

---

## **FIGURAÇÕES DO PRESIDENTE LULA NAS CHARGES DO CARTUNISTA LILA**

ELIZABETH CHRISTINA DE ANDRADE LIMA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE – UFCG  
ecalima@terra.com.br

### **INTRODUÇÃO**

O uso de charges com os temas sobre conjuntura política, fatos ou acontecimentos políticos, além da construção/desconstrução de figuras políticas tem sido, ao longo da história da cultura política no Brasil, um recurso altamente positivo. Pelo seu caráter burlesco, jocoso e de “neutralidade” jornalística, as charges são resultado de construção e desconstrução contínuas de imagens públicas de políticos e de sua atuação parlamentar ou executiva, de instituições sociais privadas ou públicas, de visões e desconstruções de visões do eleitor sobre o voto ou sobre as campanhas eleitorais. Utilizamos como campo para análise as charges do cartunista Lila, tendo como tema o personagem Luis Inácio Lula da Silva, veiculados no Jornal da Paraíba – Campina Grande – PB, nos anos de 2008, 2009 até setembro de 2010.

### **O USO DA CHARGE E A PERCEPÇÃO DA CULTURA POLÍTICA**

O uso de charges na mídia impressa e particularmente as de conteúdo político não é um elemento novo na formação da opinião pública. Para se ter uma idéia, historicamente, esse fenômeno teve início mundialmente no século XVIII com o advento do surgimento dos chamados “portait-charge” (caricatura de personalidade célebres de forma individualizada) que conforme explica Silva (1992, p. 51), representou a instituição definitiva da charge na imprensa. No entanto, foi no final do século XIX, nos EUA, que conforme Melo (2003, p. 164), a caricatura, de uma forma geral, passou a fazer parte no universo jornalístico:

O apelo à imagem desenhada como recurso narrativo na imprensa diária vai atingir o auge no fim do século XIX, nos EUA, quando se trava a “guerra” entre Hearst e Pulitzer pela conquista do público leitor. Nesse episódio da

---

história do jornalismo norte-americano, vamos encontrar a caricatura e suas formas conexas – charge, cartoon e comic – como instrumentos decisivos para a mobilização do público. (MELO, 2003, p. 164)

Foi a partir desse acontecimento que a charge se tornou uma das modalidades da caricatura mais utilizadas no jornalismo, respaldada num forte elemento comum à mídia e a política que é o público. No Brasil, a charge passou a ser produzida no início do século XIX, com a chegada dos imigrantes europeus, popularizando-se num curto espaço de tempo por meio dos periódicos ilustrados de teor satírico que logo se espalharam por vários outros Estados brasileiros. O sucesso editorial destes periódicos, junto ao público leitor, despertou o interesse por parte dos donos dos jornais fazendo da charge um formato editorial obrigatório na imprensa, junto à qual goza, até hoje, de um espaço privilegiado.

No tocante ao conteúdo ideológico, o processo de produção das charges encontra-se atrelado, de forma geral, a dois grupos de fontes. Um deles são os noticiários de onde são extraídos os diversos fatos e personagens de repercussão midiática suscetíveis às críticas sagazes. É nesta perspectiva que Melo (2003, p. 167) define a charge como uma “reprodução gráfica de uma notícia já conhecida do público, segundo a ótica do desenhista”. Menos dependente deste caráter factual, o outro grupo de fontes constantemente utilizado pelos chargistas como matéria prima, constitui-se, por assim dizer, de objetos de duas naturezas distintas. De um lado, estão os temas que fazem alusão às problemáticas sociais tais como a fome, o desemprego, a violência e a desigualdade social. De outro, está o conjunto de práticas e comportamentos que caracterizam determinados grupos de sujeitos sociais, a exemplo dos políticos, juízes, médicos etc. Na perspectiva abordada neste artigo, interessa-nos analisar o conteúdo narrativo da chamada charge política, e neste caso merece destaque no presente artigo à crítica satírica sobre o personagem político Luis Inácio Lula da Silva, aclamado e festejado como um dos mais queridos e populares presidentes que o Brasil já teve.

A riqueza da charge, enquanto elemento narrativo, está em seu poder de fazer uma revelação que é ao mesmo tempo surpreendente e “lugar comum”. Além disso, possibilita um tipo de informação descolada do caráter de verdade inerente ao que se exige, por exemplo, do discurso jornalístico. Em outras palavras, ainda que a revelação feita pela

charge tenha um cunho informativo, o sentido de neutralidade do discurso jornalístico não é violado, pois o processo de construção ou desconstrução da imagem ancora-se no entretenimento e no dito jocoso. Tal estratégia narrativa não explicita elementos que possam indicar uma tomada de posição política por parte do jornal, pois atributos pessoais e políticos dos personagens políticos caricaturados, de maneira positiva ou negativa, se tornam no estilo de composição da charge, “porções”, “momentos” ou exemplos de divertimento, entretenimento, humor e não notícia. A caricatura é ainda um lugar que carrega uma importante e fundamental carga de informação subliminar. A força do elemento simbólico, neste caso, reside exatamente naquilo que não se pode mostrar enquanto fato, logo não pode ser notícia. É desse modo que fazem parte da composição da narrativa mas permanecem protegidas pela pressuposição de um descompromisso com o conteúdo noticioso.

A partir dessas rápidas incursões sobre a charge e seus significados e apropriações culturais, passamos abaixo a trabalhar com as charges produzidas pelo cartunista Lila e publicadas no Jornal da Paraíba, com as variadas figurações sobre o presidente Lula.

## **FIGURAÇÕES DO PRESIDENTE LULA**

Luis Inácio Lula da Silva, é sem dúvida, uma das mais destacadas figuras políticas contemporâneas do Brasil, seja pela sua trajetória pessoal, seja pela sua figura de estadista, hoje, mundialmente conhecida.

Já em seu segundo mandato e tendo enfrentado cinco campanhas eleitorais à Presidência da República, mostrou-se antes de qualquer coisa, ser um indivíduo altamente persistente. Lula atualmente orgulha-se e comemora o alto índice de popularidade, o que faz dele um líder político bastante prestigiado e poderoso, pois detém destacado apoio popular.

O cartunista Lila, usando como tema a popularidade de Lula, cria charges que apontam exatamente para essa característica de sua pessoa e de seu governo; como ilustrado na charge à esquerda. O que se apresenta é um Presidente entusiasmado com a sua popularidade, porém atenta o chargista para o perigo de tal popularidade envaidecê-lo em

---

demasia, levando-o a se preocupar mais com a publicidade de sua própria imagem do que com sua ação administrativa.

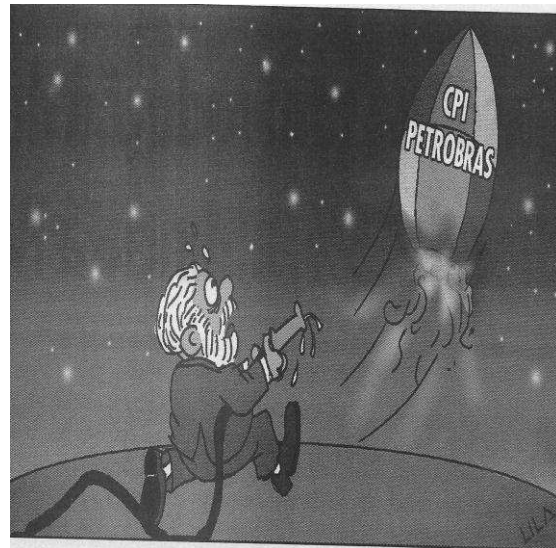
De maneira muito bem humorada, o chargista veste Lula ao modo do *pop star* Michael Jacson, ao que Dona Marisa, sua esposa indaga, dever ter ele cuidado pois a sua popularidade pode subir para “sua cabeça”. Essa charge suscita retomar a formulação feita por Janine Ribeiro quando aponta para os perigos do excesso de publicidade da própria imagem e a perda da defesa do interesse público em favor do interesse privado:

Quanto mais se teatralizar a política – quanto mais os cidadãos forem reduzidos a público, a espectadores das decisões políticas –, menor será o caráter público das políticas adotadas, menor seu compromisso com o bem comum, com a *res publica* que deu nome ao regime republicano. Em suma, quanto mais o governante fizer cena para sua popularidade, menos será republicano, e maior risco correremos de que, esquecendo o público pelo publicitário, ele se aproprie da coisa comum para fins privados. (RIBEIRO, 2004, p.34)

A charge à direita, segue o mesmo raciocínio da charge esquerda, só que em sentido inverso, ou seja, o que está em jogo é o medo da perda da popularidade e do apoio popular cristalizado no risco que uma CPI – Comissão Parlamentar de Inquérito – representa. No caso em questão, Lula tenta apagar o incêndio do balão da CPI da Petrobrás. Atente o leitor para a criatividade do chargista em usar o período junino como argumento principal, através do balão junino, um dos principais ícones desta festa. Novamente ele une o tema festa à política.



Jornal da Paraíba – Charge de Lila - 07.06.2009



Jornal da Paraíba – Charge de Lila - 09.06.2009

Nas duas charges abaixo os temas apresentados são as desigualdades sociais do povo brasileiro e o amor do Presidente Lula por futebol. Na charge que trata da desigualdade o que tem é o discurso entre mãe e filho e está afirma ao filho que o Presidente Lula afirmou em um de seus pronunciamentos que o Natal dos brasileiros estava garantido, mas o que estarrece o leitor é a fala da criança, que, por nunca ter vivido uma festa de natal, indaga à mãe: o que é natal?

Charges como estas, tenta chamar a atenção para os excluídos, os marginalizados, os considerados desviantes em nossa sociedade. Chama a atenção para essa vergonha que é a pobreza e a exclusão social. A noite de natal que costuma ser efusivamente comemorada nos lares brasileiros, é regada por comidas e bebidas fartas, no entanto, nem todos podem viver esse momento festivo, pois sua condição social e econômica não permite tamanho excesso. Fica claro então que não basta apenas à ação de um governante, é preciso muito mais e conjunto muito maior de forças para mudar a realidade de grande parte dos brasileiros que vivem na pobreza absoluta.

A outra charge intenta, além de mostrar a paixão do presidente Lula por futebol, apresentar a visão de um certo descaso de Lula pela crise internacional. Lula chegou a ser bastante censurado pela ala de políticos opositores ao seu governo, por ter afirmado que a crise vivida no início do ano pelos EUA era uma “marolinha”. Essa palavra mágica rendeu-



Ihe muita chateação e críticas, no entanto, e de fato, a tão propalada crise internacional, tão decantada pela mídia, não chegou a ser suficiente para desestabilizar a moeda brasileira, nem a sua economia.



Jornal da Paraíba – Charge de Lila - 16.10.2008

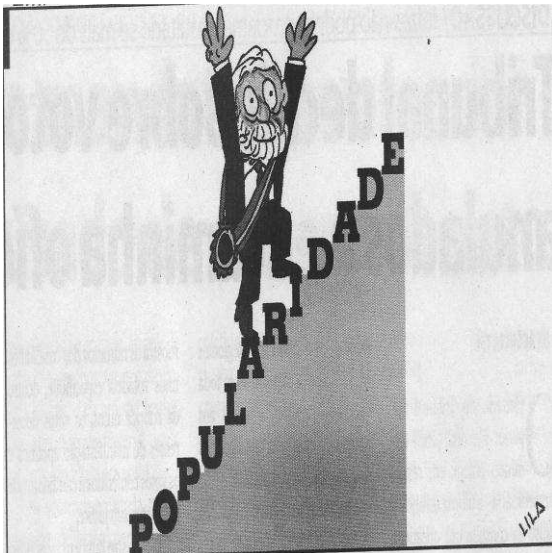


Jornal da Paraíba – Charge de Lila - 16.11.2008

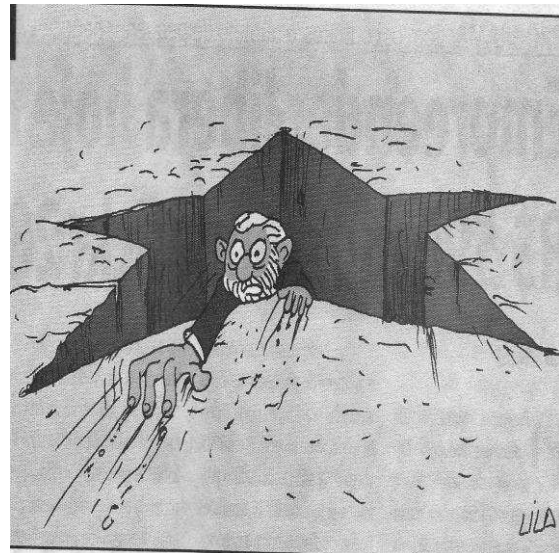
A série de quatro charges abaixo trazem novamente os temas sobre a popularidade do governo Lula, que só sobe e o seu contentamento; trás, em sentido inverso, o perigo da perda da popularidade em decorrência de tomada de decisões políticas que venham a não agradar o povo brasileiro e o setor político. Essa charge em que Lula aparece afundando com a estrela do PT, foi criada pelo chargista Lila para fazer alusão a forte presença do PT e sua influência para a continuidade do Senador José Sarney à frente da Presidência do Senado Federal. Sendo o PMDB aliado ao PT e ao governo Lula, a alternativa lulista não foi outra, senão blindar Sarney de qualquer perigo de queda, pois com isso ele colocaria em risco um forte aliado na disputa eleitoral de 2010.

As duas outras charges trazem a imagem e a mensagem de que Lula é quem possui a “chave” dos cofres públicos, por isso ele pode, ao modo de Silvio Santos, oferecer e perguntar quem quer dinheiro. Na outra, Lila apresenta o grande trunfo do PT e do governo Lula para as eleições à sucessão presidencial de 2010: o programa do Pré-Sal. Um amplo e ambicioso programa de extração de petróleo. O Pré-Sal é o grande salto e conquista do

governo, capaz então de sair derrubando ou tirar de cena os tucanos que almejam retornar ao poder. Daí a sugestiva imagem de Lula conduzindo o Pré-Sal e querendo ultrapassar ou passar por cima do carro do PSDB – partido dos tucanos.



Jornal da Paraíba – Charge de Lila - 20.12.2008



Jornal da Paraíba – Charge de Lila - 25.18.2009



Jornal da Paraíba – Charge de Lila - 12.02.2009



Jornal da Paraíba – Charge de Lila - 05.09.2009

---

A nova série de charges abaixo usam como tema as relações internacionais construídas pelo presidente Lula. A primeira delas apresenta Lula e o presidente do Irã, Mahmud Ahmadinejad fumando o “cachimbo da paz”, na tentativa de construir uma via pacífica entre o oriente e o ocidente através, principalmente, da aceitação de que o Irã possa enriquecer urânio. Lula apresenta-se no contexto desta discussão como um mediador entre os interesses do Irã e os interesses dos países ocidentais, principalmente os Estados Unidos.

A charge vizinha apresenta o presidente Lula conversando com o presidente americano, Barack Obama, e lhe oferecendo os produtos brasileiros para comercialização em seu país. Essa charge é construída dias depois do presidente americano afirmar, em uma reunião da ONU, que “Lula é o cara”, o que aumentou ainda mais a popularidade do presidente.

As duas seguintes apresentam dois outros temas que circularam recentemente na mídia brasileira: o suposto erro do presidente em assinar o Programa Nacional de Direitos Humanos, “sem ter lido”, e receber fortes críticas de setores da sociedade, como os militares, grupos de defesa dos direitos humanos pelo conteúdo do texto e o lançamento do filme: Lula, o filho do Brasil, produzido pelo cineasta Fabio Barreto. Na primeira charge Lula rola numa tábua que pode levá-lo a cair se não conseguir contornar e bem dirigir o seu “veículo de transporte”, tal veículo é exatamente o Plano de Direitos Humanos. Na outra, o filme Lula o filho do Brasil encontra-se em cartaz nos cinemas brasileiros e o que se vê é um aposentado em frente ao cinema tentando, com a sua bengala, quebrar o recinto de tanta raiva do presidente, que através da visão do cartunista, tem deixado esse setor da sociedade sem a assistência devida.

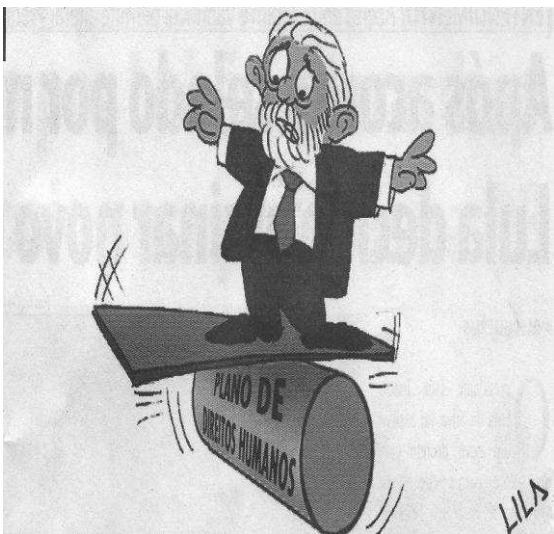




Jornal da Paraíba – Charge de Lila – 24.11.2009



Jornal da Paraíba – Charge de Lila – 18.03.2009



Jornal da Paraíba – Charge de Lila – 14.01.2010



Jornal da Paraíba – Charge de Lila – 21.11.2009

O tema mais atual da mídia é a campanha presidencial e na perspectiva do cartunista Lila a candidatura de Dilma Rousseff (PT) é apresentada totalmente unida à figura do atual Presidente do Brasil, Luis Inácio Lula da Silva (PT). A mensagem que o cartunista tenta

passar é a de que Lula “fabrica” a candidata Dilma e passa a trabalhar para fazê-la seu sucessor com todos os riscos e positivities que isso possa ter.



Jornal da Paraíba – Charge de Lila – 19.03.2010



Jornal da Paraíba – Charge de Lila – 23.03.2010

As duas charges acima tentam demonstrar como o Presidente toma para si a “missão” de construir e popularizar a imagem de Dilma Rousseff, ou seja, a sua busca incessante será a de tentar transferir à sua popularidade para uma figura política até então desconhecida para a grande maioria do povo brasileiro; uma vez que a atuação de Dilma desde o início do governo Lula foi muito mais de ações no chamado “bastidores da política” e com pouca presença midiática. O Presidente Lula no afã de “popularizar” a sua candidata em muitas aparições públicas, principalmente em solenidades de inauguração de obras, chegou a ser multado pelo STE por fazer propaganda antecipada, mesmo que subliminar, de sua candidata.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do que foi visto ao longo deste artigo temos que produção das charges é um promissor e interessante veículo de comunicação para o eleitor. Dizendo verdades que parecem mentiras, por serem brincadeiras, a charge é uma forma de linguagem e de narrativa muito apropriada por uma cultura marcada pela visibilidade, em detrimento da disibilidade.

A charge desnuda a política, os políticos e suas ações, e ao desnudar deixa exposto suas “vergonhas” que nos envergonham, enquanto cidadãos, enquanto eleitores. A charge quer rir de nós mesmos, seus consumidores, por isso ela choca tanto, apesar de nos fazer rir. Só que a sua derrisão, é a nossa derrota; o grande paradoxo da charge é que mesmo nos fazendo rir, ela nos deixa tristes por nos fazer “acordar” para certas realidades e verdades, que não gostaríamos de ver ou sentir.

O riso assim da charge, é um riso triste, se é que é possível a existência de tal paradoxo. Triste porque ele se mistura a uma gama de sentimentos outros que nos descortinam verdades, mesmo brincando de dizer mentiras.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

RIBEIRO, Renato Janine. A política como espetáculo. In: DAGNINO, Evelina (org.). **Anos 90 Política e sociedade no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

SILVA, Rafael Souza. Caricatura. In: MELO, José Marques de. (org) **Gêneros Jornalísticos na Folha de São Paulo**. São Paulo, FTD, 1992.

SOUZA, Helga Vanessa Assunção de. **A Charge Virtual e a Construção de Identidades**. Recife: Editora Universitária, UFPE, 2008.

MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3ª edição, rev. e amp. Campos do Jordão – SP: Mantiqueira, 2003.

TEIXEIRA, Tattiana. A Comédia do Traço. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BENTZ, Ione Maria Ghoslen; PINTO, José Milton (orgs). **Produção e recepção dos sentidos midiáticos**. Petrópolis – RJ: Vozes, 1998.