

# AS CHARGES E A CONSTRUÇÃO DE EXPECTATIVAS SOBRE A “ADMINISTRAÇÃO POPULAR” DE FORTALEZA.

Matilde de Lima Brilhante<sup>1</sup>

**Resumo:** Esta pesquisa estuda a prática do humor gráfico, na vertente charge, como expressão de representações sobre a política na capital cearense. Prática esta que organizou, comunicou e defendeu uma percepção dos acontecimentos políticos envolvendo a chamada Administração Popular de Fortaleza, num período em que o Brasil passava por uma transição de regime político. Assim, na primeira eleição municipal pós ditadura civil-militar, Maria Luiza Fontenele, candidata do Partido dos Trabalhadores (PT), concorreu e venceu a eleição na capital cearense. Fortaleza tornava-se palco de disputas políticas, travadas por meio de representações, entre o grupo que assumira a administração municipal e grupos jornalísticos que compunha a grande imprensa local. A linguagem chágica, inserida nesses periódicos, foi significativa desse momento, na medida em que contribuía para a construção de expectativas negativas sobre a nova administração.

**Palavras-chave:** prática; representação; imprensa; humor.

**Abstract:** This research studies the practice of graphic humor in the cartoon part, as an expression of representations about politics in Fortaleza. Practice that organized, informed and supported a perception of political events involving the so-called Popular Administration of Fortaleza, a period in which Brazil was undergoing a transition in political regime. As the first municipal election after civil-military dictatorship, Maria Luiza Fontenelle, candidate of the Workers Party, competed and won the election in the capital of Ceará. Fortaleza became the scene of political disputes fought through representations between the group that took over the municipal administration and local newspaper groups. The language chágica, embedded in these journals, it was significant that moment, insofar as they helped to build an expectation negative about the administration.

**Keywords:** practice; representation; press; humor.

## Introdução

Como entender a produção chágica como sistema de produção de sentido, inserida no campo midiático (jornais impressos), durante a chamada Administração Popular de Fortaleza?

Em primeiro lugar, faz-se necessário situar essa reflexão no âmbito dos fenômenos que implicam uma relação de representação, balizada nas práticas cotidianas de comunicação que configuram um espaço de disputas. Essa produção é uma proposta enquadrada na categoria das manifestações que exigem um referencial na realidade social para existir. Nesse

---

<sup>1</sup>Graduada em História pela Faculdade de Educação, Ciências e Letras do Sertão Central (2007). Atualmente, é mestranda em História e Culturas pela Universidade Estadual do Ceará.

TEMPOS HISTÓRICOS	volume 14 • 2º semestre de 2010 • p. 190-206 ISSN: 1517-4689 (versão impressa) • 1983-1463 (versão eletrônica)
----------------------	---

sentido, um signo só é tido como tal se exprimir ideias e se provocar, na mente daqueles ou daquelas que o percebem, uma atitude interpretativa (JOLY, 1996: 29), dando impulso à percepção das representações.

Nossa perspectiva de reflexão tem como fundamentação básica alguns pressupostos teóricos do pensamento de Roger Chartier. Suas ideias passam pelo interesse em identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída, pensada, dada a ler. Nesse esquema prevalecem as noções (complementares) de prática, representação e apropriação, nesse sentido, os objetos culturais são produzidos na relação entre estas categorias, assim como os sujeitos produtores e receptores também são visualizados nesse processo, correspondendo respectivamente aos “modos de fazer” e aos “modos de ver”.

Para Chartier, é possível pensar em uma história cultural do social que tome por objeto a compreensão das formas e dos motivos que, à revelia dos atores sociais, traduzem as suas posições e interesses objetivamente confrontados e que, paralelamente, descrevem a sociedade tal como pensam que ela é, ou como gostariam que fosse. É, portanto, toda tradução e interpretação mental de uma realidade percebida, tendo como finalidade ordenar a estrutura social. As estratégias simbólicas determinam posições e relações que constroem, para cada grupo ou meio, um “ser-percebido” (CHARTIER, 2002: 19).

De acordo com esse horizonte teórico, as representações, ao serem construída, exigem um espaço de circulação para produzir significados, e mesmo que em confronto com outras representações, tendem a resistir através do que designamos como simbólico. As práticas pelas quais as representações são expressas no meio social são também configurações de explicativas do “real”.

É em função dessa discussão que pensamos as maneiras como a produção chárstica da grande imprensa fortalezense se apropriou de uma dada realidade – a Administração Popular de Fortaleza – e a representou, reorganizando-a de acordo com interesses de grupo (s). O humor gráfico, como expressão de representações, não figura o espaço social como avesso do real, e sim, como construção de uma forma do dizer. Essa produção nos interessa na medida em que nela se compreende a re-apresentação do mundo, isto é, na medida em que nos apresenta formas que um evento é dado a ler.

Se, é através das lutas de representação que indivíduos e grupos procuram impor concepções de mundo e valores providos de organização em conflitos e classificações, nossas questões se colocam nesse esquema de inteligibilidade.

### **A grande imprensa de Fortaleza e suas relações com o campo político.**

Embora seja problemático definirmos o que pode ser considerado grande imprensa

em Fortaleza na década de 1980, faremos um esforço no sentido de elencar elementos que nos possibilitem desvelar a estrutura dos jornais estudados, dispondo de recursos teóricos, mas também, pensando essa definição a partir de uma análise empírica. Tal classificação se dará a partir de elementos dispostos na organização de cada jornal.

A principal disputa nesse espaço mercadológico, na década de 1980, era travada entre os jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste*, já que outros, como *O Estado* (1936) e *Tribuna do Ceará* (1952), embora organizados em modelo empresarial, não apresentavam, de fato, valor concorrencial, tendo dificuldade de manutenção.

Localizamos os jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste* no quadro que delimitamos como grande imprensa. Os pontos que os colocam nessa categoria podem ser percebidos através de aspectos como: consolidação destes enquanto empresa jornalística; na produção a partir de um desenvolvido parque gráfico; na expressiva circulação destes jornais; seu potencial quanto formador de opinião; a forma que apresentava o conteúdo das matérias publicadas e, ainda, por contar com um considerado número de anunciantes (fonte de recursos financeiros dos jornais).

Acrescentamos ainda que a grande imprensa é detentora de recursos e privilégios que lhe permitem superar as dificuldades que possam vir a passar, diferentemente das empresas de pequeno porte, que não dispondo de recursos suficientes, em momentos de crise, acabam tendo sua publicação interrompida (CAPELATO, 1994: 33).

Os periódicos estudados representam grupos que, em algum momento de sua história, buscaram a inserção no campo político. Demócrito Rocha, um dos fundadores de *O Povo*, elegeu-se deputado federal em 1935, tendo seu mandato cassado com o início do Estado Novo (1937); Paulo Sarasate, também fundador do jornal, foi governador do Estado do Ceará entre 1954 e 1958, tendo ainda ocupado os cargos de deputado – estadual e federal – e senador. Nessa mesma linha de interesse, Edson Queiroz Filho (gestor e mantenedor do *Diário do Nordeste*) lançou-se candidato a Deputado Federal (PPB) em 1994, sendo eleito e renunciando o cargo em 1997, e renunciou alegando razões de “foro íntimo”, mas deu sinais de que deixava o cargo por não aceitar as pressões para votar a favor do governo no Congresso (VEJA, 23. 07. 1997).

Vejamos a seguir uma análise desses grupos jornalísticos de forma individual, pois embora classificados como grande empresa, estes jornais têm suas especificidades.

### **Jornal O Povo**

O grupo *O Povo* S.A de comunicação é uma empresa que sempre manteve como presidente, membros da família fundadora: Demócrito Rocha (1928-1943); seu genro, Paulo Sarasate (1943-1968); a mulher do fundador, Creusa do Carmo Rocha (1968-1974); a filha

mais velha dos Rochas e esposa de Sarasate, Albaniza Rocha Sarasate (1974-1985) e o neto do fundador, Demócrito Dummar (1985-2008).

O modelo de imprensa no Brasil contempla o domínio de empresas familiares e, assim como os jornais *Folha de São Paulo*, *O Globo* e *Estado de São Paulo*, controlados respectivamente pelas famílias *Frias*, *Marinho* e *Mesquita*; o jornal *O Povo* possui na tradição familiar um fator de influência na formação de sua linha editorial e do estilo de gestão adotado. Como propósitos estabelecidos pela linha editorial (inicial), estava a defesa de valores liberais da época em sua oposição à oligarquia cearense e a República Velha, já que era representativa das questões políticas defendidas por Demócrito Rocha. Quanto ao tipo de gestão da empresa, temos que esta se fundamentava na autoridade pessoal dos donos da empresa e no estabelecimento de relações de confiança com alguns funcionários.

Esse jornal, fundado em 07 de janeiro de 1928, em Fortaleza, por Demócrito Rocha e Paulo Sarasate, tendo sua primeira sede na *Praça General Tiburcio, 158*, entra em circulação distribuído em dezesseis páginas, depois manteve uma média de seis páginas por edição. Com notícias escritas em notas rápidas, chegando a constar até treze notícias em uma única página, sendo que as notícias eram editadas juntamente com o conteúdo propagandista, assim, anúncios e noticiários compunham o mesmo espaço do jornal.

A editoração parecia não tomar a informação como elemento principal do jornal, talvez a considerasse com a mesma importância dos conteúdos opinativos. Estes, por sua vez, se faziam presentes de forma muito clara no jornal, em alguns momentos, a forma da escrita, nos dá impressão de estar lendo uma opinião sobre um determinado acontecimento, e não uma notícia. O caráter opinativo das matérias, nesse momento, aparece de maneira notável.

A modernização do jornal, na década de 1980, teve dois fatores de maior influência: o momento político e o surgimento do jornal *Diário do Nordeste*. No que diz respeito às discussões política do período, emitiu, entre suas matérias, conteúdos em defesa da anistia e das eleições diretas, não só com matérias noticiosas, mas também com textos reflexivos (principalmente na página de opinião e editorial).

Para as mudanças de ordem técnicas, pelas quais *O Povo* passou na década de 1980, muito contribuiu a concorrência do *Diário do Nordeste*, quando em fins dos anos 80, este o supera em número de exemplares vendidos. Até então, *O Povo* era o jornal mais vendido de Fortaleza<sup>2</sup> e, a partir de então, passava a ser o segundo mais vendido, isso significava redução no faturamento financeiro. A reformulação começa no início dos anos 80 com a substituição do maquinário gráfico, mudanças estas finalizadas nos anos 90. O periódico passa, ainda, por uma mudança na construção das matérias, adotando uma linguagem mais opinativo-reflexiva nas colunas políticas, como a *Coluna do Castelo*, que contribuía com uma

---

<sup>2</sup>De acordo com o Ibope e IVC.

análise diária do campo político. Tinha-se, também, a página de opinião, que crescia em número de críticas aos políticos, revelando maior destaque a essa temática.

### **Jornal Diário do Nordeste**

O Diário do Nordeste, incluído no Sistema Verdes Mares de Comunicação pertencente ao Grupo Edson Queiroz<sup>3</sup>, teve sua primeira publicação em 19 de dezembro de 1981, tendo como diretor geral, Ednilton Gomes de Soares; diretor superintendente, Pádua Lopes; diretor comercial, Francisco Ribeiro; diretor industrial, A. Capibaribe Neto e como editor, Francisco Bilas. Em seu projeto inicial contava com uma estrutura montada com oficinas modernas, instalações funcionais, serviços radiotelegráficos e de radiofoto. Obtinha as notícias nacionais e internacionais das agências O Estado, AJB, Globo, EBN, UPI, AP, Sport Press e correspondentes. Nos quatro primeiros anos já havia conquistado os seguintes prêmios: Placa de Prata (1982), Prêmio Esso (1983) e Troféu Mérito Lojista (1985).

No editorial de seu primeiro número, intitulado Compromisso de luta, ressaltava os problemas econômicos do país, destacando a inflação, o déficit do balanço de pagamentos, a dívida externa e interna; mas que: “confiamos na superação desses obstáculos, por meio da intensificação da exploração de nossas riquezas”. A riqueza a que o jornal se refere diz respeito aos recursos naturais da região e sua potencialidade econômica. Essa proposta apresenta-se oportuna para um grupo empresarial que tem na utilização dessas riquezas a possibilidade de expansão, com isso, propunha a mobilização de lideranças políticas e empresariais do Nordeste em função do ajustamento das atividades econômicas ao melhor rendimento em termos de produção, comercialização e consumo.

### **Os chargistas e sua linguagem**

Divulgando o cenário político de Fortaleza através de desenhos humorísticos, na vertente charge, os cartunistas dos jornais O Povo e Diário do Nordeste exploravam um

---

<sup>3</sup>Esse grupo é um conglomerado de empresas que leva o nome do empresário Edson Queiroz, sendo um dos maiores grupo empresariais do Nordeste. Surge em 1951 com a compra da Ceará Gás Butano, empresa que importava gás dos Estados Unidos para o Ceará. Nos dias atuais, denominada Nacional Gás e atuando com as marcas Paragás e Brasilgás. Em 1962, o Grupo inicia-se na área de comunicação com a aquisição da Rádio Verdes Mares AM; anos depois com a TV Verdes Mares, cujos primeiros sinais forma emitidos em 1969 com filmes importados; em 1981 é lançado o Diário do Nordeste com uma equipe de 80 jornalistas e a construção de um prédio de três andares na Praça da Imprensa. Para dar apoio à comercialização do gás liquefeito de petróleo (GLP), o grupo cria em 1963 a Tecnomecânica Norte – Tecnorte – para fabricação de recipiente para GLP, e no mesmo ano surge a Esmaltação Nordeste – Esmaltec – produzindo fogões domésticos. Em 1984 essas duas empresas foram incorporadas pela Tecnomecânica Esmaltec, passando a fabricar, além dos fogões e botijões, refrigeradores, bebedouros elétricos, freezers e garrações de policarbonato. Em 1969, o grupo ingressa no segmento agroindustrial com a empresa Cascaju. Em 1973 acontece a aula inaugural na Universidade de Fortaleza (Unifor) e dá início à entrada do grupo no sistema privado de educação superior. O ano de 1979 marca a participação do grupo Edson Queiroz no mercado de captação e evasão de água mineral, com a aquisição da

espaço distinto de atuação política. Este, se fez construir na prática cotidiana dos profissionais que atuaram na criação do humor gráfico, mesclando suas opiniões com a orientação editorial do jornal. A atuação política nessa produção passa pela reflexão diária dos acontecimentos e sua exposição através de um veículo de informação/opinião e, por isso, seu espaço de atuação não pode ser delimitado com precisão, pois corresponde à relação com o leitor, não necessariamente compartilhando as mesmas ideias e sentimentos.

O processo de elaboração da charge, em que se define a temática, os personagens, a ideia a ser transmitida, não finaliza a ação atuante do cartunista, haja vista sua inserção no espaço público. Ao entrar em contato com o leitor, a charge tem a possibilidade de cumprir seu caráter provocativo com intenção de fazer surgir um debate, ou simplesmente uma comunicação com o leitor. O que podemos dizer sobre o alcance da charge, nessa proposta de estudo, é que as charges de O Povo e Diário do Nordeste possuíam um grande público leitor e apreciador, considerando a correspondência entre eles. Segundo os cartunistas Maurício Silva e Mino, o leitor sempre entrava em contato com eles, através de cartas, telefonemas e, mais recentemente, por e-mails, ou ainda, pessoalmente em encontros casuais nas ruas da cidade.

Na década de 1980, na greve dos professores, Maurício Silva desenhava sobre essa temática e “inclusive os professores mandavam pegar a charge: ei, manda a charge pra mim”.<sup>4</sup> Numa situação em que o leitor compartilhava da ideia ali externada. Quando não gostavam da charge também se pronunciavam: “bicho tu pegou mal, num sei o que”<sup>5</sup>. Por meio desta comunicação os leitores elogiavam seus trabalhos, faziam reclamações, pediam exemplares de charges, criticavam o chargista. O leitor opinava sobre a produção do humor gráfico, se incomodava com o que estava posto ou compartilhava da mesma ideia, por isso cabe a defesa da linguagem do humor como produtora de significados.

Embora Gilles Lipovetsky tenha concluído em *A era do vazio* que o humor na sociedade, por ele chamada pós-moderna<sup>6</sup>, exerça apenas uma função de relaxamento, a linguagem do humor gráfico no contexto em que estudamos visava à elaboração de uma condição crítica. Nosso estudo não se adéqua ao pensamento de Lipovetsky pelo fato de percebermos outras sensações provocadas pela imagem humorística que não simplesmente uma atmosfera alegre, como sugere o autor. Quando os chargistas tornavam um fato e/ou uma ideia em objeto risível em seus desenhos, os leitores se sentiam impelidos a tomar uma

---

empresa Indaiá.

<sup>4</sup>José Maurício Silva. Chargista do jornal Diário do Nordeste. Entrevista realizada em 21 de setembro de 2009.

<sup>5</sup>Idem

<sup>6</sup>Ao abordar a noção de pós-modernidade, Lipovetsky tentava explicar fatos novos e uma nova realidade: o fim das chamadas ideologias, o surgimento de uma nova cultura hedonista, o destino da comunicação e do consumo de massa, o culto do corpo, etc., ou seja, a sociedade que se implantava nos anos de 1950, 60 e 70, muito embora, tenha explicado posteriormente que os fatos sobre os quais pensou o pós-moderno estavam certos; a conceituação

posição. Se esta produção estivesse vazia de sentido, ou tivesse como único interesse o riso de alívio, provavelmente não despertasse a vontade de manifestação do público que a lesse.

O *sense of humour* com sua dualidade de sátira e de sensibilidade fina, de extravagância idiossincrática e de seriedade, correspondia à primeira revolução individualista, ou seja, ao desenvolvimento dos valores de liberdade, de igualdade e de tolerância enquadrados pelas normas disciplinares do controle de si; com a segunda revolução individualista conduzida pelo hedonismo de massa, o humor muda de tonalidade, indexando-se com prioridade sobre os valores de cordialidade e de comunicação. Assim, na imprensa e principalmente no humor de todos os dias, não se trata, no fundo, de ridicularizar a lógica, de denunciar ou menosprezar, mesmo que com benevolência, certos acontecimentos, mas, sim de estabelecer um simples clima “*relex*”, descontraído: de algum modo o humor exerce uma função *fática* (LIPOVETSKY, 2005: 133).

Desta forma, para este filósofo francês, a forma generalizada do humor, na contemporaneidade, retira seu poder combativo e de criticidade, tornando-o puramente lúdico, assim, este humor teria se transformado em produto de mediação do consumo. Esse vazio de sentido cria uma atmosfera em que não mais se acredita profundamente na importância das coisas.

Aceitando esta assertiva para nosso objeto, estamos nos colocando contra a ideia de atuação política dos cartunistas, no entanto, eles próprios assumem a não neutralidade de seus desenhos. Sinfrônio<sup>7</sup> afirma que seu trabalho como chargista se constrói no tripé: humor, opinião e responsabilidade, o que implica a defesa de uma razão manifesta de sentidos, por isso percebe a capacidade de organizar suas ideias em volta de uma proposta de representação.

O jornal O Povo contava com apenas um chargista para suas publicações ao lado do editorial, Sinfrônio de Sousa Lima Neto. Os outros desenhistas presentes no jornal trabalhavam no setor de ilustração, estas poderiam surgir em qualquer página, não sendo, obrigatoriamente, uma publicação diária. No Diário do Nordeste havia quatro chargistas (Glaucio Bezerra Martins, José Maurício Silva, Hermínio Macedo Castelo Branco – Mino e Eris) que revezavam o espaço. Além disso, este periódico era editado com duas charges diárias, seguindo linhas diferentes: uma no primeiro caderno, sempre relacionada a uma temática do dia, era factual, destacava principalmente assuntos políticos e econômicos; e outra no terceiro, na coluna *É*, de Neno Cavalcante, explorando mais o aspecto do entretenimento, mas sem esquecer situações do cotidiano, esta não tinha obrigação com o factual, sua temática era menos dependente dos acontecimentos políticos ou econômicos.

---

que não foi adequada, visto que não se vivia uma pós-modernidade, mas uma outra modernidade.

<sup>7</sup>Sinfrônio de Sousa Lima Neto. Chargista do jornal O Povo de 1975 a 1991. Entrevista (via e-mail) realizada em setembro de 2008.

## **Maria Luiza e as representações humorísticas**

Com o golpe civil-militar de 1964, no Brasil, as eleições diretas para prefeito nas capitais e áreas de segurança nacional foram sustadas, sendo re-instaladas na legislação eleitoral apenas em 1985. Em maio daquele ano, alguns candidatos já estavam em campanha para chegar ao Paço Municipal de Fortaleza pelo voto direto. Embora tivessem que ter seus nomes referendados pelas convenções de seus partidos políticos, os postulados já faziam movimentações no sentido de conquistar apoio para a campanha.

Durante a campanha eleitoral, nenhuma charge apresentando a candidata Maria Luiza Fontenele (PT) como possível vencedora foi publicada na grande imprensa da cidade. Nas seis charges em que se faz referência a ela, Maria Luiza é colocada em segundo plano da cena. Se contabilizarmos as charges que estiveram à nossa disposição, do início oficial da campanha até as vésperas da eleição, temos um total de cento e oitenta e duas (182) publicações, incluindo os dois jornais pesquisados, destas, seis referiam-se à candidata do PT, e das seis, nenhuma destacou sua possibilidade de vitória. As representações humorísticas da campanha eleitoral eram pautadas em algumas abordagens, de forma constante: os conflitos partidários; o comportamento dos políticos; o pouco interesse do eleitor nos horários do TRE; a vitória de Paes de Andrade, quando muito, a disputa acirrada com Lúcio Alcântara. Os demais candidatos nem apareciam nos desenhos, e sobre Maria Luiza:

Ninguém esperava de jeito nenhum, a vitória dela foi uma coisa assim, as pesquisa que fazia no Ibope sempre a gente colocava na primeira página uma ilustração. Fazia, por exemplo, os candidatos correndo pra alcançar um objetivo, que era a eleição, Maria Luiza sempre era lá atrás e de repente no dia da eleição ela ganhou.<sup>8</sup>

Esta ausência de Maria Luiza nos dá duas opções de leitura. A primeira, que os chargistas, de fato, não acreditavam na possibilidade da candidata vencer essa eleição, e a segunda, que, por opção do jornal, não propuseram essa possibilidade. Considerando que as charges eram criadas a partir das notícias do jornal, devendo seguir a mesma linha editorial, tal produção seguiu as pesquisas publicadas na imprensa. Glauco confirma não imaginar que Maria Luiza venceria aquela eleição, afirma também, que o Diário do Nordeste era sua principal fonte de informação, na época. Isso implica num fator de dependência entre humor gráfico e jornal (lê-se matérias escritas).

A charge que se segue nos serve como modelo, da percepção dos chargistas, sobre a disputa na campanha eleitoral, segundo a qual era ajustada pelos números das pesquisas

---

<sup>8</sup>Glauco Bezerra Martins. Chargista do jornal Diário do Nordeste. Entrevista realizada em 21 de outubro de 2009.



publicadas pelos jornais. A figura 01 apresenta a tendência de queda - que os números das pesquisas indicavam - do candidato Paes de Andrade, embora que, ainda assim, em primeiro lugar. É uma indicação de que a vitória do candidato do PMDB não estava tão segura, quanto podia parecer anteriormente.

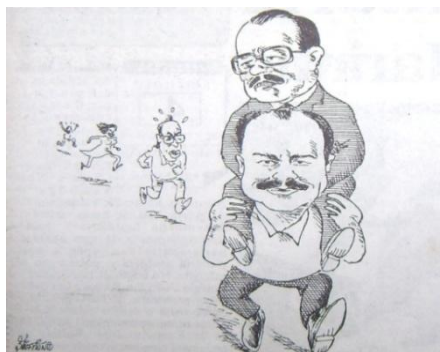


Fig. 01. Sinfrônio. O Povo. 4.10.1985.

Na charge, Narcélio Limaverde<sup>9</sup> carrega Paes de Andrade nas costas, numa corrida, simbolizando a disputa eleitoral. Paes aparece em primeiro lugar, seguido por Lúcio Alcântara em segundo e Maria Luiza em terceiro. O chargista do jornal O Povo, entendendo que Narcélio era quem levava o candidato do PMDB rumo à vitória, por sua maior popularidade junto ao eleitor, deixa a entender que Paes de Andrade já havia perdido sua força política, e, por isso, não tinha a vitória tão assegurada. Enquanto este demonstra cansaço, o segundo colocado, Lúcio Alcântara, o persegue num ritmo acelerado. Apesar do primeiro lugar, o candidato apresenta sinais de extenuação, numa referencia a sua força política.

Interessante destacarmos a diferença de percepção, de grupos distintos, sobre a campanha eleitoral, configurando por assim dizer, as lutas de representações. Enquanto os chargistas promoviam a percepção da vitória de Paes de Andrade, Maria Luiza (e membros do Partido dos Trabalhadores) investia na ideia da virada no final da campanha. As representações humorísticas da campanha parecem pronunciar apenas dois dos sete concorrentes, isso porque apenas esses dois (Paes e Lúcio) apareciam com chances de vitória, segundo os índices das pesquisas publicadas. Por outro lado, a partir do final de outubro de 1985, últimos momentos da campanha eleitoral, Maria Luiza e o grupo envolvido em sua campanha demonstravam acreditar no que chamaram de “virada final”, termo usado para expressar a confiança na vitória mesmo com os índices de pesquisas apontando outro resultado. Os organizadores da campanha lembravam que “a candidatura de Maria Luiza está crescendo ainda mais nesses últimos dias e a eleição provará a grande vantagem de Maria

---

<sup>9</sup>Candidato a vice-prefeito na chapa de Paes de Andrade.

Luiza sobre seus concorrentes”<sup>10</sup>. O final da campanha da candidata do PT foi marcado por atividades como: “passeata da virada” e “comício da virada”, numa demonstração de confiança na mudança no resultado da campanha. Temos um primeiro confronto na forma de perceber esse momento político.

Se, nas charges, a vitória de Paes é assegurada até momentos antes da eleição; por outro lado, a campanha de Maria Luiza seguia pautada na crença da vitória. Com isso, estas representações disputavam a legitimidade no espaço social. Nesse sentido, percebemos que esse confronto pela percepção da campanha, e, posteriormente, da administração de Maria Luiza se fez, antes de tudo, no uso de disposições emocionais em oposição: a esperança e a desesperança.

O Partido dos Trabalhadores através de sua candidata propõe um governo com a participação popular, daí a denominação de seu mandato de: “Administração Popular de Fortaleza”, muito embora, o entendimento sobre de que forma se daria essa participação não fosse consensual dentro do próprio partido<sup>11</sup>. Para esta administração, as expectativas geradas em torno da ideia de governar “com o povo” funcionaram como instrumento mobilizador da esperança, sentimento ressaltado pela prefeita no ato de sua posse.

Bom, minha gente, a data de hoje é particularmente importante na vida política de Fortaleza. O Povo desta cidade adquire legitimamente o direito de cultivar sua **esperança**, na expectativa de construir uma administração que responda aos seus interesses imediatos, e anseios maiores. Uma **esperança** que encontrou sempre as maiores dificuldades para se fortalecer e que, apesar de tudo, manteve-se inteira. (...). Cabe a nós a tarefa grandiosa de estar à altura do novo que se ergue imponente frente ao passado. Cabe a nós a responsabilização maior pelos rumos de um projeto que não é apenas de um partido, nem é apenas de uma administração. A história tão rica nas surpresas que propõe, quis que o nosso nome, e o de Américo Barreira, estivessem à frente de um **sonho**.<sup>12</sup>

Com esse discurso, a prefeita toma para si a identificação com a esperança, ressaltando que apesar das adversidades, a esperança continuou a existir plena e sem qualquer abalo. A administração que se inicia em 1º de janeiro de 1986 assume com um propósito preservar o “direito de sonhar”, apostando num futuro em que se torne possível a superação dos principais problemas enfrentados pela população. Nesse momento manter-se

---

<sup>10</sup>Jornal O Povo. 10.11.1985.

<sup>11</sup>A concepção de Maria Luiza Fontenele, era que os conselhos populares deveriam ser diferentes das associações de bairro, pois requeriam um nível mais alto de organização, envolviam várias esferas e instâncias de organização e as aglutinariam. Considerava que os conselhos seriam formados pela iniciativa do partido, pertenciam à sociedade civil e não serem criados pela administração. Neste sentido, deveriam diferenciar-se dos conselhos comunitários e não restringir-se a âmbito setorial como a um ou outro órgão da Prefeitura, mas por uma instância superior. Ver: SOUZA, Lincoln Moraes de. **Crônica de um partido não anunciado**: programa e governos do PT entre 1979 – 2000. Tese de doutorado; Instituto de Economia. Campinas, SP: Universidade Estadual de Campinas, 2004. P. 304.

coerente era manter-se esperançoso em relação ao futuro. O discurso de esperança e de sonho, como expressão das representações (que o grupo político organizou de si mesmo), era propagado em comícios, programa eleitoral do TRE, declarações para imprensa, e na posse, Maria Luiza reforçava a valorização desse sentimento. E, para uma parcela da população essa esperança era legítima.

Os moradores das favelas de Fortaleza têm esperança que na administração da prefeita Maria Luiza os pobres sejam olhados de maneira especial, pois se acham carentes de trabalho, alimentação e moradia. Acreditam que por ela ser uma pessoa identificada com o povo, não deixará que os favelados sejam retirados de suas casas como já aconteceu em gestões anteriores. (...) Conscientes das inúmeras dificuldades que terão de enfrentar, este ano, principalmente, no que se refere a moradia, pois geralmente as casas são de taipa, protegidas por plásticos, as pessoas que moram na favela localizada na Avenida Engenheiro Santana Junior, foram unânimes ao afirmar que a única esperança do pobre é a nova prefeita, que sempre esteve engajada nos problemas dessa natureza. Eles esperam ser prioridade em sua administração. “As coisas vão melhorar, não é possível que Maria Luiza, agora, que é prefeita esqueça os pobres e suas dificuldades”, salientou a doméstica, Maria Zuila Moraes, mãe de seis filhos. (...) Por sua vez, Marcelina Moraes, cozinheira, uma filha, garante que o ano de 1986 começou muito bem e cheio de esperanças.<sup>13</sup>

Essa matéria é exemplar das expectativas construídas, por parcela da população fortalezense, com a vitória petista. O novo, a ser construído, a partir de então, precisava dar conta dos anseios que motivaram o eleitor a votar nessa proposta.

De outra forma, a esperança não era o único sentimento a motivar discursos e/ou práticas com relação à política de Fortaleza. No editorial do dia 18 de novembro, três dias após a eleição, o jornal *O Povo* destacava que “o resultado da eleição de 1985 foi uma surpresa, que só o tempo pode garantir se nos dará compensação ou frustração”. Aqui, a percepção é a da dúvida, uma vez que apresenta duas alternativas para o desempenho da administração, a compensação ou a frustração; é como um alerta contra a euforia percebida na Praça José de Alencar durante a festa de comemoração da vitória de Maria Luiza.

As charges em estudo dão a ler a política através de acontecimentos e expectativas. Para explorar fatos e personagens da cena política de Fortaleza como conteúdo risível, os desenhistas ultrapassavam o caráter informativo acontecimental, além de figurar uma linguagem persuasiva, a charge desenvolvia uma propensão futurista. Ou seja, os chargistas, durante o processo criativo, vislumbravam uma solução para a cena representada, tratavam dos acontecimentos do presente, mas também, revelavam um futuro que poderia acontecer como consequência das práticas observadas. Esse futuro era revelado através de sentimentos proporcionados pelo envolvimento do desenhista com a questão abordada.

---

<sup>12</sup>Discurso de posse da prefeita Maria Luiza. *Jornal O Povo*. 01.01.1986.

<sup>13</sup>*Jornal O Povo*. 02. 01. 1986.

O evento, que corresponde à vitória de uma candidata pertencente a um partido de esquerda para prefeitura de Fortaleza, ganhou sentido na produção dos chargistas cearenses, expressando sentimentos de insegurança, desconfiança ou desesperança.

Pensar como seria uma prefeitura administrada por uma mulher, pertencente a um partido de esquerda, provocava um sentimento de dúvida e desconfiança. O momento que antecedeu a “Administração Popular de Fortaleza” pode ser considerado o período das expectativas. A produção gráfica do humor procurava captar o “espírito” do período e divulgá-lo segundo uma orientação específica do grupo envolvido em seu processo de construção. E, as representações que moviam a prática dos chargistas criavam expectativas distantes das exaltadas pelo grupo administrativo; expressavam-se por meio de sentimentos como a dúvida, ou expondo uma antevisão negativa da gestão a ser iniciada.

No Diário do Nordeste, as representações humorísticas estavam voltadas para os problemas que seriam enfrentados pela futura administração. Glauco destacava em suas charges as más condições das ruas da cidade – em desenhos de ruas esburacadas e tomada pelo lixo – num contexto em que um novo grupo político estava para assumir a prefeitura da cidade, parecia querer expor as perguntas: o que será feito para solucionar esses problemas? Maria Luiza é capaz de administrar Fortaleza?

O jornal O Povo também publicava charges motivadas pelos mesmos temas, ou seja, os problemas a serem enfrentados pela nova administração. Se havia dúvida, dos chargistas com relação à competência da prefeita, isso indica que, estes, não coadunavam com o clima de esperança partilhado entre grupo governista e seus eleitores.

O desenho a seguir aponta para a exploração dos problemas da cidade como prêmio a ser recebido pela prefeita. Restava, a partir de então indagar se tais problemas seriam solucionados. As greves e a falta de saneamento básico aparecem como os grandes desafios de Maria Luiza. A imagem brinca com a ideia de que a disputa política travada na campanha eleitoral de 1985, não levava a candidata do Partido dos Trabalhadores a uma conquista, pelo menos não a conquista de algo positivo. Sua vitória teria significado o ganho de uma cidade tomada pelo lixo, greves e ruas esburacadas. Nesse caso, o efeito risível é construído através da inversão na situação que compõe a cena elaborada pelo chargista, ou seja, o prêmio conquistado resultara em decepção.

Segundo a interpretação do autor, com o resultado da eleição de 15 de novembro de 1985, Maria Luiza esperava usufruir do poder conquistado e, no entanto, o que lhe esperava era uma série de dificuldades administrativas, portanto, o esforço realizado durante a campanha não teria resultado nos benefícios esperados.



Fig. 02. Sinfrônio. O Povo. 02.01.1986.

A sensação que esta charge transmite ao leitor é a de que a situação da prefeita era bastante desconfortável: a personagem aparece diante de um caos urbano que precisava ser solucionado com urgência.

O aspecto humorístico dedicava-se a questionar o resultado da vitória conquistada e pode ser resumido como: vencer e não levar nada, assim, a vitória tornava-se vazia. A cena destaca (ironicamente) o início da Administração Popular de Fortaleza através de uma mensagem que visava colocar sob suspeita a capacidade da prefeita em administrar a cidade. Com isso, ganhar a eleição não era suficiente, era preciso a partir de então, que esse grupo político provasse sua competência enquanto governo.

A frase “tudo isso agora é seu”, pronunciada pela personagem da cena comunica as nuances zombeteiras da produção. A frase pressupõe uma grande conquista, o que leva o leitor a imaginar que Maria Luiza estaria recebendo uma boa recompensa, algo diferente do que a cena apresenta. A combinação desses elementos no desenho contribuirá para exasperar o referencial da charge. Maria Luiza apresenta uma expressão assustada ao deparar-se com a cidade tomada pelo lixo e pelas greves, indicando a mensagem subjacente de que ela não estaria preparada para assumir o cargo ocupado. A crítica consistia na evocação da ideia de incapacidade política. A imagem da prefeita eleita como alguém perdida inspirou construções humorísticas, e com um toque de pessimismo, ironizava-se a futura administração da cidade.

Por outro lado, estas mesmas representações nos levam a perceber que os problemas pelos quais a administração de Maria Luiza era criticada não tiveram origem em seu governo, mas já se faziam presentes na administração anterior. Sendo assim, pode-se compreender que esta era uma situação que se prolongara em sua administração, e não como sendo originária desta.

A constante relação da prefeita com as greves em sua administração deve-se ao fato de Maria Luiza ser identificada por sua participação em movimentos sociais. A ideia em destaque, nesse caso, era que se a prefeita havia apoiado greves, anteriormente, em seu mandato não tomaria nenhuma atitude sobre essa questão.

Para o chargista Sinfrônio, o desdobramento dessa administração rendeu desenhos de

humor por constituir-se numa gestão desastrosa, desta forma, sua percepção sobre o período em estudo determinou a construção de uma produção que visava impor uma definição da gestão municipal (1986-1988) como fracasso, um acontecimento posto ao ridículo.



Fig. 03. Sinfrônio. O Povo. 12.01.1987

Nessa charge, publicado um ano após a posse de Maria Luiza, há uma substituição do termo, usado pela administração, por um termo oposto, usado pelo chargista. O sorriso característico da personagem, observado em charges anteriores, é substituído por essa fisionomia séria, ríspida, como indicação da mudança de circunstâncias políticas. Isso quer dizer que, a felicidade pela vitória na eleição dava lugar ao semblante carregado da personagem em consequência dos problemas encontrados em sua administração. Em oposição à definição de *popular*, exaltado pelo grupo governista, o chargista usa o termo *impopular*, não aceitando como legítimo a maneira do grupo político se definir. A estrela que aparece na cena é referência a um símbolo do Partido dos Trabalhadores, demonstrando-se contrariada com o acréscimo do prefixo *im*, dando a perceber a disputa pela forma de definição.

Ao refutar a ideia de Administração Popular, os chargistas formulavam sua percepção dos acontecimentos políticos inseridos num pensamento de oposição. O confronto não era pelo poder político instituído, e sim, pelo poder de estabelecer que visão da realidade mereceria se impor sob legitimidade social.

A produção do humor gráfico também sugere que o fim da administração de Maria Luiza significaria o fim do descaso administrativo. Como pode ser percebido na charge que se segue, em que conta-se os dias restantes (36) para o fim do mandato da prefeita Maria Luiza Fontenele.

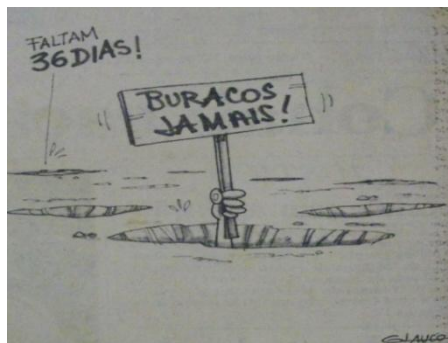


Fig. 04. Glauco. Diário do Nordeste. 25. 11. 1988.

Nesse caso, a placa com a frase *buraco jamais* demonstra a expectativa criada com a saída de Maria Luiza da Prefeitura Municipal de Fortaleza. Assim, era esperado que o novo prefeito resolvesse o problema das ruas esburacadas, admitindo hipoteticamente que o prefeito seguinte (Ciro Gomes, do PMDB, que vencera a eleição municipal de 1988) administraria melhor a cidade. Percebe-se nas charges desses periódicos que a responsabilização por esses problemas era atribuída à administração de Maria Luiza. Então, o problema era o grupo administrativo, uma vez que este grupo estivesse fora do governo, os mais graves problemas da cidade estariam resolvidos.

O chargista põe a disposição do público (na charge 04) a sensação de alívio com o fim desta administração, desta forma, promove o desencadeamento de expectativas positivas quanto ao novo grupo administrativo, como se este fosse a solução para os problemas administrativos, diferentemente do que acontecera antes da administração de Maria Luiza.

### Considerações finais

As narrativas chárgicas organizaram, ou reorganizaram, uma percepção dos fatos políticos a sua maneira, pontuando questões de acordo com os interesses do grupo jornalístico no qual estavam inseridas. Desta forma, o fenômeno político que tomamos para analisar a construção dessas representações – o período que antecede a administração de Maria Luiza Fontenele na cidade de Fortaleza – foi construído na linguagem do humor gráfico imprimindo a perspectiva de um futuro caótico.

E assim, pudemos observar que as charges, a partir de um lugar definido (o jornal), influíram na construção de expectativas negativista sobre a chamada Administração Popular de Fortaleza, representando a administração de Maria Luiza com base nas ideias da desorganização política, incompetência administrativa e descaso pelos problemas da cidade. Além de construir e exacerbar uma imagem da prefeita de conivente com as greves do funcionalismo público. Nesse sentido, tais representações organizaram e colocaram à exposição do público leitor perspectivas negativas sobre como seria a atuação política de

Maria Luiza, contribuindo para disseminação dos sentimentos de desesperança e insegurança.

## Fontes

Jornal O Povo

Jornal Diário do Nordeste

Revista Veja. 23. 07. 1997.

## Bibliografia

BAKTHIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: HUCITEC; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1993.

BERGSON, Henri. **O riso**: ensaio sobre a significação da comicidade. São Paulo: Martins Fontes, 2001. (Coleção Tópicos)

BOBBIO, Norberto. **Os intelectuais e o poder**: dúvidas e opções dos homens de cultura na sociedade contemporânea. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 11<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BREMMER, Jan & ROODENBERG, Herman (orgs). **Uma história cultural do humor**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

BURKE, Peter. **Variiedades de história cultural**. 2<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

CAPELATO, Maria Helena Rolim. **A imprensa na história do Brasil**. 2<sup>a</sup> ed. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1994.

CHARTIER, Roger. **A história cultural**: entre práticas e representações. 2<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Difel, 2002.

FLORES, Onici. **A leitura da charge**. Canoas: Ed. ULBRA, 2002.

FONSECA, Joaquim da. **Caricatura**: a imagem gráfica do humor. Porto Alegre: Artes e ofícios, 1999.

GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas, sinais**: morfologia e história. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

JOLY, Martine. Introdução à análise da imagem. Campinas, SP: Papyrus, 1996.

LIPOVETSKY, Gilles. A sociedade humorística. In: **A era do vazio**: ensaio sobre o individualismo contemporâneo. Barueri, SP: Manole, 2005.

LUSTOSA, Isabel. **Brasil pelo método Confuso**: humor e boemia em Mendes Fradique. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1993.

MINOIS, Georges. **História do riso e do escárnio**. São Paulo: UNESP, 2003.

MOTTA, Rodrigo Patto Sá. **Jango e o golpe de 1964 na caricatura**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar



Ed., 2006.

MUNIZ, Altemar da costa. **Trajetórias de vida, espaço de sociabilidades, e projeto político da burguesia “mudancista” cearense (1978-1986)**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em História Social. Rio de Janeiro: UFRJ/Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, 2007.

MUNIZ, Valdélino de Sousa. **A política editorial na editoria de política: um breve estudo sobre o comportamento dos jornais O Povo e Diário do Nordeste durante as eleições municipais de 1996**. Monografia. Graduação em Comunicação Social. Fortaleza: UFC, 1997.

PINTO, Zivaldo A. Ninguém entende de humor. **Revista de Cultura Vozes**. Petrópolis, ano 64, n. 3, abr. 1970.

SILVA, Marcos A. **Caricata República**. São Paulo: Marco Zero, 1990.

SILVA, Marco Aurélio Ferreira da. **Humor, vergonha e decoro na cidade de Fortaleza (1850-1890)**. Fortaleza: Museu do Ceará, SECULT, 2009.

SODRÉ, Néelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

Artigo recebido em 05/09/2010

Artigo aceito em 16/12/2010