e sínteses dos perfis dos jornais estudados. Apresentamos também as duas primeiras etapas da análise: a configuração do *corpus* e sua organização em categorias, baseando-nos nos pressupostos da análise de conteúdo proposta por Bardin (1970), também aqui comentada.

4.1 Elementos pré-análise

4.1.1 Dilma Rousseff: biografia política[15]

Dilma Rousseff iniciou sua militância política aos 16 anos na Política Operária (Polop), organização de esquerda com forte presença no meio estudantil, durante o Ensino Médio num colégio estadual da capital mineira, antes tinha estudado num tradicional colégio de freira para meninas.

Atuou na luta armada contra a ditadura em organizações como o Comando de Libertação Nacional (Colina) e a Vanguarda Armada Revolucionária Palmares (VAR-Palmares), na qual, entre outras ações, assaltou o cofre do então governador de São Paulo, Adhemar de Barros, em 1969. Diante de sua militância, foi presa por subversão em 1970, sendo libertada em 1972. Como muitos dos presos políticos da época, foi torturada.

Em 1973 foi morar em Porto Alegre, onde concluiu a faculdade de Economia – iniciada em 1967, em Belo Horizonte – na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Começou, em 1975, a estagiar na Fundação de Economia e Estatística (FEE), órgão do governo gaúcho. Retorna a FEE em 1990 como presidente da mesma.

Em 1979 dedica-se à campanha da Anistia. Neste mesmo ano ajuda a fundar o Partido Democrático Trabalhista (PDT) no RS, trabalhando na assessoria da bancada estadual do partido entre 1980 e 1985.

É nomeada Secretária da Fazenda pelo então prefeito de Porto Alegre, Alceu Collares, em 1986. Em 1993 ele é eleito a governador do RS e nomeia Dilma Secretária de Energia,

---

[15] Para este trecho foram consultados os seguintes sites: <http://oglobo.globo.com/infograficos/especial-dilma/fotogal.asp>, <http://noticias.terra.com.br/brasil/politica/eleicoes/quem-e-dilma-rousseff-a-primeira-mulher-presidente-do-brasil,a018b11d60e2d310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>, <http://www.dilma.com.br/site/biografia> e <http://www2.planalto.gov.br/presidencia/presidenta/biografia>. Acesso em: 22 abr. 2014.

Minas e Comunicação daquele estado. Em 1998 apoia, com o PDT, a candidatura de Olívio Dutra (Partido dos Trabalhadores – PT) ao governo do RS. Com a vitória de Dutra, Dilma continua sendo Secretária de Energia, Minas e Comunicação do RS.

Dilma filia-se ao PT em 2000 e seu trabalho no governo gaúcho chama atenção de Luis Inácio Lula da Silva, pois o RS foi um dos poucos estados brasileiros que em 2001 não sofreu com o racionamento de energia. Em 2002 ela passa a integrar a equipe de transição do governo de Fernando Henrique Cardoso ao de Lula, este segundo quando toma posse da presidência da República, a torna Ministra de Minas e Energia.

Como Ministra, Dilma comanda a "[...] reformulação no setor com a criação do chamado marco regulatório (leis, regulamentos e normas técnicas) para as práticas em Minas e Energia. Além disso, preside o Conselho de Administração da Petrobrás, introduz o biodiesel na matriz energética brasileira e cria o programa Luz para Todos" (BRASIL, 2014).

Em 2005 Lula nomeia Dilma como Ministra-chefe da Casa Civil, onde ela passa a coordenar "[...] programas estratégicos como o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e o programa de habitação popular Minha Casa, Minha Vida" (BRASIL, 2014a). Dilma ainda esteve à frente da Comissão Interministerial encarregada de definir as regras para a exploração das recém-descobertas reservas de petróleo na camada pré-sal e integrou a Junta Orçamentária do Governo, que se reúne mensalmente para avaliar a liberação de recursos para obras.

Era Lula preparando Dilma para sua candidatura à presidência. Em abril de 2010 Dilma deixa a Casa Civil para se lançar como pré-candidata do PT às eleições presidenciais de outubro, em junho esta candidatura é oficializada. Em outubro do mesmo ano, Dilma é eleita a presidente, sendo a primeira mulher a assumir o cargo no Brasil.

Sobre a vida pessoal de Dilma, consideramos relevante citar que ela é de uma família de três irmãos, sendo ela a do meio, filhos da carioca Dilma Jane da Silva e do búlgaro naturalizado brasileiro, chamado Pedro Rousseff. Dilma nasceu em Belo Horizonte, MG, onde passou sua infância e adolescência. Casou-se duas vezes, tem uma filha e um neto.

4.1.2 Eleições presidenciais de 2010

Em 2010 o Brasil foi às urnas para escolher um novo presidente. Além da disputa presidencial, também estavam em votação os cargos para Governador, Senador, Deputado Federal e Deputado Estadual.

Dos 27 partidos políticos constituídos naquele ano no país, 16 se dividiram em duas coligações na disputa presidencial: a primeira, *Para o Brasil Seguir Mudando*, foi formada do Partido Republicano Brasileiro (PRB), Partido Democrático Trabalhista (PDT), Partido dos Trabalhadores (PT), Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), Partido Trabalhista Nacional (PTN), Partido Social Cristão (PSC), Partido da República (PR), Partido Trabalhista Cristão (PTC), Partido Socialista Brasileiro (PSB) e Partido Comunista do Brasil (PC do B) e mandou para a disputa a candidata Dilma Rousseff, do PT; a segunda *O Brasil Pode Mais*, se constituiu do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), Partido Popular Socialista (PPS), Democratas (DEM), Partido da Mobilização Nacional (PMN), Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e Partido Trabalhista do Brasil (PT do B) e teve como representante na disputa presidencial José Serra, do PSDB.

Além destes dois candidatos, concorreram: Ivan Martins Pinheiro, do Partido Comunista Brasileiro (PCB), Jose Levy Fidelix da Cruz, do Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB), José Maria de Almeida, Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU), José Maria Eymael, do Partido Social Democrata Cristão (PSDC), Marina Silva, do Partido Verde (PV), Plínio Soares de Arruda Sampaio, do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e Rui Costa Pimenta, do Partido da Causa Operária (PCO). Os outros quatro partidos – Partido Republicano Progressista (PRP), Partido Progressista (PP), Partido Humanista da Solidariedade (PHS) e Partido Social Liberal (PSL) – não foram representados nas eleições presidenciais. Assim, tivemos nove candidatos disputando a preferência dos eleitores.

Dos nove presidenciáveis, quatro ganharam maior destaque, muito disso se deveu por terem representatividade na Câmara dos Deputados para poder estrelar nos debates realizados pelas emissoras de Rádio e TV. São eles: Dilma Rousseff, Marina Silva, Plínio de Arruda Sampaio e José Serra.

No dia 3 de outubro de 2010 houve o primeiro turno das eleições, que teve como resultado 46,91% de votos para Dilma, 32,61% para Serra e 19,33% para a Marina. Como nenhum candidato recebeu mais da metade dos votos válidos, a disputa foi para o segundo turno, protagonizada por Dilma e Serra.

Como pano de fundo desta disputa entre PT e PSDB temos um cenário que se estabeleceu ao longo das duas últimas décadas, nas quais representantes dos dois partidos se revezaram no governo. Fernando Henrique Cardoso (FHC), do PSDB, presidente eleito e reeleito do Brasil entre 1º de janeiro de 1995 e 1º de janeiro de 2003, deu lugar a Lula, do PT, eleito em 2003 e reeleito em 2006. Assim, as eleições de 2010 foram a quinta em que o PT e o

PSDB disputam consecutivamente o poder, fazendo com que esses dois partidos se tornem na história política recente do país, os de maior força eleitoral no âmbito nacional.

Como vimos anteriormente a candidatura de Dilma Rousseff à presidência começou em 2005, quando foi nomeada pelo então presidente Lula como Ministra-chefe da Casa Civil. Durante a campanha eleitoral (junho a outubro de 2010) os trabalhos desenvolvidos nesta condição, como o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e o Minha Casa Minha Vida foram usados como bandeiras. O fato foi explorado pela mídia de forma pejorativa, colocando-a como "sombra do Lula".

Dilma venceu as eleições no segundo turno, derrotando, com 56,05% dos votos válidos, o candidato PSDbista José Serra. O infográfico[16] abaixo mostra o resultado das eleições por estado brasileiro:

Figura 7 – Eleições presidenciais de 2010

Fonte: http://g1.globo.com/especiais/eleicoes-2010/noticia/2010/10/veja-mapa-da-apuracao-para-presidencia-estado-por-estado.html. Acesso em: 25 abr. 2014.

Deste mapa podemos destacar a vitória de Dilma na maioria dos estados das regiões norte e nordeste, ambos muito beneficiados por programas do ex-presidente Lula, como os de transferência de renda e ingresso em universidades para população de baixa renda.

[16] Elaborado pelo G1, o infográfico permite observar o percentual da apuração por estado, quando acessado online, e está disponível em: <http://g1.globo.com/especiais/eleicoes-2010/noticia/2010/10/veja-mapa-da-apuracao-para-presidencia-estado-por-estado.html>.

4.1.3 Primeiro ano de mandato de Dilma Rousseff

Como consequência de ser candidata pelo PT, Dilma iniciou seu mandato considerada uma espécie de sombra do Lula, isso de acordo com a imprensa e outros setores da sociedade. Mas logo começou a imprimir seu estilo de governar, cortando alguns gastos, estabelecendo parcerias, promovendo trocas de ministros. No final de seu primeiro ano de mandato, tinha o maior índice de aprovação entre os presidentes eleitos desde o fim da ditadura militar. Alguns destes aspectos e outros acontecimentos importantes do governo Dilma em 2011 estão elencados nos tópicos a seguir. O recorte de temas se deu a partir da leitura de jornais e revistas, bem como observação das charges componentes desta dissertação.

a) Índices de aprovação:

Pesquisa do Instituto de Pesquisas Datafolha[17] divulgada em janeiro de 2012 apontou Dilma Rousseff como a presidente mais bem avaliada em seu primeiro ano de mandato, sendo que 59% das pessoas entrevistadas consideravam seu governo como “bom” ou “ótimo”. 33% dos entrevistados consideraram o governo “regular” e apenas 6% o classificaram como “ruim” ou “péssimo”.

Já na pesquisa de agosto de 2011, realizada também pelo Datafolha, 48% classificaram o governo Dilma como “bom” ou “ótimo”. Já 39% consideraram o governo como “regular” e 7% “ruim” ou “péssimo”.

Na pesquisa de junho daquele ano, Dilma obteve 49% de aprovação dos entrevistados pelo Datafolha. Outros 38% classificaram o governo como “regular” e 10% o chamaram de “ruim” ou “péssimo”.

Em março, na primeira avaliação do governo, 47% dos entrevistados pelo Datafolha consideraram o governo como “bom” ou “ótimo”; 34% consideraram o governo como “regular”; 7%, “ruim” ou “péssimo”. Foi a melhor avaliação obtida por um presidente eleito em início de mandato (DATAFOLHA, 2014).

Além dos índices de aprovação, em 2011 a presidente Dilma Rousseff foi eleita a terceira mulher mais poderosa do mundo, segundo ranking publicado pela revista *Forbes* em

---

[17] Os resultados das pesquisas realizadas pelo instituto Datafolha estão disponíveis em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/avaliacaodegoverno/presidente/dilma/indice-1.shtml>.

agosto daquele ano. Dilma ficou atrás apenas da chanceler da Alemanha, Angela Merkel, e da secretária de Estado americana, Hillary Clinton, na lista de 100 mulheres (BBC, 2014a).

Em novembro de 2011, a mesma revista *Forbes* apontou Dilma Rousseff como a 22ª pessoa mais poderosa do mundo. (BBC, 2014b).

b) Quedas de ministros:

Em 2011, sete ministros deixaram os ministérios que comandavam, seis deles após denúncias de corrupção feitas pela imprensa:

- Antonio Palocci, PT, Casa Civil, pediu demissão do cargo em 07 de junho de 2011 após acusações de enriquecimento ilícito, publicadas na imprensa;
- Alfredo Nascimento, PR, Ministério dos Transportes, pediu demissão em 06 de julho após denúncias, feitas pela mídia, de corrupção no ministério que comandava;
- Nelson Jobim, PMDB, Ministério da Defesa, pediu demissão em 04 de agosto, após dar declarações polêmicas sobre o governo na mídia;
- Wagner Rossi, PMDB, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, pediu demissão em 17 de agosto, após denúncias, feitas pela imprensa, de corrupção no ministério;
- Pedro Novais, PMDB, Ministério do Turismo, pediu demissão em 14 de setembro após investigação de corrupção no ministério feita pela polícia Federal.
- Orlando Silva, PCdoB, Ministério do Esporte, pediu demissão em 26 de outubro, após denúncias, feitas pela imprensa, de desvio de verbas no ministério;
- Carlos Lupi, PDT, Ministério do Trabalho e Emprego, pediu demissão após denúncias, também feitas pela imprensa, de corrupção no ministério.

c) Economia:

- Salário mínimo: Em fevereiro de 2011, Dilma sancionou a Lei n. 12.382, de 25/02/2011, que fixou o salário mínimo nacional em R$ 545,00 (BRASIL, 2014b). Antes disso, em 30 de dezembro de 2010, através da Medida Provisória n. 516, o então presidente Lula subiu de R$ 510,00 para R$ 540,00 (BRASIL, 2014c).
- Produto Interno Bruto (PIB): Em 2011 o PIB brasileiro cresceu 2,7% em relação ao ano anterior, somando R$ 4,143 trilhões, de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em março de 2012. A evolução do PIB em 2011 foi de 1,3% no primeiro trimestre; 0,8% no segundo; -0,1% no

terceiro; e 0,3 no quarto trimestre, sempre em comparação com os mesmos períodos do ano anterior. Apesar de o crescimento ficar abaixo da estimativa do governo, de 5%, o resultado mostrou um relativo bom desempenho da economia nacional, se comparada a da Europa e dos Estados Unidos. O Brasil terminou o ano como a 6ª economia mundial, superando o reino unido[18].

- Inflação: A inflação no Brasil em 2011 ficou em 6,5%, chegando ao teto da meta oficial do governo, segundo informações do IBGE de março de 2012. O resultado é o maior desde 2004, quando chegou a 7,6%. Em 2010, a inflação registrada pelo IBGE foi de 5,91% (UOL.COM.BR, 2014).
- Taxa de juros: O Comitê de Política Monetária do Banco Central do Brasil (COPOM) realizou a partir do segundo semestre de 2011 uma política de redução na taxa básica de juros, a Selic, a fim de estimular o crescimento da economia. A Selic iniciou o ano fixada em 11,25%, chegou a 12, 50% em julho e fechou 2011 em 7,25%, a menor taxa daquele ano (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2014).
- Cortes no orçamento: Em fevereiro de 2011, o governo anunciou um corte de R$ 50 bilhões no orçamento federal daquele ano. Entre os objetivos estavam controlar a taxa de juros, ajudando a conter a inflação. Foi anunciada também uma redução nos estímulos financeiros concedidos em 2009 e 2010 em ocasião da crise financeira mundial, o que tinha aumentado os gastos do governo (MARTELLO, 2011).

d) Relações internacionais:

Em 2011, o Brasil ocupou pela décima vez um assento não-permanente no Conselho de Segurança da Organização das Nações Unidas (ONU). Dilma Rousseff foi a primeira mulher a abrir uma Assembleia Geral da ONU, reunida em Nova Iorque, em 21 de setembro.

Segundo dados da Secretaria de Imprensa da Presidência da República[19], em seu primeiro ano de mandato, Dilma Rousseff visitou 15 países, fazendo para isso 13 viagens. Dois países foram visitados duas vezes pela presidente, a Argentina e o Uruguai. No total, foram 41 dias fora. O infográfico feito pelo portal G1[20] detalha estas viagens:

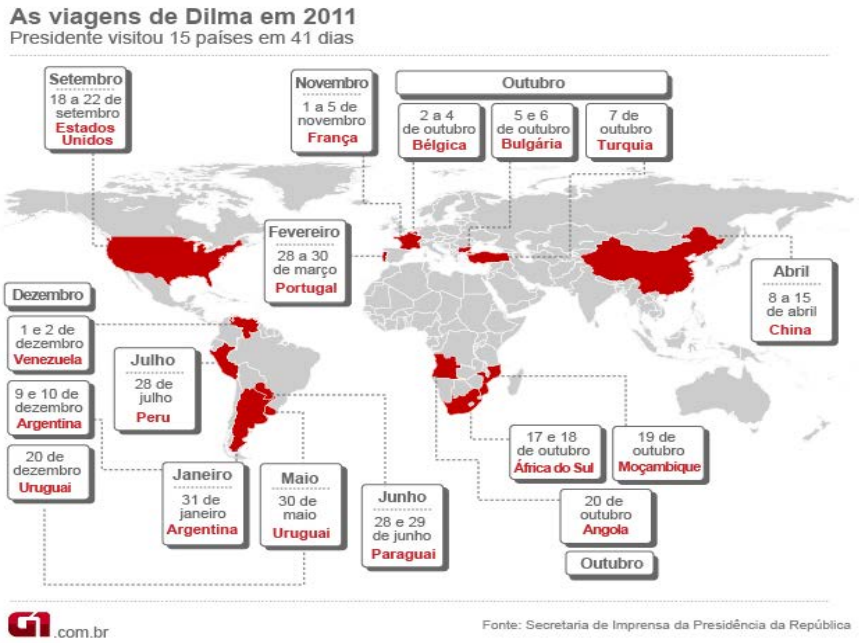
---

[18] Neste trecho, usamos informações de: <http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2012/03/06/economia-brasileira-cresce-27-em-2011-e-fica-abaixo-da-meta-do-governo.jhtm> e <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/03/120306_pib_brasil_jf.shtml>.

[19] Disponível em: <http://www2.planalto.gov.br/area-de-imprensa/relatorios-da-secretaria-de-imprensa/viagens-internacionais-2011/view>. Acesso em: 6 maio 2014.

[20] Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2011/12/dilma-passa-no-exterior-41-dias-do-primeiro-ano-de-mandato.html>. Acesso em: 6 maio 2014.

Figura 8 – Viagens internacionais de Dilma Rousseff em 2011



Fonte: http://g1.globo.com/politica/noticia/2011/12/dilma-passa-no-exterior-41-dias-do-primeiro-ano-de-mandato.html. Acesso em: 6 maio 2014.

Em 2011 o Brasil também recebeu visitas de autoridades internacionais, entre as quais se destacaram na mídia a vinda do presidente dos Estados Unidos da América, Barack Obama, entre 19 e 31 de março, e a da presidente da Argentina, Cristina Kirchner, em 29 de julho.

4.1.4 Sínteses dos perfis dos jornais estudados

a) Síntese do perfil do Zero Hora

O jornal gaúcho *Zero Hora* é o de maior circulação na região Sul do Brasil, conforme mostramos na tabela 5 e faz parte da *Rede Brasil Sul* (RBS), o maior conglomerado de mídia do sul brasileiro. Feito em Porto Alegre, é distribuído no RS e nos outros estados da região sul do país, com preço de banca a R$ 2,50 de segunda-feira a sábado e de R$ 4,00 aos domingos. Começou a circular em 04 de maio de 1964, e foi fundado por Dante Laytano e um grupo de jornalistas egressos do jornal gaúcho *Última Hora*, fechado após o golpe militar sofrido pelo então presidente João Goulart. Foi comprado pelo grupo RBS em 1970 e a partir daí firmou-se como um dos principais jornais do país (FACCIN, 2009). No ano de 2011, conforme foi possível notar folheando o jornal, as charges do Zero Hora eram assinadas exclusivamente pelo chargista Marco Aurélio e publicadas na página 3, intitulada “Informe Especial”.

b) Síntese do perfil da Folha de S. Paulo

A *Folha de S. Paulo* é um dos maiores jornais em tiragem no país, ocupando diversas vezes o posto de primeiro colocado, de acordo com o IVC[21] e conforme mostramos anteriormente na tabela 5. Iniciou suas atividades em 1921, com o jornal *Folha da Noite*. Apenas em 1960 surge a *Folha de S. Paulo* como título, originária da fusão de três jornais: o pioneiro *Folha da Noite*, a *Folha da Manhã* e a *Folha da Tarde*. Em 1992, Octavio Frias de Oliveira detém todo o controle acionário da *Folha*, se tornando o dono do jornal. Hoje em dia o jornal continua sendo da família Frias, dona também do *Grupo Folha*, proprietário do jornal, e tem como presidente o empresário Luiz Frias e como diretor editorial Otavio Frias Filho, filhos de Octavio frias de Oliveira, que foi dono do jornal até 2008, o ano de sua morte (FOLHA.UOL.COM.BR, 2014). O jornal é produzido na cidade de São Paulo e distribuído em todo o país por R$ 3,00 de segunda-feira a sábado e R$ 5,00 aos domingos. As charges de 2011 da *Folha de S. Paulo* foram assinadas em sua maioria por quatro chargistas: Angeli, Benett, Jean Galvão e João Montanaro, algumas charges ainda foram assinadas por Mandrade. Na *Folha*, as charges geralmente são publicadas na página A2, destinada ao editorial da publicação, não assinado, e a outras colunas assinadas.

c) Síntese do perfil do Correio Braziliense

O jornal *Correio Braziliense* (CB), sediado em Brasília, DF, foi fundado em 21 de abril de 1960 por Assis Chateaubriand, seu nome faz referência ao antigo jornal *Correio Braziliense* ou *Armazém Literário*[22], que circulou no Brasil em 1808. O CB faz parte do *Grupo Diários Associados*, um dos maiores conglomerados de mídia do país, com veículos espalhados por todo o Brasil. É vendido na banca a R$ 2,00 de segunda-feira a sábado e a R$ 3,00 aos domingos. Seu atual presidente é Álvaro Teixeira da Costa (DIARIOSASSOCIADOS.COM.BR, 2014). No CB as charges são publicadas na página de opinião, que apesar de não ter uma numeração fixa, geralmente estão na 19 ou 21. Durante o ano de 2011, publicaram no CB os chargistas Kacio, Kléber, Son Salvador, Jarbas e Samuca.

d) Síntese do perfil do Jornal do Commercio

O *Jornal do Commercio* (JC), sediado em Recife, PE, foi fundado em 13 de abril de 1919 pelo empresário brasileiro Francisco Pessoa de Queirós. O JC é integrante do *Sistema*

---

[21] Ranking disponível em: <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil>.

[22] O antigo jornal Correio Braziliense ou Armazém Literário foi fundado por Hipólito José da Costa em 1º de junho de 1808 e editado por ele em Londres até dezembro de 1822 é considerado o primeiro jornal brasileiro (SODRÉ, 2011, p. 45-47).

Jornal do Commercio de Comunicação, que com o slogan “Orgulho de ser nordestino” é dono de emissoras de rádio e de televisão, além de publicações impressas e sites, cuja atuação principal se dá na região nordeste do país. Seu atual presidente é João Carlos Paes Mendonça, dono também do Grupo que leva seu nome e que atua em outros setores, além de comunicação, como shoppings centers e empreendimentos imobiliários. (NE10.UOL.COM.BR, 2014a; NE10.UOL.COM.BR, 2014b; JCPM.COM.BR, 2014). Atualmente, o preço do JC nas bancas é de R$ 1,80, de segunda-feira a sábado e R$ 3,00 aos domingos. As charges do JC em 2011 foram assinadas pelos chargistas Miguel e Humberto, e foram publicadas na página *Opinião JC*, que não tem número fixo.

e) Síntese do perfil do Diário do Amazonas

Fundado em 14 de março de 1986, o Jornal *Diário do Amazonas* (DAM) é o “caçula” entre os jornais que compõem o corpus desta dissertação, com apenas 29 anos de história (em 2014), e faz parte da *Rede Diário de Comunicação*, criada também em 1986, pelo empresário amazonense Cassiano Anunciação, que preside a Rede até os dias de hoje. Além do DAM, fazem parte da *Rede* o *Jornal Dez Minutos*, o de maior circulação na região norte (mas que não publica charges), o *portal D24AM.com* e a emissora de televisão *Record News Amazonas*. O DAM é produzido em Manaus, AM, e vendido a R$ 1,00 de segunda-feira a sábado e a R$ 2,00 aos domingos. Quando fundado tinha uma linha editorial popular, dedicando-se a cobrir o cotidiano da capital amazonense. Após algumas reformas editoriais, atualmente é voltado à cobertura de economia e política, sendo que o *Dez Minutos*, criado em 2008 e vendido a R$ 0,25 passou a cobrir os antigos temas do DAM. (SENADO.GOV.BR, 2014; D24AM.COM, 2014a; D24AM.COM, 2014b). No *Diário do Amazonas*, apenas um chargista assinou as charges publicadas em 2011 a que tivemos acesso: Junior Lima, publicadas na página 03, intitulada *Opinião*.

4.2 Análise de conteúdo

Entendendo que cada problema de pesquisa, bem como cada objeto, pede métodos diferentes para chegar ao objetivo em questão, propomos uma construção metodológica para trabalhar a charge que combine o método de análise de conteúdo, segundo Bardin (1977), com foco na categorização dos temas, uma vez que estes se referem aos acontecimentos mais destacados pela mídia em 2011, com uma interpretação baseada em nossa revisão bibliográfica e questões de pesquisa dela suscitadas.

Para a fase de interpretação, levamos em consideração as características do nosso objeto-sujeito, a charge, e na trajetória histórica de nosso sujeito-objeto, a mulher brasileira, sua história política e de representação na mídia. Ainda na fase interpretativa, recorreremos às questões de pesquisa levantadas no decorrer dos capítulos anteriores desta dissertação, bem como nas que exporemos a diante.

Na definição de Bardin, a análise de conteúdo é "[...] um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens", ainda de acordo com a autora sua intenção é a "[...] inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção) inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)" (1977, p. 38).

Esta análise é realizada em três etapas: a primeira compreende a pré-análise, na qual será definido o *corpus*; a segunda consiste na exploração do material, na qual o *corpus* é tratado e separado em categorias; e a terceira é composta pelo tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

4.2.1 Pré-análise – definição do *corpus*

Segundo Bardin (1977, p. 95), a pré-análise é a fase de organização. Ela "[...] corresponde a um período de intuições, mas tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise". Assim, esta etapa tem como foco definir o *corpus*, formular objetivos e hipóteses (caso seja possível).

Assim, os critérios para escolha dos jornais que compõem o *corpus* deste estudo foram:

a) Contemplar um jornal de cada região do país;
b) O jornal deve publicar charges regularmente;
c) A possibilidade de acesso ao conteúdo do jornal – seja pela Internet ou bibliotecas e hemerotecas;
d) A média de circulação da publicação, tendo como base o Instituto Verificador de Circulação (IVC) e o relatório Mídia Dados.

Desta forma, na região Norte foi escolhido o *Diário do Amazonas*, já que o *Jornal Dez Minutos* e o *Diário do Pará*, os dois de maior circulação, não publicam charges regularmente. Na região Centro Oeste o Correio Braziliense foi escolhido por estar em Brasília, sede do Poder Executivo Nacional. Na Região Nordeste o *Diário do Commercio* (PE) foi escolhido

porque o *Correio**, maior diário da região, não publica charges regularmente. No Sudeste escolhemos a *Folha de S. Paulo* por sua tradição nas charges e facilidade de acesso. O Zero Hora foi escolhida para representar a região Sul por reunir todas as características que buscávamos: é o maior jornal, em tiragem, da região, publica charges regularmente e conseguimos acessá-la no setor de pesquisas do Museu de Comunicação Hipólito José da Costa, na capital gaúcha.

A tabela abaixo mostra as médias de circulação dos periódicos escolhidos, levando em consideração as pesquisas do Instituto Verificador de Circulação (IVC) referentes à média diária de circulação, no período de janeiro a dezembro de 2012, disponibilizada no relatório do Mídia Dados 2013.

Tabela 5 – Média de Circulação dos Jornais

Jornal	Média de Circulação	Colocação Nacional	Colocação Regional
Folha de S. Paulo	298.100	2º	2º na região Sudeste
Zero Hora	186.100	6º	1º na região Sul
Correio Braziliense	57.400	22º	2º na região Centro Oeste
Jornal do Commercio	42.500	27º	2º na região Nordeste
Diário do Amazonas	7.200	86º	3º na região Norte

Fonte: http://midiadadosrdp.digitalpages.com.br/html/reader/119/15659, adaptada pela autora.

O recorte temporal utilizado foi o primeiro ano de mandato da presidente Dilma Rousseff. Sendo que todas as charges de 2011 foram olhadas nos jornais *Zero Hora*, *Folha de S. Paulo*, Correio *Braziliense* e *Jornal do Commercio*. Já o *Diário do Amazonas* não teve todas as suas edições observadas, por impossibilidade no acesso ao material em tempo hábil para concluir esta dissertação.

A seleção das charges analisadas levou em consideração a presença da representação gráfica de Dilma Rousseff, assim, apenas as charges que continham uma caricatura da presidente entraram no *corpus*. Esta seleção resultou num *corpus* composto por 322[23] charges, conforme mostra a tabela 6. Destas, porém, apenas 303 serão tratadas de forma quantitativa,

[23] Ao depararmos com um corpus tão extenso e com uma heterogeneidade característica da charge, optamos por oferecer um panorama da charge nacional, suas diferenças e aproximações, quais temas foram abordados e deixados para trás, em detrimento de uma análise mais aprofundada de uma charge ou grupo de charges. Esta opção se deu por não conhecermos outro trabalho que tenha feito isso e por acreditarmos que este primeiro trabalho pode contribuir para pesquisas posteriores. Pretendemos em trabalhos futuros subdividir este corpus para ter uma análise mais aprofundada e qualitativa.

uma vez que as 19 publicadas pelo Diário do Amazonas não podem receber o mesmo tratamento das demais, pois não foi possível o acesso a todas as edições de 2011 deste jornal.

Tabela 6 – Composição do *corpus*

	Zero Hora	**Folha de S. Paulo**	**Correio Braziliense**	**Jornal do Commercio**	**Diário do Amazonas**
Janeiro/2011	03	05	08	10	01
Fevereiro/2011	04	00	08	09	00
Março/2011	03	05	08	04	02
Abril/2011	05	04	07	04	00
Maio/2011	02	04	06	03	01
Junho/2011	05	05	09	07	01
Julho/2011	03	08	12	07	01
Agosto/2011	08	06	12	10	01
Setembro/2011	10	08	10	08	02
Outubro/2011	10	01	08	06	03
Novembro/2011	06	02	09	07	01
Dezembro/2011	05	06	06[24]	07	06
TOTAL	**64**	**54**	**103**	**82**	**19**

Material coletado e trabalhado pela autora.

4.2.2 Exploração do material – categorização

Na etapa da exploração do material o *corpus* é tratado e distribuído em categorias. Segundo a autora, "[...] A categorização tem como primeiro objetivo fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos" (BARDIN, 1977, p. 101-119). A pesquisadora afiança que uma boa categorização deve possuir as seguintes qualidades: a) a exclusão mútua – cada elemento não pode aparecer em mais de uma categoria; b) a homogeneidade – um único princípio de organização deve governar a

[24] Em dezembro de 2011 o Correio Braziliense publicou seis charges com a representação de Dilma Rousseff, porém duas delas foram repetidas em dias diferentes, o que totalizou no período oito publicações de charges com a presidente. Porém, trabalhamos com o número de charges publicadas sem considerar as repetições.

disposição das categorias; c) a pertinência – diz respeito à categoria ser adequada ao material, devendo refletir as intenções da investigação, do analista e ou às características das mensagens; d) a objetividade e a fidelidade – trata-se da definição clara das variáveis e índices que determinam a entrada de um elemento numa categoria; e e) a produtividade – um conjunto de categorias é produtivo se fornece resultados férteis em índices de inferências, hipóteses novas e dados exatos (BARDIN, 1977, p. 120-121).

Como vimos anteriormente as charges são feitas a partir de fatos noticiados, portanto para a definição das categorias, o material nos possibilitou uma divisão por temas muito semelhante a que acontece com as editorias de um jornal, reunimos as charges a partir de seus fatos. Algumas charges abordam mais de um assunto e foram classificadas de acordo com o fato motivador para a criação da charge. É muito importante aqui destacar que a categorização foi feita por tema e não pela representação sobre o tema construída na charge. Após a observação do material, construímos as seguintes categorias:

- **Aceitação e atuação de Dilma:** reúne as charges que tratam das pesquisas de aprovação do governo Dilma, bem como dos rankings e outros temas que a envolvem de maneira pessoal;
- **Economia nacional:** agrupa as charges sobre a economia nacional, seus índices, como PIB, inflação, taxas de juros etc.;
- **Eleição:** compreende as charges cujo tema seja a eleição da presidente Dilma;
- **Esportes:** contem as charges cujo tema se volte aos esportes;
- **Internacional:** abrange as charges que tem como tema central as relações internacionais estabelecidas e/ou comparativas entre o Brasil e outros países, bem como entre a presidente e outras autoridades internacionais. São charges sobre as visitas oficiais recebidas e feitas, o Brasil na Onu, rankings etc.;
- **Legislativo:** reúne as charges que se voltaram à temática das leis, como a comissão da verdade e o código florestal;
- **Relações políticas:** compreende as charges que abordam o relacionamento de Dilma com os demais políticos e partidos brasileiros, seja de sua base aliada ou oposição, bem como sobre a atuação destes atores;
- **Problemas estruturais:** contem as charges sobre problemas ocorridos durante o primeiro ano de mandato, tais como enchentes e falhas tecnológicas, mas que não falam de programas do governo especificamente;

- **Programas governamentais:** reúne as charges sobre programas do governo, tais como PAC, Minha Casa Minha Vida.

Esta categorização foi resultante do material observado e pode ser vista abaixo, por jornal, juntamente com algumas informações sobre os periódicos. Antes, enfatizamos que os dados aqui levantados, a partir da categorização, serão trabalhados, quantificados e interpretados no próximo capítulo.

a) Categorização do jornal *Zero Hora*

A tabela 7, a seguir, apresenta e categoriza as charges publicadas pelo jornal Zero Hora ao longo de 2011. Este material foi coletado pela autora desta dissertação no Museu da Comunicação Hipólito José da Costa, em Porto Alegre.

Tabela 7 – Charges do Zero Hora

Marco Aurélio, 03 de janeiro de 2011. Categoria: Relações políticas	Marco Aurélio, 09 de janeiro de 2011. Categoria: Esportes
Marco Aurélio, 26 de janeiro de 2011. Categoria: Relações políticas	Marco Aurélio, 04 de fevereiro de 2011. Categoria: Aceitação e aprovação de Dilma

Marco Aurélio, 16 de fevereiro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 23 de fevereiro de 2011.
Categoria: Aceitação e atuação de Dilma

Marco Aurélio, 22 de fevereiro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 06 de março de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 21 de março de 2011.
Categoria: Internacional

Marco Aurélio, 22 de março de 2011.
Categoria: Internacional

Marco Aurélio, 04 de abril de 2011.
Categoria: Aceitação e atuação de Dilma

Marco Aurélio, 05 de abril de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 16 de abril de 2011.
Categoria: Internacional

Marco Aurélio, 18 de abril de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 25 de abril de 2011.
Categoria: Economia nacional

Marco Aurélio, 07 de maio de 2011.
Categoria: Economia nacional

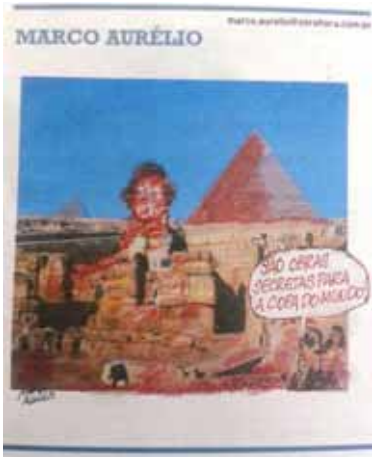
Marco Aurélio, 20 de maio de 2011.
Categoria: Economia nacional

Marco Aurélio, 07 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 13 de junho de 2011.
Categoria: Internacional

Marco Aurélio, 23 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 26 de junho de 2011.
Categoria: Esportes



Marco Aurélio, 27 de junho de 2011.
Categoria: Problemas estruturais

Marco Aurélio, 15 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 20 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 24 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 04 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 06 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 11 de agosto de 2011.
Categoria: Esportes

Marco Aurélio, 13 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 18 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 20 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 21 de agosto de 2011.
Categoria: Internacional

Marco Aurélio, 22 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 02 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 08 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 18 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 19 de setembro de 2011.
Categoria: Internacional

Marco Aurélio, 21 de setembro de 2011.
Categoria: Internacional

Marco Aurélio, 22 de setembro de 2011:
Categoria: Internacional

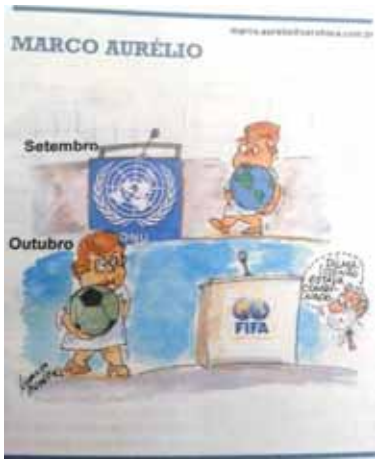
Marco Aurélio, 25 de setembro de 2011.
Categoria: Internacional

Marco Aurélio, 26 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 27 de setembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Marco Aurélio, 30 de setembro de 2011.
Categoria: Internacional

Marco Aurélio, 03 de outubro de 2011.
Categoria: Internacional



Marco Aurélio, 05 de outubro de 2011.
Categoria: Esportes

Marco Aurélio, 06 de outubro de 2011.
Categoria: Internacional

Marco Aurélio, 10 de outubro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Marco Aurélio, 15 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 16 de outubro de 2011.
Categoria: Programas governamentais

Marco Aurélio, 23 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 24 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 27 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 29 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 08 de novembro de 2011.
Categoria: Aceitação e atuação de Dilma

Marco Aurélio, 11 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 16 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 18 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 20 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 23 de novembro de 2011.
Categoria: Esportes

Marco Aurélio, 01 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 03 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 07 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Marco Aurélio, 09 de dezembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Marco Aurélio, 15 de dezembro de 2011.
Categoria: Aceitação e atuação de Dilma

Material coletado e trabalhado pela autora.

Adiantando brevemente o que será tratado no próximo capítulo, apresentamos os números da categorização de *Zero Hora*: a categoria “Aceitação e aprovação de Dilma” contou com cinco charges; “Economia Nacional”, com seis; “Esportes”, com cinco charges; “Internacional”, 12; “Problemas estruturais” e “Programas governamentais” com uma charge cada; “Relações políticas”, 34; as categorias “Eleição” e “Legislativo” não foram contempladas nas charges do Zero Hora. No total, o jornal publicou 64 charges com a representação da presidente Dilma em 2011.

b) Categorização do jornal Folha de S. Paulo

Abaixo, apresentamos e categorizamos as charges publicadas pela Folha de S. Paulo com a representação gráfica de Dilma Rousseff ao longo de 2011. O material foi coletado pela autora desta dissertação via internet[25]:

Tabela 8 – Charges da Folha de São Paulo

 Angeli, 04 de janeiro de 2011. Categoria: Eleição	 Angeli, 06 de janeiro de 2011. Categoria: Eleição
 João Montanaro, 08 de janeiro de 2011. Categoria: Programas governamentais	 Angeli, 09 de janeiro de 2011. Categoria: Relações políticas

[25] Todas as edições do jornal Folha de S. Paulo estão disponíveis no site: <http://acervo.folha.com.br/>.

Jean Galvão, 19 de janeiro de 2011.
Categoria: Problemas estruturais

Jean Galvão, 16 de março de 2011.
Categoria: Internacional

Jean Galvão, 18 de março de 2011.
Categoria: Internacional

João Montanaro, 19 de março de 2011.
Categoria: Internacional

Angeli, 21 de março de 2011.
Categoria: Internacional

Benett, 28 de março de 2011.
Categoria: Internacional

Benett, 11 de abril de 2011.
Categoria: Internacional

Angeli, 12 de abril de 2011.
Categoria: Internacional

Benett, 25 de abril de 2011.
Categoria: Economia nacional

Jean Galvão, 27 de abril de 2011.
Categoria: Economia nacional

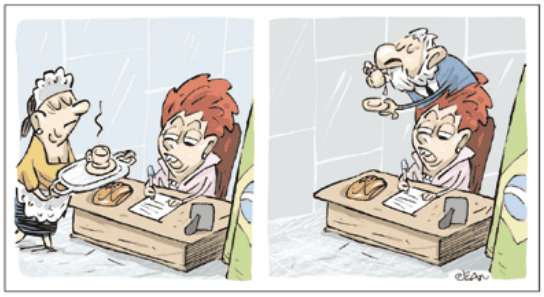
João Montanaro, 21 de maio de 2011.
Categoria: Relações políticas

Jean Galvão, 27 de maio de 2011.
Categoria: Relações políticas

João Montanaro, 28 de maio de 2011.
Categoria: Relações políticas

Angeli, 29 de maio de 2011.
Categoria: Relações políticas

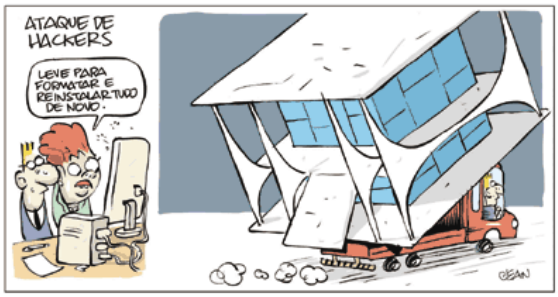
Angeli, 03 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas



Jean Galvão, 08 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

João Montanaro, 11 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Angeli, 23 de junho de 2011.
Categoria: Legislativo

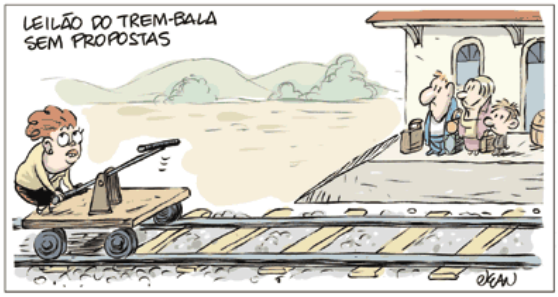


Jean Galvão, 24 de junho de 2011.
Categoria: Problemas estruturais

Jean Galvão, 08 de julho de 2011.
Categoria: Economia nacional

João Montanaro, 09 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

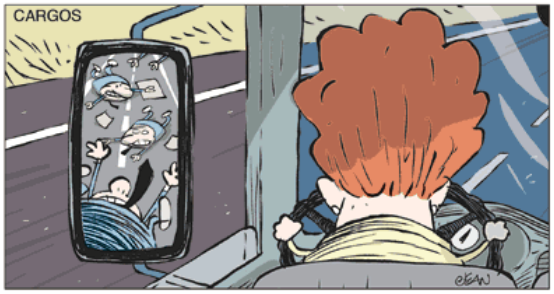
Angeli, 11 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas



Jean Galvão, 12 de julho de 2011.
Categoria: Economia nacional

Jean Galvão, 17 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Angeli, 19 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas



Jean Galvão, 20 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Benett, 28 de julho de 2011.
Categoria: Economia nacional

João Montanaro, 06 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Angeli, 08 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

João Montanaro, 13 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

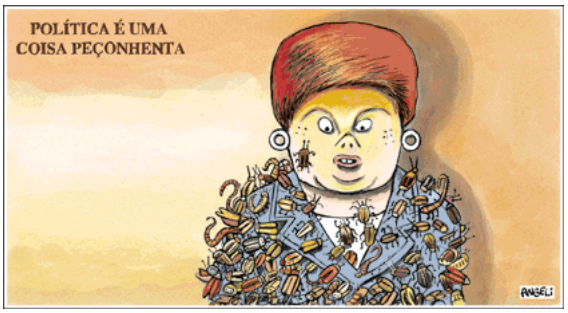
Jean Galvão, 14 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Jean Galvão, 19 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

João Montanaro, 20 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Angeli, 24 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

João Montanaro, 17 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

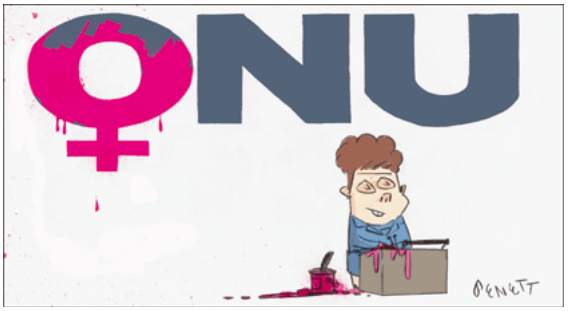


Angeli, 18 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

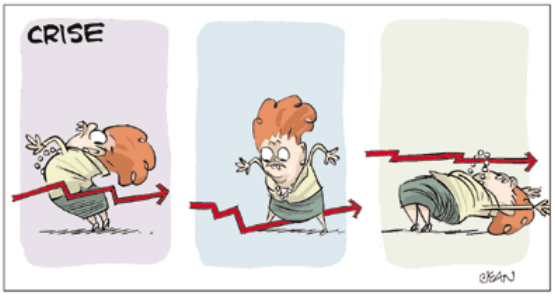
Benett, 19 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Jean Galvão, 20 de setembro de 2011.
Categoria: Internacional

Angeli, 21 de setembro de 2011.
Categoria: Internacional



Benett, 22 de setembro de 2011.
Categoria: Internacional



Jean Galvão, 25 de setembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Benett, 06 de outubro de 2011.
Categoria: Internacional

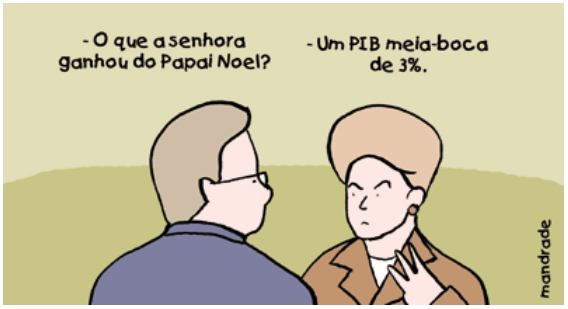
Benett, 04 de novembro de 2011.
Categoria: Internacional

Mandrade, 06 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Benett, 02 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Mandrade, 05 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Benett, 19 de dezembro de 2011.
Categoria: Economia nacional



Mandrade, 26 de dezembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Jean Galvão, 27 de dezembro de 2011. Categoria: Programas governamentais	Benett, 28 de dezembro de 2011. Categoria: Internacional

Material coletado e trabalhado pela autora.

Assim, os números da categorização da *Folha de S. Paulo* são: “Aceitação e aprovação de Dilma”, nenhuma charge; “Economia Nacional”, oito charges; “Eleição” duas charges; “Esportes”, nenhuma charge; “Internacional” 13 charges; “Legislativo”, uma charge; “Problemas estruturais”, duas charges; “Programas governamentais”, também duas charges e “Relações políticas”, 26 charges, totalizando 54 charges no período analisado.

c) Categorização do jornal *Correio Braziliense*

A tabela 9 apresenta e categoriza as charges do Correio Braziliense. O material foi coletado pela autora na Biblioteca do Senado Federal, em Brasília.

Tabela 9 – Charges do Correio Braziliense

Son Salvador, 04 de janeiro de 2011. Categoria: Relações políticas	Son Salvador, 10 de janeiro de 2011. Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 13 de janeiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Jarbas, 19 de janeiro de 2011.
Categoria: Eleição

Samuca, 21 de janeiro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Samuca, 22 de janeiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 25 de janeiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 28 de janeiro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 01 de fevereiro de 2011.
Categoria: Internacional

Kacio, 07 de fevereiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 09 de fevereiro de 2011.
Categoria: Problemas estruturais

Kacio, 11 de fevereiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 14 de fevereiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 19 de fevereiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 20 de fevereiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 26 de fevereiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 02 de março de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 05 de março de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 06 de março de 2011.
Categoria: Economia nacional

Son Salvador, 14 de março de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 15 de março de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 19 de março de 2011.
Categoria: Internacional

Kacio, 20 de março de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 31 de março de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 05 de abril de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 14 de abril de 2011.
Categoria: Internacional

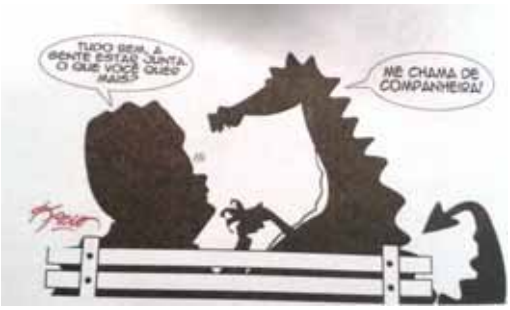
Kacio, 18 de abril de 2011.
Categoria: Internacional

Kacio, 22 de abril de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 25 de abril de 2011.
Categoria: Internacional

Kacio, 26 de abril de 2011.
Categoria: Aceitação e Atuação de Dilma

Kacio, 30 de abril de 2011.
Categoria: Economia nacional



Kacio, 07 de maio de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 08 de maio de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 14 de maio de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 15 de maio de 2011.
Categoria: Internacional

Son Salvador, 24 de maio de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 28 de maio de 2011.
Categoria: Legislativo

Kacio, 03 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 04 de junho de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 06 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kleber, 09 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 11 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 13 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 16 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Samuca, 24 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 28 de junho de 2011.
Categoria: Economia

Kacio, 02 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 07 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 09 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 15 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 19 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 21 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Samuca, 22 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Samuca, 23 de julho de 2011.
Categoria: Problemas estruturais

Samuca, 24 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 25 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 27 de julho de 2011.
Categoria: Internacional

Kacio, 28 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 01 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 05 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 06 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 10 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 11 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 13 de agosto de 2011.
Categoria: Esportes

Kacio, 15 de agosto de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kleber, 17 de agosto de 2011.
Categoria: Aceitação e atuação de Dilma

Kleber, 18 de agosto de 2011.
Categoria: Internacional

Son Salvador, 22 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 27 de agosto de 2011.
Categoria: Aceitação e atuação de Dilma

Kleber, 31 de agosto de 2011.
Categoria: Aceitação e atuação de Dilma

Son Salvador, 02 de setembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Samuca, 03 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 07 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 09 de setembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Son Salvador, 17 de setembro.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 20 de setembro de 2011.
Categoria: Internacional

Kacio, 21 de setembro de 2011.
Categoria: Internacional

Kacio, 22 de setembro de 2011.
Categoria: Internacional

Kacio, 24 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 29 de setembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kleber, 05 de outubro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kleber, 18 de outubro de 2011.
Categoria: Internacional

Kleber, 19 de outubro de 2011.
Categoria: Internacional

Kacio, 26 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 27 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 29 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 30 de outubro de 2011.
Categoria: Esportes

Kacio, 31 de outubro de 2011.
Categoria: Aceitação e atuação de Dilma

Kacio, 01 de novembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Son Salvador, 04 de novembro de 2011.
Categoria: Internacional

Kacio, 07 de novembro de 2011.
Categoria: Internacional

Kacio, 10 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kacio, 12 de novembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kacio, 13 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 17 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 21 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 22 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Samuca, 01 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 02 e 21 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Son Salvador, 12 e 22 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Kleber, 13 de dezembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Son Salvador, 25 de dezembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Kleber, 28 de dezembro de 2011.
Categoria: Internacional

Material coletado e trabalhado pela autora

A categorização do Correio Braziliense constatou os seguintes números: “Aceitação e aprovação de Dilma”, cinco charges; “Economia Nacional”, 34 charges; “Eleição”, uma; “Esportes”, duas charges; “Internacional”, 16; “Legislativo”, uma charge; “Problemas estruturais”, duas; “Programas governamentais” nenhuma charge; e “Relações políticas”, 42, totalizando 103 charges com a representação da presidente Dilma em 2011.

d) Categorização do *Jornal do Commercio*

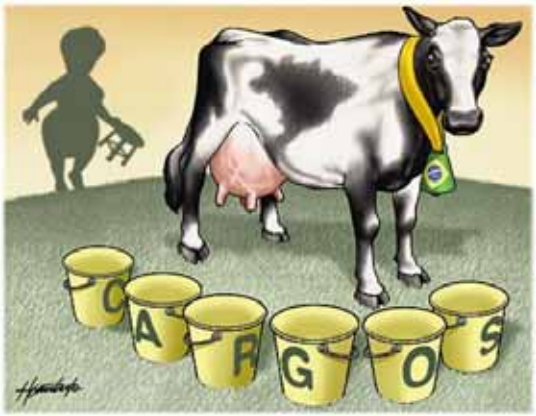
Abaixo, a tabela 10 apresenta e categoriza as charges publicadas pelo Jornal do Commercio em 2011. O material foi coletado pela autora via internet[26], onde o JC mantem a melhor plataforma de busca de charges entre os jornais estudados nesta dissertação.

Tabela 10 – Charges do Jornal do Commercio

 Humberto, 01 de janeiro de 2011. Categoria: Eleição	 Humberto, 02 de janeiro de 2011. Categoria: Eleição
 Miguel, 03 de janeiro de 2011. Categoria: Eleição	 Humberto, 04 de janeiro de 2011. Categoria: Eleição

[26] As charges do JC estão disponíveis para consulta por data de interesse em: <http://jconlineinteratividade.ne10.uol.com.br/charge/>.

Miguel, 07 de janeiro de 2011.
Categoria: Relações políticas



Humberto, 08 de janeiro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 11 de janeiro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 12 de janeiro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 16 de janeiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Humberto, 22 de janeiro de 2011.
Categoria: Problemas estruturais

Miguel, 05 de fevereiro de 2011.
Categoria: Problemas estruturais

Humberto, 06 de fevereiro de 2011.
Categoria: Problemas estruturais

Miguel, 11 de fevereiro de 2011.
Categoria: Problemas estruturais

Humberto, 13 de fevereiro de 2011.
Categoria: Problemas estruturais

Humberto, 14 de fevereiro de 2011.
Categoria: Problemas estruturais

Miguel, 19 de fevereiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Humberto, 20 de fevereiro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 21 de fevereiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Humberto, 27 de fevereiro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Miguel, 03 de março de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 04 de março de 2011.
Categoria: Economia nacional

Humberto, 08 de março de 2011.
Categoria: Economia nacional

Miguel, 27 de março de 2011.
Categoria: Aceitação e atuação de Dilma

Humberto, 03 de abril de 2011.
Categoria: Economia nacional

Humberto, 12 de abril de 2011.
Categoria: Economia nacional

Humberto, 24 de abril de 2011.
Categoria: Economia nacional

Humberto, 28 de abril de 2011.
Categoria: Economia nacional

Humberto, 08 de maio de 2011.
Categoria: Economia nacional

Humberto, 10 de maio de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 30 de maio de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 04 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 11 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 12 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 14 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 17 de junho de 2011.
Categoria: Legislativo

Humberto, 18 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 23 de junho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 02 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 03 de julho de 2011.
Categoria: Problemas estruturais

Humberto, 10 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 13 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 22 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 26 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 29 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 06 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 08 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 14 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 15 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 16 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 17 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 18 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 21 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 28 de agosto de 2011.
Categoria: Aceitação e atuação de Dilma

Miguel, 31 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 05 de setembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Humberto, 07 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 08 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 14 de setembro de 2011.
Categoria: Aceitação e Atuação de Dilma

Miguel, 15 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 20 de setembro de 2011.
Categoria: Internacional

Humberto, 23 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 29 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 03 de outubro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Miguel, 04 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 11 de outubro de 2011.
Categoria: Internacional

Miguel, 18 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 25 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 27 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 09 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 10 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 13 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 15 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

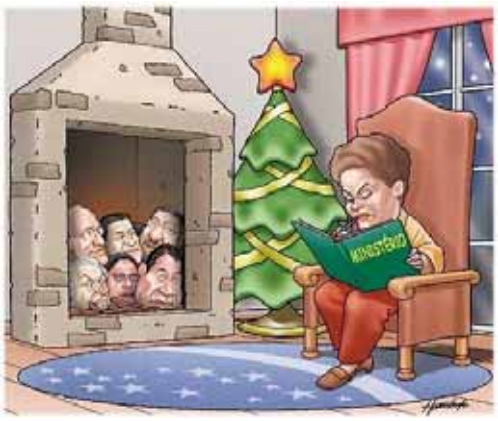
Miguel, 19 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 20 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 27 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 03 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 05 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas



Humberto, 06 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 13 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Humberto, 14 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Miguel, 16 de dezembro de 2011.
Categoria: Economia nacional

Miguel, 17 de dezembro de 2011.
Categoria: Internacional

Material coletado e trabalhado pela autora.

Assim, a categorização do *Jornal do Commercio* totalizou 82 charges, sendo que destas, três pertencem à categoria “Aceitação e aprovação de Dilma”; 14 a “Economia

Nacional”; quatro a “Eleição”; três a “Internacional”; uma a “Legislativo”; sete a “Problemas estruturais”; 50 a “Relações políticas”, e nenhuma às categorias “Programas governamentais” e “Esportes”.

e) Categorização do jornal *Diário do Amazonas*

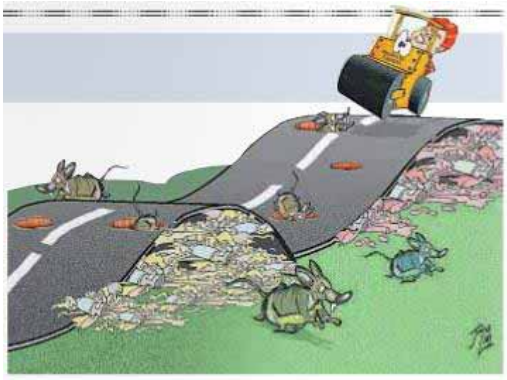
As charges usadas do DAM nesta dissertação foram coletadas de um arquivo que o jornal mantem na internet[27] e estão expostas e categorizadas na tabela 11.

Tabela 11 – Charges do Diário do Amazonas

Júnior Lima, 04 de janeiro de 2011. Categoria: Relações políticas	Júnior Lima, 20 de março de 2011. Categoria: Internacional
Júnior Lima, 23 de março de 2011. Categoria: Programas governamentais	Júnior Lima, 22 de maio de 2011. Categoria: Relações políticas

[27] Algumas edições do Diário do Amazonas estão disponíveis em: <http://diariodoamazonas.virtualpaper.com.br/>. Último acesso em: 07 maio 2014.

Júnior Lima, 12 de junho de 2011.
Categoria: Esportes



Júnior Lima, 24 de julho de 2011.
Categoria: Relações políticas

Júnior Lima, 21 de agosto de 2011.
Categoria: Relações políticas

Júnior Lima, 07 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Júnior Lima, 24 de setembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Júnior Lima, 23 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Júnior Lima, 25 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Júnior Lima, 30 de outubro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Júnior Lima, 27 de novembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Júnior Lima, 02 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Júnior Lima, 04 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

Júnior Lima, 06 de dezembro de 2011.
Categoria: Relações políticas

 Júnior Lima, 14 de dezembro de 2011. Categoria: Relações políticas	 Júnior Lima, 26 de setembro de 2011. Categoria: Economia nacional
 Júnior Lima, 28 de dezembro de 2011. Categoria: Relações políticas	

Material coletado e trabalhado pela autora.

Das 19 charges com a representação de Dilma Rousseff encontradas nos 136 dias de *Diário do Amazonas* observados, 15 pertencem à categoria "Relações políticas"; já as categorias "Economia nacional", "Eleição", "Esportes" e "Internacional", contaram com uma charge cada.

4.2.3 Tratamento dos resultados, inferências e interpretação

De acordo com Bardin (1977), a última fase da Análise de Conteúdo consiste num tratamento dos resultados obtidos com as etapas anteriores e numa interpretação destes resultados.

> Os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos ("falantes") e válidos. Operações estatísticas simples (percentagens), ou mais complexas (análise fatorial), permitem estabelecer quadros de resultados,

> diagramas, figuras e modelos, os quais condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise (BARDIN, 1977, p. 101).

É nesta fase também, segundo a autora, que se pode propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos descritos, bem como descrever descobertas feitas a partir da análise.

No capítulo seguinte apresentamos o tratamento dos dados coletados, bem como as inferências e a nossa interpretação do material.

5 O SUJEITO NO OBJETO: ANÁLISE DO MATERIAL

Ao longo desta dissertação destacamos, em um quadro ilustrado, as nossas questões de pesquisa. Elas foram elaboradas a partir da revisão bibliográfica e histórica realizadas e estão reproduzidas abaixo:

- Dilma Rousseff é representada nas charges a partir da dicotomia homem = espaço público X mulher = espaço privado?
- A eleição de Dilma inspirou alguma charge de nosso corpus a abordar o tema "mulher na política?"
- Quais (e como) foram os estereótipos usados pelas charges analisadas?
- Pensando nos gêneros jornalísticos, como as charges analisadas se encaixariam?
- É possível perceber a linha editorial do jornal por meio das charges?
- Como a presidente Dilma Rousseff foi representada nas charges analisadas?
- Quais as funções jornalísticas encontradas nas charges analisadas?
- Quais os assuntos mais explorados pelas charges?

Neste capítulo estas questões serão respondidas de acordo com o material por nós coletado e categorizado, bem como de acordo nosso referencial teórico, levantamentos históricos e entrevistas com chargistas. O capítulo corresponde também à terceira fase da análise de conteúdo proposta por Bardin e comentada no capítulo anterior.

5.1 Temas mais explorados pelas charges

Uma de nossas questões de pesquisa perguntava sobre os temas e assuntos mais abordados pelas charges ao longo do primeiro ano de mandato de Dilma Rousseff. Ao realizarmos a classificação do material a partir dos temas explorados, chegamos a nove categorias temáticas, descritas no capítulo anterior e aqui relacionadas: a) Aceitação e atuação de Dilma; b) Economia nacional; c) Eleição; d) Esportes; e) Internacional; f) Legislativo; g) Problemas estruturais; h) Programas governamentais e; i) Relações políticas.

A tabela abaixo quantifica a categorização nos quatro jornais que conseguimos observar durante todo o ano de 2011, *Zero Hora*, *Folha de S. Paulo*, *Correio Braziliense* e *Jornal do Commercio*. Já o *Diário do Amazonas*, por não termos conseguido acesso a todas as edições de 2011, estará descrito no tópico seguinte, do contrário influenciaria nos resultados de maneira tendenciosa.

Tabela 12 – Categorização por jornal

	Zero Hora		Folha de S. Paulo		Correio Braziliense		Jornal do Commercio		Total T (a)	
	Nº	% T (a)[28] / % T (b)[29]	**Nº**	% T (a) / % T (b)	**Nº**	% T (a) / % T (b)	**Nº**	% T (a) / % T (b)	**Nº**	**%**
Aceitação e aprovação de Dilma	05	38,5% / 7,8%	00	0% / 0%	05	38,5% / 4,9%	03	23% / 3,6%	13	4,3%
Economia Nacional	06	9,7% / 9,3%	08	12,9% / 14,8%	34	54,8% / 33%	14	22,6% / 17,1%	62	20,5%
Eleição	00	0% / 0%	02	28,6% / 3,7%	01	14,3% / 0,9%	04	57,1% / 4,9%	07	2,3%
Esportes	05	71,4% / 7,8%	00	0% / 0%	02	28,6% / 1,9%	00	0% / 0%	07	2,3%
Internacional	12	27,3% / 18,8%	13	29,5% / 24,1%	16	36,3% / 15,5%	03	6,8% / 3,6%	44	14,5%
Legislativo	00	0% / 0%	01	33,3% / 1,8%	01	33,3% / 1%	01	33,3% / 1,2%	03	1%
Problemas estruturais	01	8,3% / 1,6%	02	16,7% / 3,7%	02	16,6% / 2%	07	58,3% / 8,5%	12	4%
Programas governamentais	01	33,3% / 1,6%	02	66,7% / 3,7%	00	0% / 0%	00	0% / 0%	03	1%
Relações políticas	34	22,4% / 53,1%	26	17,1% / 48,2%	42	27,6% / 40,8%	50	32,9% / 60,9%	152	50,2%
Total - T (b)	64		54		103		82		**303**	

Dados obtidos e trabalhados pela autora.

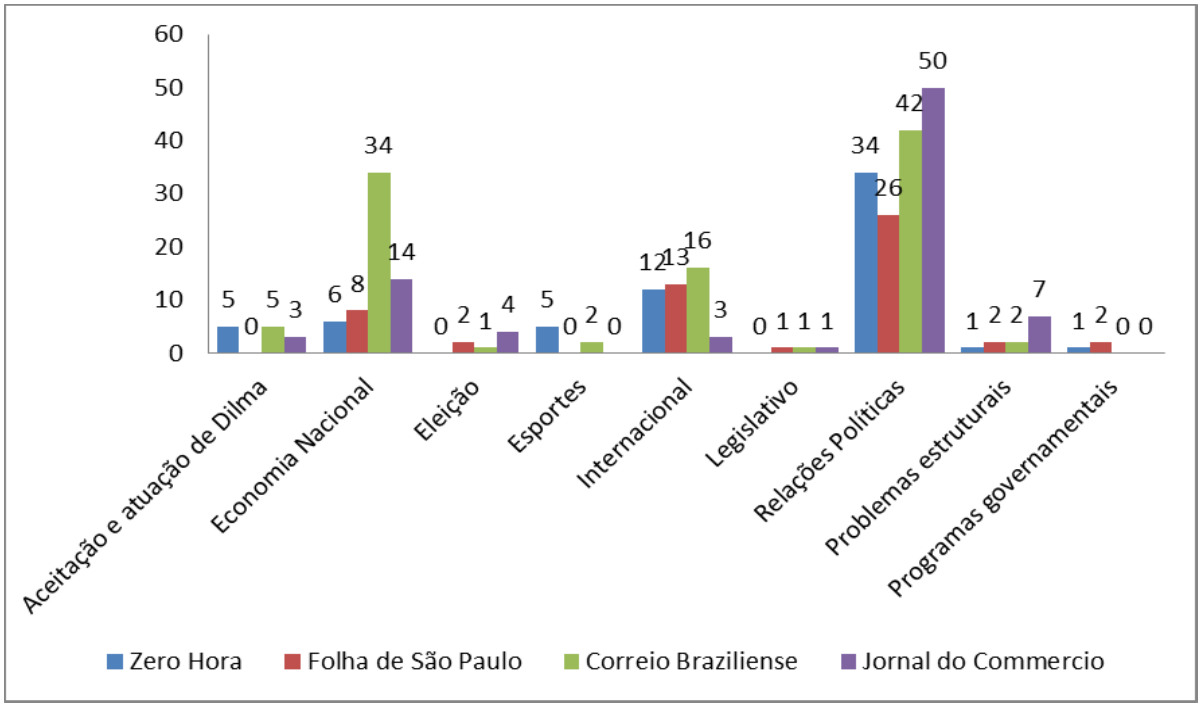
Como é possível notar, o eixo temático mais explorado pelos jornais observados foi o de "Relações políticas", sendo que pouco mais da metade, 152 das 303, charges coletadas encaixam-se nesta temática. Proporcionalmente, o jornal que mais abordou esta temática foi o JC, com 60,9% das charges por ele publicadas dedicadas a este tema. Já o que menos a abordou foi o CB, com 40,8% das 103 charges dedicadas a ele. Nesta categoria, o assunto mais abordado pelas charges, a partir do mês de junho, quando aconteceu a primeira queda ministerial, foram as trocas de ministros, representadas por elas como "faxina ministerial".

[28] Esta porcentagem corresponde a relação entre o jornal e o total de charges publicadas nesta categoria.
[29] Já esta porcentagem corresponde à categoria em relação ao total de charges publicado no jornal.

Antes de junho e algumas vezes após, o assunto mais abordado era a relação de Dilma com sua base aliada, principalmente com o PMDB.

Abaixo, vemos a tabulação em forma de gráfico, facilitando a visualização das semelhanças e diferenças entre as temáticas abordadas pelos quatro jornais:

Gráfico 1 – Categorização por jornal



Dados obtidos e trabalhados pela autora.

Em relação ao total de charges publicadas, o segundo tema mais explorado foi "Economia nacional", com 62 das 303 charges dedicadas a ele, o que corresponde a 20,5% das charges publicadas. Porém, por jornal ele foi o mais publicado em dois dos quatro analisados, o *Correio Braziliense*, com 34 charges e o *Jornal do Commercio*, com 14. Nesta categoria os assuntos mais explorados foram a inflação, o PIB, e os cortes no orçamento.

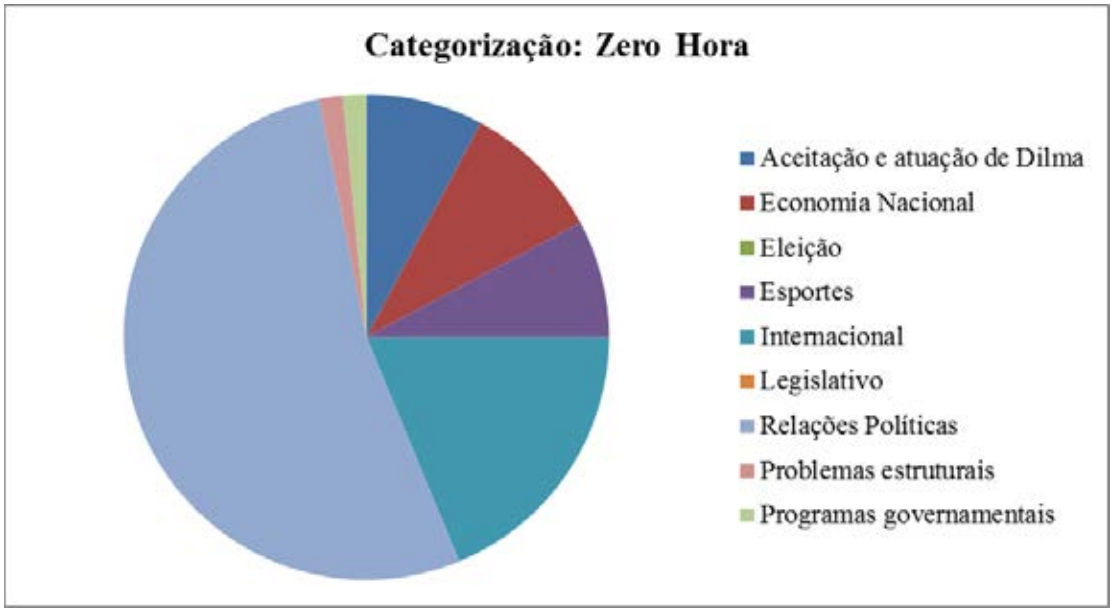
A categoria "Internacional" também foi a segunda mais explorada por dois jornais, a *Folha de S. Paulo* publicou 12 charges sobre o tema, e o Zero Hora, 13. Neste assunto, as charges exploraram as visitas de autoridades internacionais recebidas pelo Brasil, principalmente do presidente dos EUA, Barack Obama, e as viagens oficiais de Dilma a outros países, bem como sua atuação na Assembleia Geral da ONU em setembro de 2011.

Nos próximos tópicos comentaremos os jornais individualmente.

5.1.1 *Zero Hora*

O jornal *Zero Hora* publicou, no período estudado, 64 charges com a representação gráfica da presidente Dilma Rousseff. Destas, 34 charges correspondiam ao tema "Relações políticas", entre as quais os fatos de maior destaque foram as relações da presidente Dilma com a base aliada e as trocas de ministros. Outras 12 charges se dedicaram ao tema "Internacional", focando nas viagens feitas pela presidente, bem como em sua atuação na ONU. O terceiro assunto mais abordado pelo ZH foi "Economia nacional", sendo seis as charges dedicadas a este tema, cujos assuntos focavam na inflação e no PIB. Empatados com cinco charges, estão os assuntos "Aceitação e atuação de Dilma" e "Esportes", sendo o ZH o jornal que mais explorou a temática dos esportes. "Programas governamentais" e "Problemas estruturais" contaram com uma charge cada um. Não houve no Zero Hora charges referindo-se às categorias "Eleição" e "Legislativo".

Gráfico 2 – Categorização Zero Hora

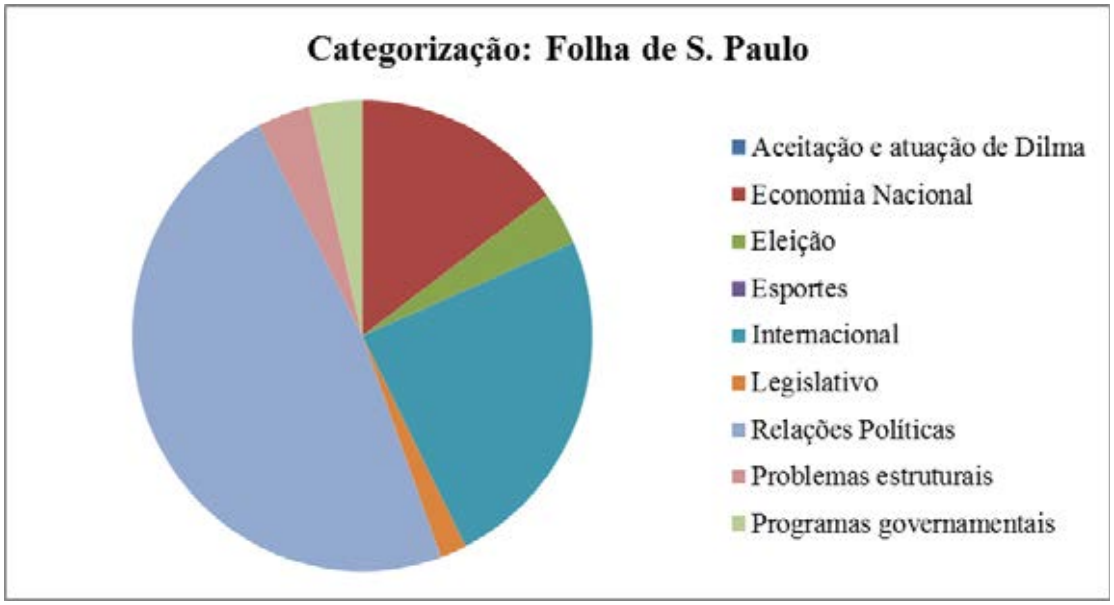


Dados obtidos e trabalhados pela autora.

5.1.2 *Folha de S. Paulo*

A *Folha de S. Paulo* publicou no período analisado 54 charges contendo a representação gráfica de Dilma Rousseff. Assim como no ZH, a categoria mais explorada foi "Relações políticas", com 26 charges, entre os assuntos de maior destaque na categoria estão as relações de Dilma com a base aliada e as trocas de ministros, a presença do ex-presidente Lula também foi muito utilizada nas charges da FSP. A segunda categoria mais explorada foi "Internacional", contemplando 13 charges, tendo como assuntos mais destacados a visita de Obama ao Brasil em março de 2011, a ida de Dilma à China também em março e sua atuação na ONU em setembro. A terceira categoria mais destacada pela FSP foi "Economia nacional", com oito charges. As categorias "Programas governamentais", "Problemas estruturais" e "Eleição" foram tema de duas charges cada uma. "Legislativo" foi o assunto abordado por uma charge da FSP. Já as categorias "Aceitação e atuação de Dilma" e "Esportes" não foram contempladas pela categorização feita nas charges da Folha.

Gráfico 3 – Categorização da Folha de S. Paulo

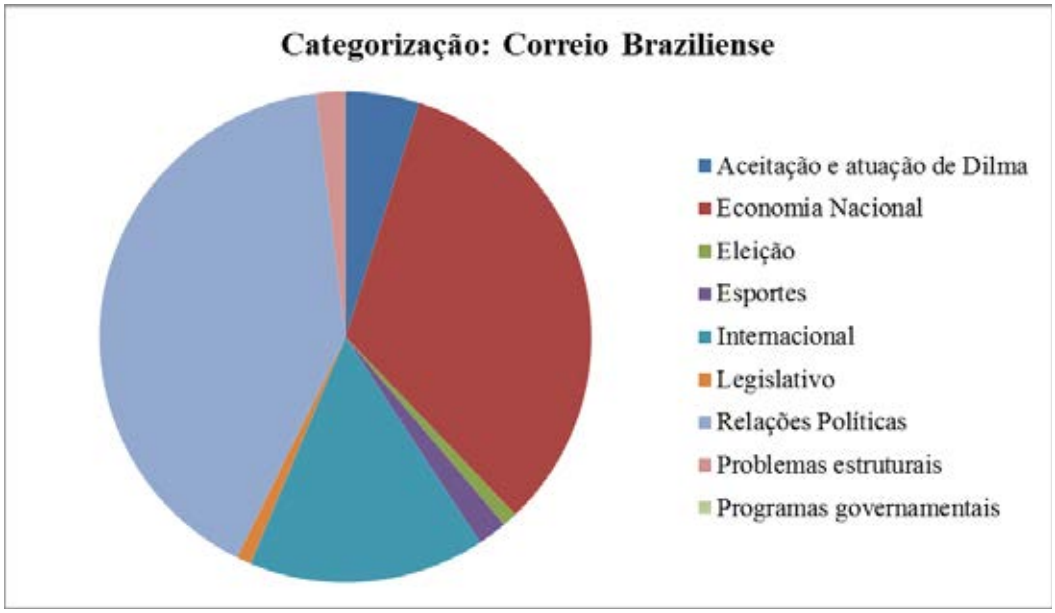


Dados coletados e trabalhados pela autora.

5.1.3 *Correio Braziliense*

Ao longo de 2011 o Correio Braziliense publicou 103 charges com a representação gráfica de Dilma Rousseff, sendo o que mais gerou material para esta dissertação. Dentre elas, 42 foram categorizadas em "Relações políticas", 34 em "Economia nacional", 16 em "Internacional", cinco em "Aceitação e atuação de Dilma", duas em "Problemas estruturais" e em "Esportes", uma em "Legislativo" e "Eleição", e nenhuma em "Programas governamentais". Os assuntos mais explorados dentro da categoria "Relações políticas" foram as trocas ministeriais e a relação de Dilma com a base aliada, principalmente com o PMDB, ainda explorou-se as relações de Dilma com o ex-presidente Lula. Em "Economia nacional" os assuntos mais abordados foram os cortes no orçamento e a inflação, que voltou a ser uma preocupação naquele ano. Na categoria "Internacional", o Correio Braziliense destacou mais a atuação do Brasil diante de outros países, em meio à crise econômica do que as viagens ou visitas recebidas.

Gráfico 4 – Categorização Correio Braziliense

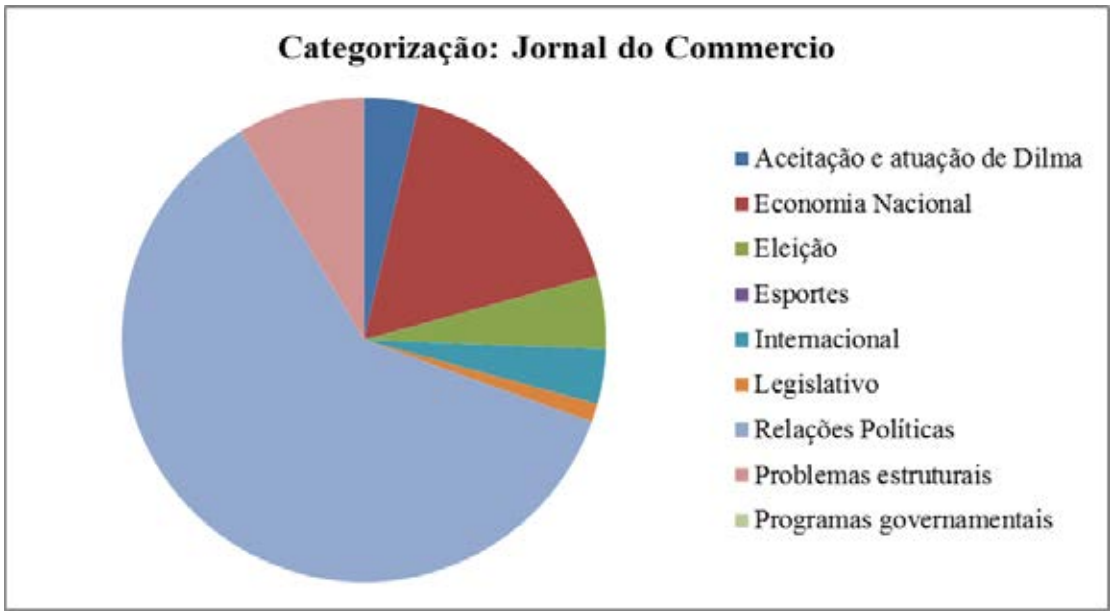


Dados coletados e trabalhados pela autora.

5.1.4 *Jornal do Commercio*

Das 82 charges publicadas pelo *Jornal do Commercio* em 2011, 50 foram categorizadas em "Relações políticas". Foi o jornal que mais explorou esta temática e menos variou entre os temas. O segundo assunto mais explorado pelo JC foi "Economia nacional", com 14 charges. Sete charges falaram sobre os problemas estruturais, sendo seis delas sobre o *blecaut* que aconteceu em vários estados da região nordeste no início de fevereiro daquele ano. A "Eleição" da presidente Dilma foi tema de quatro charges. Enquanto nos três jornais anteriores observamos uma forte exploração dos assuntos relativos a "Internacional", no JC ela foi destaque em apenas três charges. Três também foi o número de charges na categoria "Aceitação e atuação de Dilma". Uma charge dedicou-se ao tema "Legislativo". No JC, durante o período observado, nenhuma charge foi classificada em "Esportes" e em "Programas governamentais". Mais uma vez, os fatos mais abordados dentro de "Relações políticas" foram as trocas de ministros e a relação de Dilma com sua base aliada. Em "Economia nacional", o maior destaque foi para a inflação.

Gráfico 5 – Categorização *Jornal do Commercio*



Dados coletados e trabalhados pela autora.

5.2 Mulher e política nas charges

Ao longo de nosso primeiro capítulo, vimos como a mulher foi privada do espaço público, e socialmente destinada às tarefas privadas do lar, da vida familiar, em detrimento da participação política. Vimos também que esta realidade foi construída inclusive com o auxílio da mídia, que ao longo dos anos representou a mulher a partir de seus papeis sociais na família e como objeto para satisfação masculina, dando pouco e às vezes nenhum espaço para a representação política feminina.

Em torno desta discussão, propusemos uma questão a serem respondidas de acordo com as charges observadas: A eleição de Dilma inspirou alguma charge de nosso corpus a abordar o tema "mulher na política?".

Observamos nas charges pouco espaço para a discussão mulher na política. Assim que eleita Dilma teve a representação de sua conquista muito mais vinculada à imagem do ex-presidente Lula, pois como vimos no capítulo anterior ela era a candidata apoiada por ele, do que como uma mulher que venceu pela primeira vez uma eleição no país.

Figura 9

Fonte: Angeli, FSP, 04/01/2011.

Figura 10

Fonte: Jarbas, CB, 19/01/2011.

Figura 11

Fonte: Miguel, JC, 01/01/2011.

Figura 12

Fonte: Humberto, JC: 03/01/2011.

As quatro charges acima falam mais sobre a vontade de Lula de continuar no governo do que sobre a conquista de Dilma.

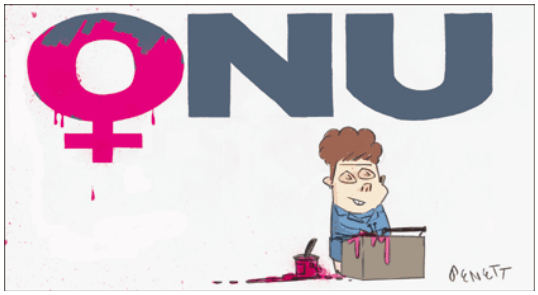
Na Folha de S. Paulo, porém, foi publicada uma charge que reflete a questão da chegada da mulher à presidência. Na charge assinada por Angeli e publicada em 06 de janeiro, o título "Novos tempos" indica a chegada de uma mulher à presidência. Ao olharmos a charge vemos a presidente recém-eleita Dilma sentada em região central, com seis homens, aparentemente seus subordinados, sentados ao redor dela, três à sua esquerda, três à sua direita. Na charge, porém, Dilma usa calça comprida, vestuário por muito tempo atribuído socialmente apenas ao homem, e está com as pernas abertas, enquanto seus subordinados usam salto alto e saias, peças atribuídas ao armário feminino e cruzam suas pernas. A charge nos remete então à ideia de que, apesar de uma mulher ter chegado à presidência, as posições submissas ainda estão a ela reservadas, já que Dilma representada na charge, ao assumir o cargo usou calças, enquanto seus subordinados usaram saias. Outra interpretação possível desta charge é a da simples mudança de papeis, a partir dali as mulheres assumem o comando, enquanto os homens as obedecem. Porém, o uso de saia e salto alto pelos homens da charge, nos levam a interpretá-la muito mais como uma crítica do que como simples retrato destes "novos tempos".

Figura 13

Fonte: Angeli, FSP, 06/01/2011.

Outro momento que proporcionou destaque da presença feminina em âmbitos de poder foi a Assembleia da ONU, em setembro de 2011, na qual Dilma Rousseff foi a primeira mulher a discursar na abertura.

Figura 14



Fonte: Benett, FSP, 22/09/2011.

Figura 15

Fonte: Marco Aurélio, ZH, 18/09/2011.

Figura 16

Fonte: Kacio, CB, 21/09/2011.

Figura 17

Fonte: Miguel, JC, 20/09/2011.

Nesta temática Dilma na ONU, a *Folha de S. Paulo* e o *Jornal do Commercio* optaram por destacar a notícia, o Zero Hora fez uma piada sexista de gosto duvidoso, ao escrever "'ONU'sex" no painel em destaque na charge, e o *Correio Braziliense* implantou o ex-presidente Lula ao lado de Dilma durante o discurso, reforçando a ideia da presença do ex-presidente no governo em vigor..

5.3 A representação de Dilma

Duas de nossas questões de pesquisa se referiam à representação de Dilma, e uma outra perguntava sobre o uso de estereótipos. Ao categorizar o material, percebemos ser possível reunir as três questões neste tópico. São elas: 1) Dilma Rousseff é representada nas charges a partir da dicotomia homem = espaço público X mulher = espaço privado?; 2) Quais

(e como) foram os estereótipos usados pelas charges analisadas?; e 3) Como a presidente Dilma Rousseff foi representada nas charges analisadas?.

As duas primeiras questões, a da dicotomia homem = espaço público x mulher = espaço privado, e a que questiona o uso dos estereótipos podem ser resumidas em apenas uma, pois quando se usaram estereótipos eles referiram-se à dicotomia acima mencionada. Assim, Dilma Rousseff tornava-se "diarista", "faxineira", "dona de casa" ao limpar o cenário político nacional da corrupção, nos episódios das trocas de ministros. Essas funções estão armazenadas no imaginário social como funções femininas e, portanto, o estereótipo mulher dona de casa foi usado na representação da presidente várias vezes nas charges analisadas.

Fora a temática da reforma ministerial, outras "feminices" foram atribuídas à Dilma: salto alto representou a base aliada, contorno de batom e um frango encolhido no forno referiam-se ao pequeno crescimento da economia, o dragão da inflação oferecia produtos de beleza à presidente, servindo como casaco de pele e se casando com ela. Vejamos alguns exemplos:

Figura 18

Fonte: João Montanaro, FSP, 13/08/2011.

Figura 19

Fonte: Benett, FSP, 19/12/2011.

Figura 20

Fonte: Marco Aurélio, ZH, 13/08/2011.

Figura 21

Fonte: Marco Aurélio, ZH, 22/08/2011.

Figura 22

Fonte: Kacio, CB, 19/02/2011.

Figura 23

Fonte: Humberto, JC, 16/12/2011.

Este tipo de representação foi predominante nos jornais *Folha de S. Paulo*, no qual ela muitas vezes aparentava estar perdida, despreparada, e *Zero Hora*, que oscilava uma representação da postura de Dilma como despreparada e como uma governante de "pulso forte".

Assim, além desta representação baseada em estereótipos de gênero social e na atribuição das funções domésticas e de qualidades como vaidade, como algo intrínseco às mulheres, os jornais observados também representaram a presidente por sua personalidade forte, que, socialmente, foge às características femininas e talvez por isso tenha sido tão destacada em Dilma, como vemos nos exemplos a seguir:

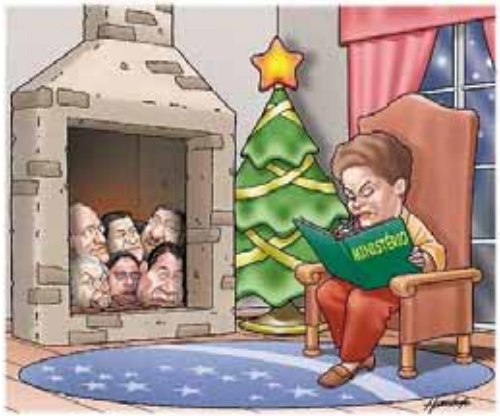
Figura 24

Fonte: Kacio, CB, 06/06/2011.

Figura 25

Fonte: Miguel, JC, 06/08/2011.

Figura 26



Fonte: Humberto, JC, 06/12/2011.

Figura 27

Fonte: Marco Aurélio, ZH, 29/10/2011.

Este tipo de representação, de uma Dilma mais "firme" prevaleceu no *Jornal do Commercio* e no *Correio Braziliense*, porém dividiram espaço com a representação feminina estereotipada. Já a *Folha de S. Paulo* não usou deste tipo de representação.

Além destas duas representações predominantes, Dilma também teve sua imagem vinculada ao ex-presidente Lula, como visto na temática das eleições, e a personagens de histórias infantis e desenhos animados, como mostra alguns exemplos:

Figura 28

Fonte: João Montanaro, FSP, 28/05/2011.

Figura 29

Fonte: Kacio, CB, 03/06/2011.

Figura 30

Fonte: Jean Galvão, FSP, 20/09/2011.

Figura 31

Fonte: Samuca, CB, 24/07/2011.

Figura 32

Fonte: Humberto, JC, 24/04/2011.

Figura 33

Fonte: Miguel, JC, 05/12//2011.

Diante disso, podemos dizer que a principal representação de Dilma se deu a partir de estereótipos de gênero social. Porém, ao colocar Dilma Rousseff como aquela que limpa a sujeira do cenário político nacional, parece-nos que o uso deste estereótipo foi de forma positiva, era uma forma torta de elogiar a postura da presidente.

Mesmo assim, questionamos este uso, pois acreditamos que há outras maneiras de representar uma presidente que combate a corrupção. Dilma, ao contrário do ex-presidente Jânio Quadros, por exemplo, nunca usou a vassoura como *slogan* de campanha. E mesmo tendo assumido um papel importante na troca de ministros em investigação, não recebeu da mídia um título de combatente, mas o de diarista, faxineira, dona de casa. Apesar de os tempos serem outros, podemos pensar em uma comparação com o episódio em que o então governador do Alagoas, Fernando Collor de Mello, recebeu da mídia o título de “caçador de marajás”, o que o ajudou a angariar votos para a eleição presidencial por ele vencida em 1989, tendo ele sofrido um impeachment dois anos depois de assumir a presidência.

Não podemos, porém, garantir que se fosse um homem no mandato ele não receberia um título de diarista, faxineiro ou dono de casa, não temos como afirmar sem fatos para comparar. Porém os exemplos mencionados acima e o histórico da representação da mulher na mídia e os papeis sociais a ela atribuídos, vistos em um dos capítulos desta dissertação reforçam a ideia de que a presidente Dilma Rousseff só foi representada tantas vezes com vassouras nas mãos por ser mulher.

5.4 Charge e jornalismo

Sobre a natureza jornalística da charge, fizemos três perguntas: 1) É possível perceber a linha editorial do jornal por meio das charges?; 2) Quais as funções jornalísticas encontradas nas charges analisadas?; e 3) Pensando nos gêneros jornalísticos, como as charges analisadas se encaixariam?.

Em relação à primeira questão, podemos dizer que as charges aparentam respeitar uma linha editorial do veículo, pois mesmo nos jornais que têm mais de um chargista, como na *Folha*, no *Jornal do Commercio* e no *Correio Braziliense*, não apresentam opiniões divergentes sobre si. O destaque a uns em detrimento de outros assuntos, também nos parece característico de certo respeito a limites editoriais. Porém, para melhor responder esta pergunta acreditamos que seria melhor analisar além das charges, combinando-as com manchetes e editoriais dos jornais em que são publicadas, o que foge aos objetivos deste trabalho.

Já sobre a segunda pergunta, acreditamos, baseado em nossa bibliografia e observação do *corpus*, que a principal função da charge é mesmo opinativa, mas que ela possui uma potencialidade de sugerir informações, seja a curto prazo, quando ao abrir o jornal e se deparar com a charge o leitor, ao não entende-la, busca o assunto a que se refere, seja a longo prazo, como quando ao observar o conjunto de charges que compõem esta dissertação, temos a nossa memória reavivada sobre o primeiro ano do mandato de Dilma Rousseff.

Em relação à discussão entre gêneros jornalísticos, levantada na terceira questão, a charge está mais próxima das considerações do professor Chaparro, quando diz que ela se constrói com informação e opinião, mas também se aproxima das considerações do professor Marques de Melo, já que o seu objetivo está é emitir opiniões. Porém, acreditamos que estas duas características são complementares e não excludentes. Assim, a charge construída com informação e opinião, tem como principal objetivo expor opiniões, mas também é capaz de cumprir um papel informativo.

Outro ponto importante a ser destacado é que quando vimos a história da charge, notamos que ela esteve muitas vezes relacionada à denúncia de abusos, ao protesto, a uma certa “rebeldia”. Porém, nas charges trabalhadas o que vimos foi mais uma repetição das posturas que já costumamos notar nos grandes jornais do que um espaço para reflexão livre e provocativa de mudanças de posicionamentos.

5.5 *Diário do Amazonas*

Não colocamos o *Diário do Amazonas* na tabulação geral dos resultados porque só conseguimos acesso a 136 edições dele publicadas em 2011, o que invalida sua inclusão na análise e comparação com os demais jornais, observados nos 365 dias daquele ano. Assim, dedicamos este tópico à análise individual do DAM.

Gráfico 6 – Categorização Diário do Amazonas

Dados coletados e trabalhados pela autora.

Das 136 edições pesquisadas, 19 continham charges com a representação gráfica da presidente Dilma Rousseff. Destas, 15 se referiam ao tema "Relações políticas", enfatizando as trocas de ministros e as relações de Dilma com a base aliada; uma charge sobre "Economia nacional", sobre inflação; uma sobre a "Eleição" de Dilma, relacionando-a ao ex-presidente Lula; uma sobre "Internacional", trazendo a visita de Obama em março de 2011; e uma sobre "Esportes", na qual a presidente Dilma sugeria ao então técnico da seleção brasileira de futebol, prestes a disputar um amistoso contra a Holanda que a havia eliminado da Copa do Mundo de 2010, a convocação da jogadora Marta.

As representações feitas da presidente Dilma se assemelham àquelas feitas pelos outros quatro jornais. No que diz respeito à categoria "relações políticas" e ao assunto das trocas de ministros, Dilma foi, também no DAM, representada com vassouras nas mãos, como podemos ver nos dois exemplos abaixo:

Figura 34

Fonte: Junior Lima, DAM, 21/08/2011.

Figura 35

Fonte: Junior Lima, DAM, 27/11/2011.

A outra representação predominante de Dilma presente nos demais jornais atribuía à presidente uma “personalidade forte”, um comportamento “severo”. As mesmas características foram encontradas em representações feitas no DAM, como mostram as charges a seguir:

Figura 36

Fonte: Junior Lima, DAM, 23/03/2011.

Figura 37

Fonte: Junior Lima, DAM, 06/12/2011.

Assim como nos outros quatro jornais, Dilma Rousseff teve, no DAM, sua imagem vinculada a do ex-presidente Lula e a personagens de histórias infantis, a exemplo das charges abaixo reproduzidas:

Figura 38

Fonte: Junior Lima, DAM, 04/01/2011.

Figura 39

Fonte: Junior Lima, DAM, 04/12/2011.

Estes resultados apontam para uma similaridade entre o Diário do Amazonas e os outros quatro jornais analisados. A seguir apresentamos as nossas considerações finais, antes reforçamos, em síntese que o primeiro ano de mandato de Dilma Rousseff foi caracterizado nas charges predominantemente a partir das trocas de ministros, abordadas como “faxina” ministerial. Assim, a representação predominante feita da presidente Dilma foi baseada no estereotipo mulher dona de casa, relacionada às tarefas domésticas, de limpeza e não ao cargo político que ela ocupa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme explicitamos na introdução, este trabalho teve objetivo central verificar a representação da presidente Dilma Rousseff e de seu primeiro ano de mandato nas charges jornalísticas. A partir dele, surgiram os seguintes objetivos específicos: a) Fazer um levantamento das charges que retratam a presidente Dilma Rousseff em um jornal de cada região do país; b) Verificar como Dilma Rousseff foi representada nas charges ao longo do período estudado; c) Examinar se houve semelhanças e/ou diferenças, e quais foram, no tratamento dado a Dilma Rousseff entre os jornais analisados; e d) Elencar os assuntos mais explorados pelas charges no primeiro ano de mandato de Dilma Rousseff. Para melhor trabalhar com estes objetivos, os apresentamos como questões de pesquisa, definidas ao longo de nossa revisão bibliográfica, histórica, entrevistas com chargistas e coleta de dados.

Assim, tivemos um primeiro capítulo teórico no qual recontamos toda a trajetória da mulher, especialmente da brasileira, na política, evidenciando que a ela socialmente havia sido reservado o espaço privado do lar e que a partir de sua inserção no mercado de trabalho, as mulheres buscaram mais espaços para atuação, tais como a política. Nele, vimos ainda que, apesar de termos pela primeira vez uma mulher eleita à presidente do país, a sub-representação feminina é uma realidade e que menos de 10% dos postos políticos são ocupados por mulheres. Neste capítulo vimos ainda como a mídia tem representado as mulheres, atribuindo-lhes papeis e funções que não correspondem à política, mas a tarefas relacionadas ao âmbito privado do lar e da família, ou ainda representando-as como objetos.

Em seguida, elaboramos um capítulo destinado a apresentar teoricamente as charges. Falamos de sua definição, histórico e funções jornalísticas. Neste capítulo, além de uma revisão bibliográfica, usamos entrevistas com dois chargistas que publicam nos jornais que fizeram parte do nosso *corpus*. Nele também apresentamos a nossa definição para charge, criada a partir das leituras e da observação realizadas.

O capítulo seguinte dedicou-se a apresentar o material e o método usado para estuda-lo: uma análise de conteúdo que, combinada com o referencial teórico e histórico apresentados, se propôs a responder as questões de pesquisa elaboradas e destacadas ao longo de toda a dissertação. Nele, observamos uma síntese do perfil política de Dilma Rousseff, um histórico das eleições de 2010 e os principais acontecimentos no âmbito da política federal no ano de 2011. Em seguida, apresentamos os jornais escolhidos para a composição do *corpus* deste trabalho e justificamos a escolha: um jornal de cada região do país, de grande circulação, com possibilidade de acesso e que publicasse charges diariamente. Assim,

chegamos aos jornais *Zero Hora* (Sul), *Folha de S. Paulo* (Sudeste), *Correio Braziliense* (Centro-Oeste), *Jornal do Commercio* (Nordeste) e *Diário do Amazonas* (Norte). Destes jornais, coletamos as charges de 2011 que continham a representação gráfica de Dilma Rousseff, chegando a um total de 322 charges. Ainda neste capítulo categorizamos estas charges por temas, chegando a nove categorias: aceitação e atuação de Dilma, eleição, economia nacional, eleição, esportes, internacional, problemas estruturais, programas governamentais e relações políticas.

O último capítulo dedicou-se ao tratamento dos resultados da categorização, bem como a expor as inferências e interpretações do material coletado. Foi nele que buscamos cruzar o material coletado, com os estudos realizados e as questões de pesquisa propostas, a fim de chegarmos às respostas dos nossos objetivos.

Assim, foi possível observar que os principais assuntos abordados nas charges ao longo do primeiro ano de mandato de Dilma Rousseff relacionavam-se ao eixo político, no qual predominou a temática da reforma ministerial, abordada muitas vezes como "faxina ministerial", além das conflituosas relações da presidente Dilma Rousseff com sua base aliada.

A partir destes assuntos foi possível observar que a representação da presidente Dilma foi majoritariamente baseada no estereótipo de gênero social "mulher dona de casa", uma vez que ela foi inúmeras vezes representada com vassouras nas mãos, limpando o cenário político nacional da corrupção, ali representada como sujeira, em referência às sete trocas de ministros realizadas em 2011. Desta representação, consideramos que o uso do estereótipo pode ter sido uma forma torta de elogiar a postura da presidente. Embora, em um exercício de reflexão crítica, acreditamos que se fosse um homem à frente do governo neste momento, o episódio talvez não tivesse sido tratado como "faxina", uma vez que a presidente não utilizou, como o fez ex-presidente Jânio Quadros, a alegoria da faxina como slogan em sua campanha ou durante o mandato. Outro fato que nos leva a questionar o uso do estereótipo feminino "mulher dona de casa" quando se diz respeito a uma chefe de Estado é o título de "caçador de marajás" atribuído ao também ex-presidente Fernando Collor de Mello, referindo-se ao combate à corrupção. Nossa revisão bibliográfica também nos permite dizer que Dilma Rousseff foi representada como um sujeito atuante no espaço privado do lar ou no setor de serviços destinados majoritariamente a um público feminino, enquanto exercia o mais alto posto político do país.

Outra representação muito usada de Dilma foi relacionada à sua personalidade "forte", inspirada talvez pelo histórico da presidente, mais relacionado à força e cargos de chefia,

qualidades socialmente atribuídas aos homens, do que à beleza, doçura e sensualidade, por exemplo, características atribuídas às mulheres: militante, ex-presa política, dona de cargos de chefia. Nesta segunda representação predominante, Dilma não mulher, a exemplo do que aconteceu na "faxina ministerial" e em outros episódios, como quando seu sapato de salto referiu-se à sua base aliada ou um frango encolhido no forno representou o pequeno Produto Interno Bruto (PIB) daquele ano, mas como um ser humano rude, autoritário.

Quanto à comparação entre os jornais, foi possível notar que os quatro jornais observados ao longo de todo o ano de 2011 se comportaram de maneira semelhante uns em relação aos outros. Todos priorizaram assuntos da temática "Relações políticas". As principais diferenças eram no destaque dado aos outros temas categorizados.

Assim, enquanto na *Folha de S. Paulo* e no Zero Hora a segunda temática mais explorada foi relacionada a assuntos internacionais, o *Jornal do Commercio* dedicou apenas três charges a este assunto. No *Correio Braziliense* e no *Jornal do Commercio* a segunda temática mais explorada foi a economia nacional.

O *Jornal do Commercio* dedicou sete charges aos problemas estruturais, devido ao apagão que aconteceu na região nordeste em fevereiro de 2011, enquanto juntos, os outros três jornais observados durante o ano todo, dedicaram cinco charges a este tema. Já o Zero Hora foi o que mais abordou a temática "Esportes", dedicando a ela cinco das sete charges sobre o tema. A *Folha de S. Paulo* foi o único jornal que não publicou nenhuma charge comentando a aceitação da presidente, enquanto *Zero Hora* e *Correio Braziliense* dedicaram cinco charges a este tema, e o *Jornal do Commercio*, três.

O *Correio Braziliense* foi o que mais publicou charges com a representação da presidente Dilma, sendo que 34% do total de 303 charges nos quatro jornais estudados durante todo o ano de 2011 foram publicadas pelo CB. Nele, a segunda temática mais explorada foi a "Economia nacional", com 34 charges, nas quais Dilma Rousseff apareceu inúmeras vezes com tesouras nas mãos, referindo-se aos cortes no orçamento, bem como com o dragão da inflação, seja casando com ele ou tentando domá-lo.

No comparativo entre os jornais, as representações de Dilma variaram um pouco mais do que as temáticas: na *Folha de S. Paulo* ela parecia sempre perdida ou despreparada, enquanto no *Jornal do Commercio*, mais combativa e decidida; *Zero Hora* e *Correio Braziliense* oscilavam entre as duas representações, porém nem um dos jornais a representou tão "perdida" quanto a *Folha de S. Paulo*.

Características regionais também foram notadas: na charge de 21 de setembro do Zero Hora, por exemplo, Dilma aparece cantando um trecho do Hino do Rio Grande do Sul,

justamente um dia depois do feriado estadual comemorativo à Revolução Farroupilha. Já no *Jornal do Commercio*, três das sete charges publicadas no mês de junho remetiam às festas juninas, tradicionais na região.

Já sobre o Diário do Amazonas, que não entrou na comparação entre os jornais porque não foi possível acessá-lo integralmente em tempo hábil para a conclusão desta dissertação, é possível dizer que nas 19 charges coletadas dos 136 dias disponíveis para acesso, notamos semelhanças tanto em relação às temáticas quanto às formas de representação da presidente Dilma. Do total coletado, 15 charges (79%) dizia respeito às relações políticas, sendo que em quatro ela aparecia com vassouras nas mãos, remetendo ao estereótipo mulher dona de casa, e em outras quatro com uma postura agressiva, relacionada à sua representação como pessoa de personalidade "forte".

Por fim, sobre a questão central desta dissertação, podemos dizer, em síntese, que o primeiro ano de mandato de Dilma foi marcado, nas charges, pelas trocas ministeriais e que a representação da presidente se deu muito em relação a estes episódios, sendo a ela atribuído o papel de faxinar a corrupção do país.

Gostaríamos de destacar que além responder às nossas questões, esta pesquisa levantou muitos outros aspectos que podem ser explorados em trabalhos futuros: a) A capacidade informativa da charge; b) Um método adequado para análise individual das charges, que combine-a com outros elementos do jornal em que foi publicada; c) A comparação da representação da presidente Dilma com as de outros presidentes, do sexo masculino, como Lula e FHC; d) A comparação da representação de Dilma com a de outras presidentes da América Latina e do mundo; e) A avaliação da eficiência da charge na contribuição da democratização, entre outros.

Assim, esta pesquisa não teve a pretensão de esgotar o assunto e nem de oferecer a única interpretação possível do tema, mas de ser o início de uma nova trajetória acadêmica, que quem sabe será continuada através de estudos mais aprofundados no âmbito de um doutorado.

REFERÊNCIAS

ARBACH, Jorge Mtanios Iskandar. **O fato gráfico**: o humor como gênero jornalístico. 296 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

AGOSTINHO, Aucione Torres. **A charge**. 330 f. Tese (Doutorado em Artes) – Departamento de Comunicação e Artes, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. 1995.

ARQUIVOESTADO.SP.GOV.BR. **Militares e Políticos Carricaturas**. Disponível em: <http://www.arquivoestado.sp.gov.br/exposicao_charges/militaresepoliticos.php>. Acesso em: 10 nov. 2013.

AVELAR, Lúcia. **Mulheres na elite política brasileira**. São Paulo: Editora Unesp, 2001.

AVELAR, Lúcia. Participação política. In: AVELAR, Lúcia; CINTRA, Antônio Octávio (Orgs.). **Sistema Político Brasileiro**: uma introdução. Rio de Janeiro: Fundação Konrad-Adenauer-Stiftung; São Paulo: Fundação Unesp Ed., 2004. p. 223-235.

BARBARA, Leila; GOMES, Maria Carmen Aires. A representação de Dilma Rousseff pela mídia impressa brasileira: analisando os processos verbais. In: **Revista Letras**. Santa Maria, v. 20, n. 40, p. 67-92, 2010. Disponível em: <http://w3.ufsm.br/revistaletras/artigos_r40/artigo_04.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2013.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BBC. **Dilma é a 3ª mulher mais poderosa do mundo, segundo 'Forbes'**. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/08/110824_forbes_dilma_lista_mm.shtml>. Acesso em: 4 maio 2014a.

BBC. **Dilma é a 22ª pessoa mais poderosa do mundo, segundo a Forbes**. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/ultimas_noticias/2011/11/111102_dilma_forbes_rn.shtml> . Acesso em: 4 maio 2014b.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Histórico das taxas de juros**. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/?COPOMJUROS>. Acesso em: 5 maio 2014.

BENETT, Alberto. **Entrevista sobre processo de criação das charges** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <cris_parnaiba@yahoo.com.br> em 28 ago. 2013.

BERGSON, Henri. **O riso**: ensaio sobre a significação do cômico. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BRASIL. **Lei Maria da Penha**: Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11340.htm>. Acesso em: 20 maio 2013a.

BRASIL. **Sistema Político**. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/sobre/o-brasil/estado-brasileiro/sistema-politico>. Acesso em: 28 maio 2013b.

BRASIL. **Código Eleitoral**: Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/codigo-eleitoral-1/codigo-eleitoral-lei-nb0-4.737-de-15-de-julho-de-1965#1>. Acesso em: 28 maio 2013c.

BRASIL. **Leia íntegra do discurso de posse de Dilma Rousseff no Congresso**. 01 jan. 2011. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/01/01/leia-integra-do-discurso-de-posse-de-dilma-rousseff-no-congresso>. Acesso em: 28 maio 2013d.

BRASIL. **Participação da mulher na política brasileira cresce de forma lenta**. Disponível em: <http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/2013/05/21/participacao-da-mulher-na-politica-brasileira-cresce-de-forma-lenta/tablet>. Acesso em: 22 maio 2013e.

BRASIL. **Biografia da presidenta Dilma Rousseff**. Disponível em: <http://www2.planalto.gov.br/presidencia/presidenta/biografia>. Acesso em: 21 abr. 2014a.

BRASIL. **Lei nº 12.382, de 25 de fevereiro de 2011**. Disponível em: <http://www.normaslegais.com.br/legislacao/lei12382_2011.htm>. Acesso em: 5 maio 2014b.

BRASIL. **Medida provisória nº 516, de 30 de dezembro de 2010**. Disponível em: <http://www.normaslegais.com.br/legislacao/mp516_2010.htm>. Acesso em: 5 maio 2014c.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Mulher de Papel**: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira. São Paulo: Summus, 2009.

CAMARA.LEG.BR. **O papel da Câmara dos Deputados**. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/a-camara/conheca>. Acesso em: 12 mar. 2013.

CANFORA, Luciano. O cidadão. In: VERNANT, Jean-Pierre. **O homem grego**. Lisboa: Presença, 1994. p. 103-129.

CARDOSO, Elizabeth. Imprensa feminista pós-74. In: **Revista Estudos Feministas**. Florianópolis, v. 12, n. especial, 2004, p. 37-55.

CARUSO, Chico. **Não tenho palavras**. São Paulo: Circo Editorial, 1984.

CFEMEA.ORG.BR. **Balanço das eleições municipais e desempenho das mulheres no 1° e no 2° turnos**. Disponível em: <http://www.cfemea.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1602:balanco-das-eleicoes-2008-mulheres-candidatas-e-eleitas&catid=214:dados-estatisticos&Itemid=147>. Acesso em: 23 maio 2013.

CHAPARRO, Manuel Carlos da Conceição. **Sotaques d'aquém e d'além mar**: percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro. Lisboa: Edições Jortejo, 2000.

CLASTRES, Pierre. **A Sociedade Contra o Estado**. Coletivo Sabotagem, 1974. Disponível em: <https://we.riseup.net/assets/71282/clastres-a-sociedade-contra-o-estado.pdf>. Acesso em: 22 jul. 2013.

CRUZ, Adriano Charles S. Caricatura e charge: apontamentos sobre carnavalização e inversão da realidade no jornalismo. In: **Revista PJ:Br**. São Paulo, ano VII, n. 13, out. 2010. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos13e.htm>. Acesso em: 12 nov. 2013.

DATAFOLHA. **Avaliação de governo**. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/avaliacaodegoverno/presidente/dilma>. Acesso em: 4 maio 2014.

DIARIOSASSOCIADOS.COM.BR. **Correio Braziliense**. Disponível em: <http://www.diariosassociados.com.br/home/veiculos.php?co_veiculo=25>. Acesso em: 22 maio 2014.

D24AM.COM. Disponível em: <http://new.d24am.com/>. Acesso em: 17 maio 2014a.

D24AM.COM. **Pioneirismo marca trajetória de 28 anos do Diário do Amazonas**. Disponível em: <http://new.d24am.com/noticias/amazonas/pioneirismo-marca-trajetoria-de-28-anos-do-diario-do-amazonas/82291>. Acesso em: 17 maio 2014b.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. 4 ago. 2007. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Acesso em: 29 set. 2011.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Minidicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

FERREIRA JUNIOR, Pedro Roberto. **Comunicação e trabalho**: a ressignificação dos vínculos sociais e dos sentidos do trabalho na contemporaneidade. 2010. 84 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Departamento de Comunicação e Artes, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2010.

FOLHA.UOL.COM.BR. **Conheça a Folha de S. Paulo**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/institucional/conheca_a_folha.shtml>. Acesso em: 13 maio 2014.

FONSECA, Joaquim da. **Caricatura**: A imagem gráfica do humor. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1999.

FLORES, Onici. **A leitura da charge**. Canoas: Ed. Ulbra, 2002.

GASPARI, Elio. **A ditadura envergonhada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

GOODWIN, Ricky. A monovisão dos estereótipos no desenho de humor contemporâneo. In: LUSTOSA, Isabel (Org.). **Imprensa, humor e caricatura**: a questão dos estereótipos culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011. p.535-555.

GROSSI, Míriam Pilar; MIGUEL, Sônia Melheiros. Transformando a diferença: as mulheres na política. In: **Revista Estudos Feministas**. Florianópolis, ano 9, n. 1, p. 167-195, 2001.

HIRANO, Sedi. Sistemas eleitorais no Brasil. In: PRIORE, Mary del; RIBEIRO, Wagner Costa; CAMPOS, Flávio de. **500 anos de Brasil**: histórias e reflexões. São Paulo: Scipione, 1999. p. 107-122.

HOUAISS. **Grande Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Disponível em: <http://houaiss.uol.com.br/busca?palavra=presidenta>. Acesso em: 26 mar. 2013.

HTUN, Mala. A política de cotas na América Latina. In: **Revista Estudos Feministas**. Florianópolis, ano 9, n. 1, p. 225-230, 2001.

IPU.ORG. **Women in national parliaments**. Disponível em: <http://www.ipu.org/wmn-e/classif.htm>. Acesso em: 4 abr. 2013.

JPCM.COM.BR. Disponível em: <http://www.jcpm.com.br/>. Acesso em: 21 maio 2014.

LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1963.

MARCHADASVADIAS.ORG. Disponível em: <http://www.marchadasvadias.org/>. Acesso em: 22 maio 2013.

MARINGONI, Gilberto. Humor da Charge política no jornal. In: **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 7, p. 85-91, 1996.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo**. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.

MARTELLO, Alexandro. **Governo anuncia corte recorde de R$ 50 bilhões no orçamento de 2011**. Brasília: G1 Economia, 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/noticia/2011/02/governo-anuncia-corte-recorde-de-r-50-bilhoes-no-orcamento-de-2011.html>. Acesso em: 5 maio 2014.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

MASTROTTI, Mario Dimov. **Caricaturas**. Disponível em: <http://www.cartunistamastrotti.com.br/caricaturas.html>. Acesso em: 29 out. 2013.

MIANI, Rozinaldo Antonio. Iconografia na imprensa alternativa do Brasil no final do século XX: a presença da caricatura no jornal “Brasil Agora”. In: **Revista Patrimônio e Memória**. Assis, v.6, n.1, p.54-79, 2010.

MIANI, Rozinaldo Antonio. Charge: uma prática discursiva e ideológica. In: **9ª Arte**. São Paulo, v. 1, n. 1, p. 37-48, jan./jun. 2012.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. Gênero e política no jornalismo brasileiro. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 36, p. 24-39, 2008. Disponível em: 2<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/4412/3311 > Acesso em: 14 ago. 2013.

NADER, M. B. As mulheres e as transformações sociais do século XX: a virada histórica. In: **Revista de História**. Vitória, v. 7, p. 61-71, 1998. Disponível em: <http://www.ufes.br/ppghis/dimensoes/artigos/Dimensoes7_MariaBeatrizNader.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2013.

NE10.UOL.COM.BR. Disponível em: <http://jconlinedigital.ne10.uol.com.br/web/>. Acesso em: 21 maio 2014a.

NE10.UOL.COM.BR. **Sobre o Jornal do Commercio**. Disponível em: <http://jconlinedigital.ne10.uol.com.br/web/>. Acesso em: 21 maio 2014b.

PACHECO, Kacio. **Entrevista sobre seu trabalho como chargista** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <cris_parnaiba@yahoo.com.br> em 2 nov. 2013.

QUEIROZ, Adolpho; CIASI, Letícia Hernandez (Orgs.). **Balas não matam ideias**: 40 anos do salão internacional de humor de Piracicaba 1974/2013. São Paulo: Nova RC Editora; Rio Claro: Centro Nacional de Humor Gráfico, 2013.

ROCHA, Liège. A Luta das mulheres e a reforma política. In: **Mátria**: a emancipação das mulheres. Brasília: Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação, 2012.

SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do riso**: a representação humorística na história brasileira: da Belle Evoque aos primeiros tempos do rádio. São Paulo: Cia. das Letras, 2002.

SANEMATSU, Marina; MELO, Jacira Vieira de. Cobertura sobre mulheres na política nas eleições de 2010: uma oportunidade perdida de aprofundar o debate. In: ALVES, Joseé Eustáquio Diniz; PINTO, Céli Regina Jardim; JORDÃO, Fátima. **Mulheres nas eleições 2010**. São Paulo: ABCP/Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2012. p. 479-518.

SENADO.GOV.BR. **Senadoras e Senadores em exercício ordenados por seus nomes**. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/senadores/>. Acesso em: 12 mar. 2013.

SENADO.GOV.BR. **Requerimento nº 158, de 2013**. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=124119&tp=1>. Acesso em: 17 maio 2014.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Intercom; Porto Alegre: Edipucrs, 2011.

TEIXEIRA, Tattiana. **Muito além da opinião**: um breve esboço da relação entre charge e jornalismo no Brasil. In: Anais do XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom 1998. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99299f97415781a06f9b1edfed93a1f5.PDF>. Acesso em: 10 nov. 2012.

TSE.JUS.BR. **Estatísticas**. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas>. Acesso em: 12 mar. 2013.

TSE.JUS.BR. **Há 80 anos mulheres conquistaram o direito de votar e ser votadas**. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/noticias-tse/2013/Marco/ha-80-anos-mulheres-conquistaram-o-direito-de-votar-e-ser-votadas>. Acesso em: 5 abr. 2013.

UOL.COM.BR. **Inflação em 2011 fica em 6,5%, quase estoura meta e é a maior em sete anos**. Disponível em: <http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2012/01/06/inflacao-sobe-65-em-2011-e-atinge-o-teto-da-meta-do-governo.jhtm>. Acesso em: 5 maio 2014.

APÊNDICES

APÊNDICE A – REPRESENTAÇÃO DA MULHER NA MÍDIA, POR BUITONI

- **1900 – a mulher é o oásis no deserto:** retratada como sendo o que havia de "melhor na natureza, na pintura, na música e em certas virtudes", a mulher não era vista como "pessoa de carne e osso, e sim como uma metade ideal do gênero humano", ilustrando "a imagem da história da mulher como um ser fora do tempo, ao qual se atribuem qualidades belas e agradáveis, que, aliás, podiam servir em todas as épocas e para qualquer mulher, independentemente de idade, classe, nacionalidade e outras condições 'terrenas'" (BUITONI, 2009, p. 54-55).
- **1910 – a mulher é a mãe que sofreu com a guerra:** para representar esta década, Buitoni escolheu um texto intitulado "Vive La France", publicado no número 41 *Revista da Semana*, em 16 de novembro de 1918. Nele, uma narradora em primeira pessoa estava em uma loja de chapéus quando assistiu às manifestações pelo fim da primeira guerra mundial. Nesta loja uma vendedora demonstrava alegria e dor pelo fim da guerra. O texto tem título e alguns diálogos em francês. Buitoni afirma que a representação da mulher feita neste texto relaciona-se com a moda, pelo local onde a narradora está ser uma casa que vende chapéus; com a influência francesa nas mulheres da época; e mostra que a mulher, embora soubesse dos acontecimentos políticos, era deles uma simples observadora distante e sua relação com o fato político se dava muito mais pela emoção do que o que acontecia no universo masculino (2009, p. 60-64).
- **1920 – a nova mulher é a sacerdotisa da beleza:** nesta década Buitoni escolheu o texto "Orminda Isabel de Aragon y Ovalle", um perfil publicado no n. 1 da revista Renascença, em fevereiro de 1923. Esta revista era dirigida por Maria Lacerda de Moura, uma importante militante pela emancipação feminina, o que fazia com que a publicação contribuísse neste sentido. Porém, o perfil analisado por Buitoni era de uma mulher que ganhou um concurso de beleza. A revista, por sua vez, justificava, dizendo que abordaria "alguns traços característicos do perfil psycologico de Orminda Ovalle" (BUITONI, 2009, p. 74). Buitoni,portanto, conclui que

> Embora tentando ligar a mulher ao mundo material, tratando de sua educação, de sua saúde, de seus direitos, do trabalho feminino, de sua conscientização, de sua informação, do contato com o mundo proletário, é ainda uma mulher etérea, cultivadora de valores espirituais, o modelo proposto (2009, p. 77).

- **1930 – a mulher é a Iracema de lábios grossos:** Apesar de ter sido nesta década, em 1932, que a mulher conquistou o direito ao voto no Brasil, a maior parte das publicações femininas pouco se engajavam nesta conquista, como podemos perceber em no texto

escolhido por Buitoni para representar esta década, “Quadros de todo dia”, publicado em “A Cigarra”, de março de 1932. Trata-se de uma reportagem – o que era raro nas revistas femininas da época, já que elas tinham pouco espaço para o jornalismo informativo– que traz uma mulher negra, solteira, órfã e com nome de Iracema como personagem, outra raridade nas revistas femininas. Iracema tem como felicidade seu trabalho de vender jornais, mas o autor tenta encaixá-la no padrão de felicidade estabelecido para a mulher, o amor, citando de maneira equivocada o romance Iracema, de José de Alencar, já que no texto a índia aparece como branca, alegando que para a Iracema personagem da reportagem, que em tom preconceituoso é negra, mas “[...] tem a alma branca e simples como da outra [...]” encontrará sua felicidade, como a índia encontrou, no amor.

- **1940 – a mulher é um dos tipos psicológicos personificados por artistas de cinema:** para retratar a representação da mulher de 1940, Buitoni escolheu o texto “Que mulher é você?”, publicado na revista *Grande Hotel* em 27 de agosto de 1947. Trata-se de um teste, formato que começava a fazer sucesso e figura nas páginas das revistas femininas até hoje, e que de acordo com a autora contribuiu para a “[...] vulgarização do psicologismo que começava a ser intensificado nos veículos de comunicação, vontade de auto-conhecimento, busca de modelos de comportamento etc.” (2009, p. 91). No teste em questão o objetivo era “[...] dizer qual o ‘potencial de encanto’ que a leitora tem e como deverá explorá-lo para ‘agradar e triunfar na vida’” (2009, p. 95), o que significava ser feliz no amor. Assim, são propostos sete rótulos, personificados por artistas de cinema: 1) a amorosa; 2) a esposa; 3) a inteligente; 4) a camarada; 5) a mulher-criança; 6) a deslumbrante; e 7) a maternal. Destes, a mulher inteligente e camarada são colocadas com certas restrições: “[...] no fundo elas representam ideais menores” (BUITONI, 2009, p. 96). Desta forma, Buitoni conclui que a representação da mulher naquele período é a de quem deve encaixar-se nos modelos propostos (2009, p. 96).

- **1950 – a mulher é esperta o bastante para não ofuscar ou cansar o namorado:** No texto “Mulher multíplice, mas...”, publicado no n. 62 da revista *Capricho*, em abril de 1957, duas mulheres conversavam, sendo as duas descritas como muito bonitas, o que já mostra “[...] um estereótipo, proposto como se o fosse natural de todas mulheres: a beleza” (BUITONI, 2009, p. 100). A primeira é jovem, condição que passa a ser valorizada nesta época, e a segunda, embora não tão jovem, é experiente, o que lhe dá autonomia para, no texto, dar conselhos para a primeira sobre como manter o interesse do namorado até levá-lo ao casamento. Na conversa esses conselhos são dados de acordo com as experiências vividas pela mulher mais velha, sendo que a cada namorado que tinha, mudava de personalidade para

agradá-lo. “Tudo isso para atingir o mito principal das revistas de fotonovela: ‘Encontrar o amor,o verdadeiro, o belo amor que procurava há tanto tempo [...]” (2009, p. 102), já que “Buscar o ‘amor verdadeiro’ é o objetivo máximo, a única finalidade apontada como válida para a vida da mulher” (2009, p. 102).

- **1960 – a mulher é a dona de casa que começa a descobrir sua insatisfação:** Sobre esta década, Buitoni ressalta a transformação da mulher vista agora, principalmente como consumidora: “O projeto editorial de cada veículo dirigido às mulheres tem em vista o consumo, em primeiro lugar”, sendo o conteúdo “portanto, instrumental: serve a objetivos empresariais bem delimitados” (2009, p. 104). No texto analisado, “Uma pequena rainha triste”, publicado no n. 26, de novembro de 1963 da *Revista Claudia*, dirigida à mulheres de classe média, a mulher, então considerada como ‘rainha do lar’, é, na verdade, uma rainha triste, “uma frustrada senhora com problemas de saúde, conservadorismo e uma amarga ilusão não concretizada” (BUITONI, 2009, p. 112). Pela primeira vez, no conjunto de textos analisados, “A mulher não é uma soma de qualidades que lhe colaram como se fossem rótulos. A mulher é um ser humano que tem a natureza bipolar como qualquer outro ser humano: morte e vida, adulto e criança, todos os instintos opostos estão presentes” (2009, p. 112). Assim, o texto se volta para que a mulher, antes vista como mãe ou dona de casa que tinha sua vida justificada em outras pessoas, busque por sua própria identidade: “Não se oferecem rótulos cristalizados em qualidades femininas preestabelecidas; apenas há um instigamento para que a mulher construa sua pessoa. Que ela não se veja por meio dos outros, mas com os outros” (BUITONI, 2009, p. 113). Desta forma, Buitoni conclui que o texto propõe “a passagem da mulher-papel à mulher-pessoa humana” (2009, p. 113).

- **1970 – a mulher é a garota livre que passa um dia de chuva com o amado/ a liberada e a marginal:** De acordo com Buitoni, nesta década aconteceu o “auge do consumo nas revistas brasileiras”, sendo o sexo um produto bastante comercializado (2009, p. 114). Por outro lado nela surgem “algumas tímidas tentativas artesanais de jornais e publicações que visam à promoção da mulher como ser humano, buscando identificação com as classes populares” (BUITONI, 2009, p. 116). Assim, Buitoni escolheu dois textos para tratar da representação da mulher neste período. O primeiro deles, “O que fazer num dia de chuva”, publicado no número 68 da revista *Nova*, de abril-maio de 1979, por meio da união entre texto e imagem (fotografia), trazia uma “nova” representação da mulher, incluindo três elementos no que a autora chamou de “receita de mulher moderna”: sexo, prazer e consumo sofisticado (BUITONI, 2009, p. 117-118). Esta mulher é mais adulta, mais liberada, sexy e não são feitas referências ao seu estado civil, porém não deixa de ter algumas habilidades domésticas, como

cozinhar. Mas no texto há a presença de um homem, com quem a revista irá dar ordens sobre o que a mulher deve fazer na companhia dele em um dia de chuva. A presença do homem como personagem em uma publicação feminina ganha importância neste período, e no texto analisado, à mulher são dadas ordens sobre o que fazer para agradá-lo. Assim, Buitoni conclui: "Eis a nova mulher, antiga por dentro, nova por fora, e com mais algumas algemas douradas: o sexo e o consumo" (2009, p. 123). Já o segundo texto, publicado no número 10 de Brasil Mulher, em dezembro de 1977, com o título "Girse, te espero na próxima assembleia", faz parte da imprensa alternativa, dirigida às mulheres das periferias das grandes cidades que se organizavam em movimentos populares, porém ainda feita por mulheres da elite intelectual e não por moradoras das comunidades. Nele, entram dois elementos: as emissoras apresentam-se como mulheres e há a presença de um grupo, com pensamento comum. Assim, a representação da mulher neste texto se faz a partir da personagem Girse, uma empregada doméstica, moradora de um barraco na periferia de São Paulo que, no texto, torna-se um exemplo a ser seguido não por sua individualidade, mas por sua atuação comunitária (BUITONI, 2009, p. 123-127).

- **1980 – a mulher é a adolescente que escreve sobre o seu dia a dia/ a mulher tem de seguir modelos de beleza:** Buitoni aponta a década de 80, a da reabertura democrática do país, como a que começou a ver alguns dos resultados das grandes reivindicações feministas dos anos 70 (2009, p. 129). Para este período, a autora escolheu novamente dois textos, um publicado em dezembro de 1989 na *Revista Capricho*, que havia descoberto o segmento adolescente, cujo o título "It's my life" faz parte de uma seção, de mesmo nome, da revista dedicada à publicar textos das leitoras sobre suas vistas. De acordo com Buitoni, esse estilo precede a explosão dos blogs online e inauguram uma era de jornalismo colaborativo, com as leitoras cada vez mais tendo voz ativa nas publicações (2009, p. 130-133). Já o segundo texto analisado pela autora, "Espelho, espelho meu", faz parte da edição de janeiro e fevereiro de 1982 do jornal Mulherio, o mais duradouro jornal feminista desta década. Nele, diferentes pessoas são questionadas com a pergunta "Você se acha bonita?", e a partir das respostas e da argumentação seguida no texto surge um combate do padrão de beleza europeu imposto na época (BUITONI, 2009, p. 131-141).

- **1990 – a menina tem de se proteger na transa/ a mulher sexy sabe sugerir o uso de camisinha:** Buitoni considera a década de 1990 como o auge do direcionamento para o consumo nas publicações femininas, assim, o corpo assumiria o "[...] posto de elemento essencial na construção da imagem das pessoas" (2009, p. 141). A década também conta com o surgimento das revistas populares (vendidas a R$ 1,00 e R$ 1,50), buscando as mulheres e

jovens das classes C, D e E, impulsionadas pelo maior poder aquisitivo provocado pelo Plano Real, de 1994 (BUITONI, 2009, p. 142-143). Outra característica observada por Buitoni na década de 90 é o "[...] auge da glorificação das celebridades" (2009, p. 145), fazendo com que os temas televisão e celebridades alavanquem o surgimento de várias publicações. Por fim, nos anos 1990 a Aids avançava entre a população feminina (BUITONI, 2009, p. 160), o que fez o assunto "camisinha" surgir em várias publicações e campanhas.Assim, os dois textos escolhidos por Buitoni no período falam sobre camisinha. O primeiro, publicado na Capricho de março de 1993 com o título "Vista a camisinha", informava e ensinava para a jovem leitora sobre o uso da camisinha e seus benefícios, bem como os perigos que corria se não a usasse, porém, em vários momentos enfatizava não fazer campanha sobre a perda da virgindade, tendo em vista a idade de suas leitoras (BUITONI, 2009, p. 147-160). O segundo texto, "Camisinha é sexy", foi publicado pela revista *Marie Claire* em novembro de 1993, mas não se tratava apenas de um texto informativo, mas de uma campanha proposta pela revista que, de novembro de 1993 a março de 1994 criou uma série de anúncios, já que o público de Marie Claire, diferente do de Capricho, era composto por mulheres bem informadas e com vida sexual ativa. "[...] A ideia era que a mulher deveria sugerir o uso da camisinha para o parceiro, mas que essa atitude fosse também uma estratégia de sedução utilizada por alguém que é dona de sua vida e sabedora de seu poder de atração" (BUITONI, 2009, p. 160), o que ilustrava a forma como a mulher foi representada nas revistas femininas neste período.

Quadro - Representação da Mulher na Imprensa Feminina Brasileira Segundo Buitoni. Dados trabalhados pela autora.

APÊNDICE B – ENTREVISTAS COM CHARGISTAS

Entrevista com o Benett (Folha de S. Paulo), por e-mail. Respostas integrais.

1) Como foi o processo de criação do desenho que representa a presidente Dilma Rousseff em suas charges? O que o senhor considera, na presidente, aspectos fundamentais em sua "caricaturização", tanto em relação à sua aparência física quanto aos elementos de personalidade?
R. Tenho um certo receio de responder a esse tipo de pergunta porque, muitas vezes, não sei se esse é o caso, o que eu disser pode ser usado de maneira um tanto enviesada para confirmar uma ideia pré-concebida do(a) autor(a). Por exemplo: em um outro livro sobre o mesmo assunto uma pessoa me acusou de ser preconceituoso contra a Dilma e, por extensão, contra as mulheres. Todas as mulheres que já pisaram na Terra. Eu me senti um ogro, com um pincel numa mão e uma clava na outra. A partir de duas ou três charges que ela analisou, descontextualizando completamente do restante de meu trabalho, e chegou a essa conclusão digamos... capciosa. Espontaneamente capciosa. O raciocínio que atesta que tenho preconceito contra a Dilma e, por extensão contra a mulher, parte da lógica que diz que ursos são peludos, Tony Ramos é peludo, logo Tony Ramos é um urso. Foi basicamente isso. Então, antes de mais nada, gostaria de dizer que eu não tenho preconceito contra a Dilma, muito menos contra a mulher. Chargistas têm por ideal lutar contra a opressão a minorias, injustiça social, preconceito, violência, miséria social. Bem, dito isto...
...o processo de caricaturização da Dilma é o mesmo que usei para caricaturizar outros presidentes, como o Lula, o FHC e outros políticos: um detalhe exagerado que possa ser identificado pelo leitor. No caso de Lula, as orelhas e o nariz. No de FHC os dentes e os lábios. Na Dilma, o cabelo e os dois dentes da frente. Com relação à personalidade, cada um tem uma característica distinta. FHC a soberba, Lula o ego e Dilma o estilo sisudo. Minhas críticas são a quem está ocupando o cargo no momento e suas ações, independente de gênero, raça, partido político. Eu sou crítico, mas não injusto.

2) Como é escolhido o assunto que vai ser tema de uma charge?
R. Com base nas notícias da semana. Há sempre dois ou três assuntos de destaque que acabam servindo como tema da charge. Nunca é uma escolha aleatória do tipo "bom, hoje vou acabar com a mídia golpista" ou "vou desenhar esses comunistas como os irmãos Metralha". Não, não é assim que funciona. Se eu acho que na edição de amanhã o assunto

mais comentado será o massacre no Egito, então desenho algo sobre isso. Se acho que as discussões no STF são mais importantes, minha intuição me diz para ir para esse lado. A charge é um recorte das notícias do dia. Ela flutua de um assunto a outro, de acordo com a relevância.

3) Como é escolhido o assunto que vai ser tema de uma charge para a Folha de S. Paulo? Há alguma sugestão de editores para seguir uma pauta ou se inspirar em algum texto?
R. Não, não há esse tipo de orientação. O que eles pedem é que a charge seja "quente", sobre um assunto importante e que esteja na pauta do dia ou da semana, pelo menos.

4) Com o assunto em mente, como o senhor faz para colocar a ideia no papel? Como é a sua forma de produzir uma charge?
R. Escolho três ou quatro temas passo pelo menos cinco horas rabiscando ideias, fazendo esboços, pensando em boas charges sobre esse ou aquele assunto. Porque não adianta ser uma boa piada se a charge for boba, irrelevante. Também não adianta ser crítica se não for ao menos inteligente. Nem sempre uma charge é uma piada, mas ela sempre tem que ser uma crítica elaborada, com alguma perspicácia, para não ficar parecendo piada de porta de padaria. Sei que charges engraçadas e que repetem estereótipos, reproduzem discursos que são senso-comum repercutem mais junto ao leitor, mas eu não busco a cumplicidade com ele. Eu tento chacoalhar o leitor.
No entanto percebo que o perfil de leitor de jornal já é de somente pessoas informadas e com senso-crítico apurado. Uma charge óbvia e com humor rasteiro é um tiro no pé do chargista.
5) Como é escolhida a charge do dia para a Folha de S. Paulo? O senhor tem dias fechados para mandar charges para o jornal ou todos os chargistas da Folha fazem charges e depois é escolhida a charge do dia?
R. Há uma escala preparada com os dias que temos que desenhar as charges. Recebemos isso com três meses ou mais de antecedência. Mas são dias fixos. Por exemplo, o João Montanaro só publica aos sábados. Eu publico quartas e segundas e assim por diante. Por sinal, acabei de receber a escala e descobri que vou trabalhar no Natal...

6) Alguma charge sua já foi 'censurada' em algum jornal? Se sim, comente.
R. Algumas charges não passaram por serem muito ruins. Em outro jornal algumas charges simplesmente não entravam porque, segundo os editores, poderiam render processos e coisa parecida. A última que me aconteceu foi que os editores me pediram para não desenhar a

genitália da Dilma e do Lula numa charge que fazia referencia às clássicas figurinhas Amar é...
A Folha e a Gazeta do Povo nunca me disseram para fazer charge contra ou a favor de determinado político. Os editores, me parecem, esperam sempre algo que não seja óbvio.

7) O senhor já foi processado por ter feito uma charge?
R. Antes mesmo de me tornar profissional fui processado pelo prefeito da cidade onde nasci, Ponta Grossa, por conta de uma exposição de charges sobre ele. Isso foi em 1997, mais ou menos. Ele exigiu indenização de 40 mil reais por injúria, calúnia e difamação. Na verdade era mais uma atitude intimidatória, por vias econômicas tentando impedir de desenhar. Mas não deu muito certo, os processos prescreveram.

8) Teve uma charge do João Montanaro em março de 2011 que causou bastante polêmica, pois versava sobre a tragédia natural no Japão e as pessoas a consideraram ofensiva. Alguns dias depois a Folha publicou um artigo explicando a charge e as intenções do profissional. Charges do profeta Maomé causam revolta no mundo islâmico. O que o senhor acha do "politicamente correto" no humor, há uma divisão entre o que é humor e o que é ofensa?
R. A charge do João não ofendeu nem brincou em momento algum com a catástrofe. O que acontece é que algumas pessoas associam a charge a uma piada. Houve cartunistas que fizeram coisa muito pior sobre a tragédia de Santa Maria, e acabamos todos os autores num balaio de gato de pessoas insensíveis e cretinos que brincam com o sofrimento alheio.
Não é que as pessoas estejam mais sensíveis a esse tipo de coisa, é que elas agora têm os canais disponíveis para reclamar. A charge política não pode ser politicamente incorreta porque senão ela está indo contra seus princípios de justiça.

9) O que o senhor considera ser o propósito de uma charge?
R. Acho que respondi isso em outra pergunta. Acho que outros chargistas pensam de maneira diferente, pensam em uma piada na mesa do boteco que emanou de uma garrafa de cerveja. Algo mais ou menos parecido com o que o Simão faz na sua coluna na Folha. Eu busco algo um pouco diferente. Claro, sempre penso no humor, mas tento achar um equilíbrio entre a crítica e o desenho. Acho que a charge não pode ser gratuita, tem que ser contundente e nunca repetir o discurso do senso-comum.

10) O que a charge representa para o jornal e para o jornalismo?

R. A charge é uma coluna política em forma de desenho, com algum humor e um poder de síntese que tem a intenção de mexer com a sensibilidade do leitor. Isso é mais um pouco do que a velha definição "é um respiro de humor na página pesada de opinião". Uma grande charge tem o poder de comover as pessoas, como a do Jean sobre Santa Maria. Ou a do Chico Caruso quando desenhou a Roseane Collor em roupas de presidiária. O Angeli, no 11 de setembro desenhou sua prancheta cheia de escombros como se ele próprio tivesse sido atingido em cheio pelo atentado. Em alguns momentos a charge alcance a sublimação de uma obra-de-arte. E o leitor sabe reconhecer quando os chargistas buscam isso.

Entrevista com o Cícero (Correio Braziliense), por e-mail. Respostas integrais

1) Como foi o processo de criação do desenho que representa a presidente Dilma Rousseff em suas charges?

R: A cada dia aprimorando mais até chegar em algo satisfatório, até consigo fazer sem olhar para foto.

O que o senhor considera, na presidente, aspectos fundamentais em sua "caricaturização", tanto em relação à sua aparência física quanto aos elementos de personalidade?

R: Fisicamente a característica mais marcante são os olhos.

A personalidade séria e decidida também marcam.

2) Como o senhor faz para escolher o assunto que vai ser tema de uma charge?

R: Informação, leio tudo e destaco alguns assuntos, entre eles escolho o mais importante no dia.

3) Com o assunto em mente, como o senhor faz para colocar a ideia no papel? Como é a sua forma de produzir uma charge?

R: As vezes vem rápido, outras preciso de um pouco mais de tempo. Rabisco muito, até ficar satisfeito.

4) Alguma charge sua já foi 'censurada' em algum jornal? Se sim, comente.

R: Não diria censurada, pois quando você trabalha para um jornal, seu trabalho passa por uma avaliação.

Quando sei que há o risco, elaboro mais de uma charge e deixo os editores escolher.

São muitos anos fazendo charge diariamente, não lembro de alguma que não foi publicada, mas deve ter acontecido.

5) O senhor já foi processado por ter feito uma charge?

R: Não. Até hoje não decidi se é bom o ruim não ter sido processado. Para alguns colegas um processo é o mesmo que ganhar medalha.

6) O que o senhor considera ser o propósito de uma charge?

R: Suavizar, entreter, alegrar e etc.

7) Temos acompanhado vários episódios de pessoas que trabalham com Humor sendo processadas, xingadas, demonizadas (Danilo Gentili é a bola da vez)... Como o senhor trabalha o humor em suas charges, há um limitante?

R: Não sou tão agressivo, não faço humor a qualquer custo, meu limite está dentro do bom senso.

8) Qual o limite, numa charge feita para um jornal, entre a sua criatividade e a linha editorial do veículo?

R: Imagine que você é dona de uma empresa e estabelece a norma que os idosos tem prioridade no atendimento. Se um empregado não cumpre a norma ele está contra você, é o mesmo que pedir para ser demitido. Com a charge funciona da mesma forma, não trabalho assuntos que vão contra os interesses da empresa.

9) Como são escolhidas as charges publicadas no Correio Braziliense? (Se o senhor faz um esboço e o jornal aprova – e quem decide esse tipo de coisa lá no CB – ou se faz mais de uma charge e eles escolhem, se há uma escala entre os chargistas que lá trabalham ou se todos desenham e o jornal escolhe, enfim... como é esse processo de escolha da charge do dia no CB).

R: Que eu saiba sou o único chargista, mas existem outros profissionais no quadro capazes de fazer charge.

Normalmente apresento uma única charge, quando sei que o assunto é delicado apresento mais de uma. Existe um editor de opinião, geralmente conversamos sobre os temas do dia.

Entrevista com o Kacio (Correio Braziliense), por e-mail. Respostas integrais – as perguntas foram as mesmas feitas para o Cícero

primeira pergunta- "caricaturização esse e um processo que evolui a cada dia com o conhecimento de vivencia com o o carater do personagem.... mas de principio se comeca com a aparencia. aspectos fisicos, cabelo, gordinha e seria.

segunda pergunta,,,,assunto da charge,,,,quando estava no jornal, seguia a politica do jornal e o tema sempre do momento,,,, mas tambem sempre seguindo a politica do contratante.

terceira pergunta...desde quando eu acordava, ja lia varios jornais e comecava o processo,,,, ao chegar ao jornal as 14horas,lia mais outros jornais,,,, sempre processando a critica na cabeca, mas a critica que segue a politca do jornal e se desse que tambem fosse a favor do povo,,,, as vezes dava pra casar as coisas,,,, tambem procurava jornalistas e conversava os bastidores das materias,,,mas sempre perguntando o que eu nao poderia abordar,,,,,, tambem na editoria de opiniao eu estava la,,,, e muito importante essa pesquisa. Enquanto estava na prancheta ou no computador fazendo outras artes e ilustracoes, remoia atras de uma maneira inteligente e elegante para elaborar a mensagem da charge, pedindo a jesus que me desse a inspiracao dentro dos 35 anos de esperiencia da area,,, para que fosse capaz de brincar com as palavras assim como jesus fazia no novo testamento da biblia. muitas vezes me retirava da sala e chupando um picolé para outro canto da empresa com papel e lapis sentado so e esperando a iluminacao.

quarta pergunta..... muitas charges ja foram censuradas,,, a saber que como nao trato pessoalmente na parte politica do jornal, tambem nao tinha o conhecimento que o tal politico, banqueiro ou governador ou ate mesmo um empresario que doa dinheiro para campanha, tinha algum envolvimento com a empresa. Entao eu era informado muitas vezes de maneira sutil e outras nao,,, que deveria mudar o foco da critica,,,,, para comentar as charges proibidas basta ver na televisao os envolvidos em escandalos,,,, pobre nao da grana para jornal,,, pobre

usa jornal para pintar casa e embrulhar marmita.... nada contra o pobre,,, apenas o pensamento de economia.

quinta pergunta,,,,, ja fui processado,,, mas a empresa que trabalho resolveu o assunto,,,, e eu nao tive nada....

sexta pergunta.... o que eu penso sobre para o que serve a charge, toma totalmente outro rumo dependento do contexto que e praticado esse oficio,,, e como a estoria que o chefe de um jornal pede para que o jornalista, faca uma materia falando de jesus,,, e o jornalista pergunta, e falando contra ou a favor,,,,, deu para entender, espero que sim.

setima pergnta.... E muito delicado e muiiiiito perigoso, ter que ser inteligente e engracado sempre e sempre e sempre,,, como diz a biblia,,, que o falar muito acaba o homem se enrolando com a propria lingua,l,, pois falar mais rapido do que pensar, da nisso. Fazer critica e uma arte a ser treinada, treinada e treinada. Chamar a mae de alguem de galinha pode ser uma critica mas nao requer grandes habilidades de oratoria ou filosoficas,,,, mas jogar um ovo para o mesmo homem, e dizer, segura seu imaozinho,,, ja e um pequeno passo na comunicacao mas um grande passo para a humanidaded. Ser simples como a pomba e prudente como a serpente na critica e muito complicado e simplesmente glamoroso. Entao o caso dos televisivos, eles passam por pesada pressao para apresentarem a cada dia a grande sacada, a frase do ano, para obter o famoso ibope.

oitava pergunta..... acredito ja ter respondido,,,, mas resumirei em poucas palavras para dar sequencia as perguntas..... a chuva nao molha, e voce que nao consegue andar entre os pingos.....squando eu conseguia, ai tudo bem,,, mas era raro.

ULTIMA PERGUNTA.... essa pergunta tambem e derivada das respostas anteriores,,,, mas raramente dava para fazer um esboco devido o muitos trabalhos que eu fazia,,,, capas, ilustracoes, inforgrafias, caricaturas e etc... me fazendo sair da empresa so de madrugada,,, mas eu depois de muitos anos,,, aprendi bastante acertar a direcao politica da empresa, e enquanto um jornalista especifico da editoria de opiniao analisava a charge que ja estava pronta totamte eu continuava em outros trabalhos, tendo que fazer mudancas, a chaarge retornava, eu mudava conforme o direcionamento dado e estava tudo resolvido,,,salvo por mais um dia,,,,,