A FORÇA DAS IMAGENS NA CAMPANHA CIVILISTA: REPRESENTAÇÕES EM FOTOGRAFIAS E CARICATURAS

Lorayne Garcia Ueócka
Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Oeste Paulista - Unoeste
lorayneuee@bol.com.br

Recebido em: 21/05/2002 Aceito em: 18/09/2002

RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo o resgate da construção da imagem de Rui Barbosa como um mito político através da produção de caricaturas e fotografias produzidas a seu respeito na Primeira República. Nossa intenção foi de privilegiar como fonte documental esse material iconográfico de riquíssimo valor para a compreensão do imaginário social da época.
Palavras chaves: imaginário social- fotografia- caricatura- imagem-representação social

PALAVRAS-CHAVE: imaginário social, fotografia, caricatura, imagem, representação social

THE FORCE OF THE IMAGES IN THE CIVILIST CAMPAIGN: REPRESENTATIONS IN PHOTOGRAPHS AND CARICATURES

ABSTRACT: The presente has as objective the rescue of the construction of the image of Rui Barbosa as a myth politician through the production of caricatures and produced photographs about its respect in the First Republic. Our intention was to privilege as documentary source the iconographic material of rich value for the imaginary understanding of the social one of the time.

KEYWORDS: social imaginary, photograph, caricature, image, social representation

1 INTRODUÇÃO

Ao "falar por imagens," a iconologia ensina e convence. Maurício Lissovsky

A fonte escrita tem sido o alicerce da pesquisa acadêmica consistindo no material sobre o qual se debruçam os estudiosos para desvendar, entender, interpretar, analisar e reconstruir o passado histórico. Buscamos ampliar o universo das fontes utilizadas nessa pesquisa, incorporando à sua análise o uso de fotografias e caricaturas produzidas no período no qual ocorreu a Campanha Civilista.

Quando optamos por introduzir essas fontes de memória não textuais temos como objetivo procurar nos pautar pelo uso das imagens que em geral, emolduram um discurso lingüístico da campanha nas ruas, avalizando-o em sua credibilidade frente ao espectador do discurso.

A utilização de registros de imagens, seja fotografias ou caricaturas, vem se constituindo em um novo campo para o historiador. Entretanto, ainda não se constituem como material fundamental de suporte para as pesquisas acadêmicas, por esse motivo não lograram até agora receber tratamento adequado no que se refere à reunião e catalogação do acervo.

A dificuldade para o manuseio dessas fontes é agravada ainda pelo fato de que muito dessa documentação não apresenta dados seguros que atestem, com precisão, o momento do registro e o seu autor, o que acaba transformando-as em recursos restrito para o pesquisador. A esse respeito Capelato (2000, p.249) comenta que as fontes audiovisuais e

* **Correspondência:**
R: Rodovia Raposo Tavare, Km 572, Bairro Limoeiro. Cep: 19067-175. Presidente Prudente, SP
E-mail: lorayneuee@bol.com.br

iconográficas estão sendo lentamente introduzidas em pesquisas, uma vez que documentos não textuais, de modo geral, não fazem parte do acervo documental do historiado.

Entretanto, alguns estudiosos da História Social têm se valido desse material como meio de investigação resgatando o que ele pode revelar: o *modus vivendi* de uma sociedade em um determinado momento da história - a organização de cidades, as relações sociais, hábitos alimentares e as formas de vestir, morar e trabalhar.[1]

Ao optarmos pela utilização desse material visual não podemos relevar o alerta de Boris Kossoy sobre o uso da iconografia em estudos históricos.

> *(...) precisa ser utilizada com critérios, de forma a responder ao investigador as questões propostas em suas reflexões, a fim de que contribua para o progresso do saber histórico, extraindo desta o seu potencial informativo, caso contrário ela apenas se consolida como mero apetrecho ilustrativo de uma obra. Reside aí o desafio proposto ao historiador quando se propõem a incorporar ao seu trabalho o estudo iconográfico.* (KASSOY, 1989, P. 91)

Uma outra razão que nos levou a utilizar essas fontes foi sua reconhecida capacidade de penetração no imaginário social e a força de expressão que possuem, permitindo confrontar a intertextualidade das imagens com as práticas e discursos políticos. Nesse sentido, pretendemos entender a construção da campanha eleitoral nas ruas, via utilização de imagens e do imaginário social, capaz de produz efeitos cênicos e provocar emoções.

As imagens teriam tido uma força menor senão fosse utilizada concomitantemente a estratégia da difusão do mito Rui Barbosa na sociedade,

A avaliação da performance de um candidato baliza-se pela capacidade de interagir desses elementos que tem como objetivo legitimar e dar credibilidade à campanha eleitoral de modo que essas estratégias se tornem complementares.

O uso das técnicas visuais numa campanha eleitoral permite a dramatização constante, adquirindo uma força de irrupção e uma presença constante.

As imagens produzidas, por meio de sua força, muitas vezes chegam a suplantar o poder das palavras, transformando-se em uma arma de persuasão, criadora de um modelo de inspiração para a sociedade, com função de alimentar a mitologia que lhe dá força, sentido e eficácia.

Para a concretude de nossa proposta trataremos em primeiro lugar da fotografia a qual, incorporada ao texto, possui um riquíssimo potencial de resgate da memória social.

> *A fotografia está definitivamente inserida na história cultural, pois ela se faz presente como meio de comunicação e expressão em todas as atividades humanas; é sob esta perspectiva que deve ser estudada.(...) O seu valor como documento histórico, de registro de uma época ou de um acontecimento, de um grupo, de uma família, ainda é novidade nos meios acadêmicos, pois muitos ainda relutam em analisar e conhecer a história à luz das imagens deixadas, se faz necessário a realização de reflexões sobre essa tendência da fotografia nas obras acadêmicas, resgatando o seu valor e o seu limite para a sua utilização como material de pesquisa*. (KASSOY, 1989, p.92)

De acordo com o intelectual estruturalista francês Roland Barthes, as fotografias são dotadas de funções tais como informar, representar, surpreender, fazer significar, dar vontade, e o espectador as reconhece tal qual elas se propõem.[2]

O registro fotográfico desperta a memória, faz aflorar emoções e reviver ocasiões específicas retratadas num determinado momento do passado. Esta fonte abriga o potencial único de, simultaneamente, apresentar um fato ocorrido e transmitir idéias, sentimentos e posturas de um grupo ou de uma pessoa com uma vivacidade e uma eloqüência às vezes intraduzíveis em palavras. Quantas histórias carregam em si uma foto? Quantas recordações é capaz de evocar? A fotografia não trata apenas do momento registrado, apresenta, também, o contexto histórico que registrou fornecendo indicadores para a reconstrução da essência daquele momento. Na visão do autor, as fontes fotográficas tomadas como objeto prévio de exame prestam-se definitivamente para a essencial recuperação das informações de uma época.

A fotografia se tornou além de um resíduo do passado um testemunho visual do momento produzido, retratando também a memória da sociedade sendo impossível dissociar esta da memória, pois traz as recordações, as experiências dos homens em sociedade, retrata a vida.(KASSOY, 1989, P. 91).

Porém, na utilização da fotografia como fonte de pesquisa histórica, é preciso sempre levantarmos algumas questões. Uma foto é realmente o quadro de uma determinada realidade? O que há por trás de sua criação? Que olhar tinha o fotógrafo ao produzi-la? Por que um determinado fato, evento ou uma pessoa mereceu esse registro? Essas indagações levam-nos a compreender que a fotografia não deve ser analisada como simples registro de um acontecimento específico. Ela será sempre uma interpretação, pois expressa a seleção de algum fato que, por algum motivo, mereceu ser registrado para a posteridade. Assim, somos acometidos de algumas incertezas quando trabalhamos com tal fonte que, tratando de criação humana, não está livre da condição de ser apenas uma representação do real, fabricada ideologicamente por seu autor. Segundo Kassoy (1989, p. 78) a fotografia é "*um testemunho segundo um filtro cultural, ao mesmo tempo em que é uma criação a partir de um visível fotográfico. Toda fotografia representa o testemunho de uma criação. Por outro lado, ela representará sempre a criação de um testemunho.*"

Compreender a trajetória da foto, o momento e a razão de sua existência é um dos desafios proposto ao historiador. Procuramos investigar a fotografia no que ela traz de significativo para a nossa pesquisa tanto no que diz respeito ao registro de uma determinada realidade - a campanha eleitoral de Rui Barbosa - como à utilização desse recurso pela imprensa civilista para construir a imagem do candidato. Pois, ainda de acordo com o autor, as fotografias.

São uns meios do conhecimento do passado, produzidos por diversos fins que englobam tanto o relato social como o registro da memória histórica claramente definido, ressaltando personalidades, fatos, locais, momentos que precisam ter registro de sua existência. (KASSOY, 1989, p.12)

Tendo como uma de nossas preocupações o papel da imprensa no desenrolar da Campanha Civilista, buscamos analisar o material fotográfico jornalístico da época que não deve ser resumido apenas a um caráter ilustrativo, mas interpretado como recurso utilizado para tornar a campanha visível aos olhos populares, explorando aspectos que o texto escrito muitas vezes não consegue expressar ou vem apenas complementar. A utilização da fotografia jornalística possui um efeito cênico, resultado de técnicas que permitem que a imagem divulgada possa exercer uma função implicativa, conduzindo o receptor a criações de reais possíveis.

A eficácia da imagem fotográfica se estabelece na análise detalhada do conjunto de relações produzidas entre signo/símbolo e as relações com o significado, de maneira que combinem a "rede de exposição" com a "rede de resposta," ou seja, a forma como ocorreu a recepção/aceitação desse símbolo no meio social. (DURAND, 1973, p. 19-58) Torna-se fundamental, portanto, uma análise do discurso, de modo a entender a imagem como um articulador entre o discurso veiculado e a sua recepção. A imagem é construída e definida de acordo com os grupos que dela se utilizam para dar legitimidade ao seu discurso num jogo de representações políticas, sendo direcionada aos signos/significantes de seus destinatários, influenciando pelo seu poder de representação e de autenticação, capaz de fazer "crer". A evidência de "isto foi", "isto ocorreu assim", "havia tantas pessoas", "está comprovado, realmente existiu" ou "ninguém no mundo pode desmentir[3]" torna a fotografia jornalística fonte inquestionável de criação do real para os seus receptores.

É possível observar que essa foi a direção tomada pelos jornais que fizeram a cobertura da campanha de Rui Barbosa. Em uma abundância de fotografias, registraram todos os fatos importantes em que a presença popular era sempre o aspecto mais enfatizado. O alvo das câmaras era a multidão aglomerada à espera de ver e ouvir seu candidato por onde quer que ele passasse. Detalhes riquíssimos são encontrados em fotos de comícios e de manifestações de apoio, da passagem da excursão eleitoral por diversas cidades e do candidato caminhando pelas ruas cercado de pessoas do povo e ovacionado por populares postados em portas e janelas.

A fotografia foi, portanto, recurso amplamente utilizado pela imprensa civilista para a construção e divulgação da campanha de Rui Barbosa à presidência da República em 1910. Enfatizando a maciça participação popular em fotos que registravam todos os eventos importantes, procuravam os jornais tornar evidente o apoio do povo ao candidato. Também o material de propaganda, sob a forma de cartazes e de panfletos tinha como objetivo construir no imaginário social a figura do mito, do defensor das classes populares, do salvador da pátria. (LOPES, p. 71-125)

Com a divulgação do candidato pelos jornais e panfletos houve uma maior divulgação do rosto do candidato do que propriamente de suas propostas eleitorais

A campanha buscou na força da imagem alicerçar o candidato frente aos populares, de modo que as imagens construídas pela imprensa pudessem ser consumidas como imagens do real, portanto, verossímeis.

Essa estratégia permitiu a construção da imagem do candidato durante o decorrer dos meses em que a campanha percorreu o país. Essas imagens produzidas expressavam as representações construídas pela imprensa com o claro intuito de materializar e legitimar a campanha nas ruas.

Durante a campanha a figura de Rui Barbosa foi apresentada como um orador de palanques, aclamado por

muitos, recebido com entusiasmo pelos populares. De forma que suas imagens foram pouco a pouco, constituindo-se num referencial material da campanha para os populares/eleitores.

A produção e divulgação de um vasto material visual da campanha de Rui Barbosa na imprensa dirigia-se a produzir um espetáculo capaz de sensibilizar os eleitores/receptores, que em sua grande maioria, eram desprovidos de participação política eleitoral e muito sensível aos apelos puramente emocionais. De forma que os cartazes e "santinhos" , excursão eleitoral pelo país, passaram a ser os instrumentos de divulgação da campanha sucessória, devido à sua capacidade persuasiva diante do eleitor não familiarizado com essa forma de exposição máxima dos candidatos a cargos eletivos no país.

2 A CARICATURA NO BRASIL

Assim como a fotografia, a caricatura também tem presença tímida em trabalhos acadêmicos. Conforme comenta Silva (1990),

> *O humor visual é campo que aparece freqüentemente para o historiador como objeto digno de curiosidade, produto de prazer e fascínio pela "estranha" força de suas sínteses críticas sobre diferentes assuntos.(...) a hierarquia tradicionalmente estabelecida pelo conhecimento histórico, apontado por Marc Ferro, resulta numa atitude de desprezo - ou indulgente aceitação, desde que sob o controle de fontes ou problemáticas "superiores" - para com certos objetos, pedaços menores da arte, imprensa e ideologia... Vale ainda ressaltar o descaso que atinge a documentação visual nessa área, mais habituada a lidar com palavras ou com matérias possíveis de tratamento estático.*

A inclusão da caricatura no trabalho se deve ao fato de iconografia ser considerada por nós como uma importante fonte de pesquisa histórica, justificada pelo fato dessa ter uma relação muito forte com a política, possuindo uma função social determinada. (SALIBA, 2002, p. 22)

Presente em várias publicações de cunho popular, a caricatura transita em ordem diferente da do texto escrito. Através de uma linguagem simples e direta consegue que a mensagem atinja o receptor sem a necessidade de grandes análises para o seu entendimento. Baseada na dualidade realidade/representação tem como característica seu poder de crítica que é transmitida por meio do humor e da ironia. Como afirma Jorge de Burgos, "o riso é o incentivo à dúvida".

Para Ana Maria Mauad, a caricatura é "*um texto icônico que antes de depender de um código é algo que institui o próprio código*" , capaz de incorporar funções sígnicas que expressam visões do real. Representa uma arma mordaz e sarcástica que adquire importância devido ao seu potencial de expressão quando provoca discussões sobre situações vividas pela sociedade, sobre política e a relação do povo com seus governantes bem como sobre a atuação e posicionamento dos políticos.

Segundo Saliba (2002, p. 22) as representações humorísticas, nas suas inúmeras formas e procedimentos, forjam-se nos fluxos e refluxos da vida, nos tecidos sociais e históricos, de forma que essas atitudes humorísticas são vistas como partes indistintas dos processos cognitivos, pois partilham como o jogo, a arte e o inconsciente, o espaço do indizível, do não-dito e até, do impensado. De forma que podemos entendê-las como um esforço de desmascarar o real, captar o indizível.

Além disso, a caricatura política consegue preservar a sua eficácia corrosiva, a sua carga de ironia violenta, muitas vezes exagerada e desenfreada a ponto de atingir duramente seu desafeto, por meio de uma linguagem vulgar e de uma imagética satírica, prática ofensiva utilizando-se das forças do cômico, ridiculariza os membros do poder e transformando-os em motes de chacotas, libertando uma crítica que o riso é capaz de desencadear.

A) HISTÓRICO DA CARICATURA NO PAÍS

As primeiras caricaturas litografadas começaram a circular no Rio de Janeiro em 1837, vendidas inicialmente separadas em livrarias e lojas, muitas vezes não traziam nem mesmo o nome de seu autor. Mas a partir de 1844 a caricatura começou a se tornar mais freqüente na imprensa com a publicação da revista ilustrada *Lanterna Mágica* ilustrada por Araújo Porto Alegre. Com a chegada de Agostini no país, em 1867 foi criada a *Revista Ilustrada* o que marcou o início de um estilo brasileiro próprio, sendo aprimorado posteriormente com as contribuições de artistas famosos como Raul Pederneiras, Kalixto e J. Carlos Agostini.[5] Conforme relata Lustosa (1993, p. 11) o período de ouro dos caricaturistas ocorreu nos anos

10, um tempo em que as revistas de sucesso, como *O Malho, Fon-fon!* e a *Careta* se constituíram a partir da crítica humorística.

De sua inspiração nasceram personagens criados a partir de cenas de rua como a mulata, o português, a empregada doméstica, enfim, o povo comum das cidades. O viés político, porém, foi o que mais forneceu material para a genial produção dos caricaturistas.

O mais amplo estudo já realizado sobre a caricatura no Brasil é obra de Lima (1963), não havendo outro trabalho posterior que o supere na qualidade da análise e na riqueza de material. Em seu estudo esse autor apresenta uma interpretação das caricaturas produzidas no país desde a época do Império até os anos 50. Afirmando que este meio de expressão gráfica constitui-se numa das mais poderosas armas da imprensa devido à universalidade e seu alcance. Para o autor, a caricatura, como registro de uma época e de seus costumes sociais e políticos, sobrevive por anos, pois,

Apresenta, em última análise, a opinião do homem da rua, a voz da crítica contemporânea, o comentário direto e imediato como o registro de um *fait divers*. Daí a importância que terá para quem quer que se interesse pelo nosso passado político.

Lima (1963, p. 180) ressalta a força do recurso iconográfico quando afirma que a caricatura "*era o único tribunal a que os políticos não podiam fugir, temendo a exploração pública de seus vícios*." Silva (1990, p. 76-86) cita alguns autores que abordaram de maneiras diferentes as potencialidades da caricatura.

B) OS CARICATURISTAS E SUAS PRODUCÕES

Dentre os caricaturistas que se reportaram à Campanha Civilista e Rui Barbosa destacamos a contribuições de Max Fleiuss, filho de Henrique Fleiuss, atuante caricaturista do Império, e teve como uma de suas principais preocupações a negação do antagonismo entre a caricatura e a cultura erudita. Defendeu a utilização desse recurso nas comemorações cívicas tendo em vista sua eficácia e seu poder de alcance junto a um amplo e variado público receptor. A grande contribuição de Pedro Sinzig, outro estudioso citado por Silva (1990, p. 78-9), foi destacar em sua obra de 1911, *A Caricatura na Imprensa Brasileira,* a importância do humor visual na formação a opinião pública. Por se tratar de um intelectual religioso, Sinzig opunha, porém, sérias restrições quando o alvo das caricaturas era a Igreja, seus símbolos ou seus representantes. Gonzaga Duque, crítico de artes visuais, dedicou interesse especial ao poder da caricatura a qual reconhecia como arte plena de expressiva liberdade comparada aos padrões acadêmicos. Publicada postumamente, sua obra traz a compilação de uma série de artigos, seus e de outros artistas eruditos, em que está presente essa temática. Considerava que devido ao poder de difusão da caricatura, quanto mais simples e comunicativa ela fosse, mais conseguiria alcançar o público leitor, composto na maioria de pessoas dom pouco entendimento sobre arte.

C) CARICATURAS E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

Mais uma vez é necessário ressaltar o papel da imprensa quando se pretende relacionar o uso da caricatura como registro de uma determinada época e a campanha eleitoral em que Rui Barbosa disputou a presidência da República com Hermes da Fonseca.

Juarez Bahia afirmou que no final do século XIX e início do XX, a caricatura assegurou sua posição no espaço jornalístico, provocando grande impacto nas formas visuais de comunicação. O fato de ser compreendida com facilidade e não exigir várias leitura ou análises facilitou o seu estabelecimento na imprensa, o que foi reforçado pela predisposição dos integrantes das camadas populares a usar o artifício da piada política para criticar seus governantes. O povo sempre usou a sátira para expressar seu descontentamento com a condução política do país. Daí o grande sucesso da caricatura que através do humor resultante de seus traços conseguia expressar, com o riso que faz pensar, os sentimentos da população.

Nesse sentido as contribuições de Saliba (2002, p. 69) se tornam salutares, entendendo que do ponto de vista dos atores históricos e do limiar dos seus destinos na história do país, era difícil pensar numa representação da sociedade brasileira que não fosse pela via da constatação da ausência de sentido. As representações buscavam resolver impasses muito peculiares à sociedade brasileira, de modo que as caricaturas significaram um registro cômico de uma forma de representação da realidade, talvez a forma mais privilegiada para representar as condições, as possibilidades e vivências da história, uma forma de representação cultural, uma espécie de alternativa às formas convencionais de representação social.

Estabelecida como uma das formas de expressão da imprensa, a caricatura se perpetua, até hoje, enquanto quadro obrigatório da página central de quase todos os grandes jornais do país. O caricaturista, ao registrar o momento histórico,

o fato político significativo do dia, compõe, de certa maneira, um aspecto da personalidade de seu jornal, identifica uma tendência, firma uma posição. (LUSTOSA, 1989, p. 64)

A disputa eleitoral de 1909-1910 gerou na imprensa uma expressiva produção de caricaturas cujos autores assumiam ou a defesa ou a crítica de cada um dos candidatos. Lima (1963, p. III) afirma que "a *caricatura política produzida naquela época representava um caráter de combate, e a política no Brasil sempre havia sido uma grande niveladora dos homens nos meios de comunicação.*" Ao traduzir a visão política do homem simples, através da sátira a caricatura registrou a contestação ao regime republicano e ao grupo que detinha o poder na época. Sua arma era o deboche que mostrava a política no que tinha de mais patético e cômico. Fazia a crítica aos maus políticos, à corrupção e à imoralidade políticas. (LIMA, 1963, p. 8)

Há uma síntese magistral, a interpretação integral de um sistema político então em falência, de tremenda ironia de que se revestem aqueles verdadeiros símbolos de tantos erros reiterados no decorrer de mais de um século de nossa emancipação nacional. Desse modo, as *démarches* para a sucessão presidencial dão sempre margem a sátiras deliciosas, por parte de nossos caricaturistas. (LIMA, 1963, p. 1158)

Por se tratar de recurso de comunicação cuja mensagem é facilmente assimilada pelos leitores, a caricatura foi presença constante não só nos jornais como, principalmente em revistas, no período objeto de nosso estudo. Das várias publicações populares surgidas no início do século XX, selecionamos aquelas que obtiveram maior repercussão.

A revista *O Malho*, fundado em 1902 por Luís Bartolomeu, converteu-se numa grande força política de combate à candidatura de Rui Barbosa. Tendo se aliado ao hermismo, dirigia seus ataques ao candidato civilista ridicularizando-o através da exploração de suas mais famosas características: a cabeça proeminente e a oratória rebuscada. As charges eram assinadas pelos maiores nomes da caricatura nacional: J. Ramos Lobão, Seth, Alfredo Storni, Leônidas e Guido.

Em 1907, surgiu a revista *Fon-fon!*, Marcada por um cunho literário especializou-se inicialmente na apresentação de flagrantes e tipos do *set* carioca. Seus principais mentores foram Mário Pederneiras, Lima Campos e Gonzaga Duque. O *Zé Povo*, personagem criado em suas páginas, tornou-se a síntese do brasileiro comum, uma representação importante, com o papel de denunciar as mazelas populares e questionar as personalidades do mundo político. "*Zé Povo mesclou a exposição de uma cegueira à simultânea apresentação de uma visão crítica e penetrante, mesmo que através de seu outro ser - o leitor*" (SILVA, 1990, p. 87). Esse personagem expõe a relação entre o governo e parcela mais pobre da população, excluída da representação política. Resume o sentimento de logro e desrespeito de que eram acometidas as vítimas dos conchavos da oligarquia o que resultava na pouca credibilidade do processo eleitoral republicano. A revista assumiu, assim, a postura de questionar personalidades do mundo político, abrindo espaço para a reflexão sobre as práticas políticas da época e para a disseminação de vozes dissonantes presentes na sociedade.

A força da caricatura no imaginário popular torna-se explícita quando, às vésperas das eleições de 1910, os caricaturistas se utilizaram motes carnavalescos para representar o momento político.

A esse respeito Maria Helena R. Capelato comenta que as fontes audiovisuais e iconográficas estão sendo lentamente introduzidas em pesquisas, uma vez que documentos não textuais, de modo geral, não fazem parte do acervo documental do historiador.[1] A esse respeito Maria Helena R. Capelato comenta que as fontes audiovisuais e iconográficas estão sendo lentamente introduzidas em pesquisas, uma vez que documentos não textuais, de modo geral, não fazem parte do acervo documental do historiador.[1]

D) A PRODUÇÃO DA CARICATURA DE RUI BARBOSA NO IMAGINÁRIO SOCIAL

Rui Barbosa, com certeza, foi a figura mais caricaturada de sua época[6] o que muito contribuiu para a construção de sua figura mítica, consagrada pelo poder de caracterizar personagens ressaltando de maneira jocosa traços físicos - defeitos e cacoetes - e de personalidade, a caricatura não deixava dúvidas sobre a identidade dos eleitos como alvo de suas travessuras e pândegas maliciosas.

Exagerando numa personalidade os traços característicos, a caricatura dá às vezes um relevo a constantes de uma cultura inteira. É o que sucede no caso de Rui, em cujas atitudes tantas vezes se exprimiram menos as singularidades de um indivíduo eminente que as tendências de um tipo brasileiro. (LIMA, 1963, p.8)

A capacidade de brincar com as peculiaridades mais marcantes dos caricaturados, traduzindo maravilhosamente a psicologia de seu alvo, é notável nas charges de Rui as quais apresentam uma proporção exagerada de sua cabeça em relação ao corpo. Essa representação, dependendo que quem produzia a caricatura, poderia indicar uma crítica ou um elogio. Nas publicações que apoiavam sua candidatura, a cabeça avantajada estava sempre relacionada à sua reconhecida capacidade intelectual. Desde a primeira vez que a macrocefalia de Rui foi apresentada como atributo evidente de sua grande erudição,

essa imagem popularizou-se vindo a se tornar constante a fixação dessa cabeça de Atlas (LOPES, 2000, p. 281-2). São exemplos significativos duas charges, uma publicada em 1882 e a outra, na revista *A Larva*, em 1903. A primeira, de autoria de Belmiro de Almeida, apresenta Rui Barbosa com uma cabeça extremamente desproporcional em relação ao corpo e uma legenda em que se utiliza o duplo sentido das palavras.

Lima (1963) declarou que Rui ressentia-se profundamente com os ataques que o ridicularizavam, principalmente aqueles de autoria de seu ex-amigo Antônio Azeredo, co-proprietário de *O Malho* que, ao aderir à campanha hermista, investiu pesadamente contra o senador baiano levando-o muitas vezes a ocupar a tribuna do Senado para apresentar seus protestos face às provocações.

Tal foi a virulência das charges do *Malho*, entre as quais figuravam, em primeiro plano as de Storni, pela sua destreza na arma do grotesco, que Rui, por mais de uma vez revidou, em carta e na tribuna do Senado, a injustiça das diatribes. (LIMA, 1963, p. 1183)

A maioria dos chargistas não teve atuação ou participação política direta, apesar do engajamento nas publicações paulistas. Mesmo assim, no momento da eclosão da campanha sucessória de 1909-1910 as caricaturas acompanharam a trajetória dos dois candidatos que disputavam o pleito de 1910, salientando seus aspectos mais frágeis ou características mais expressivas. Rui era representado pela pena e pela palavra; Hermes, pela espada. Valorizava-se em Rui seu traço marcante - representante da cultura brasileira - muito distante de seu antagonista do qual não se desprendia a mediocridade no exercício da política. Apesar desta evidência, a revista *Fon-fon!* Mantinha um posicionamento bastante crítico a respeito dos dois candidatos. A Campanha Civilista levou a maioria dos humoristas da época a utilizar suas produções cômicas a favor de Rui Barbosa e dos interesses de São Paulo.

Algumas de suas charges, ao representarem a disputa dos adversários pela conquista dos eleitores, deixam clara a posição da revista: o povo continuava sendo um joguete nas mãos dos políticos que não visavam a incorporá-lo em seu governo, apenas adestrá-lo e manipulá-lo.

A Careta, fundada em 1908 por Jorge Schmidt, desfrutou desde o início de sua existência de grande prestígio nacional tanto entre os intelectuais como nas classes populares, "procurando ser desopilante e atrevida, sensível às inclinações e aos sentimentos do povo brasileiro". Assumiu o apoio à candidatura de Rui Barbosa apresentando-o como o mais capacitado para tornar-se presidente da República. Um de seus mais famosos caricaturistas, J. Carlos, retratava o candidato sempre associado à imagem de grande inteligência e severidade, o que lhe garantia uma aura de confiabilidade junto ao eleitorado. A mensagem que atingia a população era a transformação de Rui em símbolo do saber, do rebelde sisudo que não se encaixava nos esquemas vigentes, de guerreiro dos tribunais, representante da luta do pensamento contra a espada. (LEMOS, 2001)

Quanto aos adversários, a revista não os poupou de sua sátira contundente. O hermismo e sua ligação com o grupo oligárquico forma alvos de inúmeras caricaturas das quais selecionamos algumas no final do capítulo, essas revelam com acuidade esse momento tão particular da nossa República.[7]

Em uma charge Alfredo Cândido equipara a cabeça de Rui à Biblioteca Nacional numa clara alusão à cultura e à inteligência do caricaturado às quais outros personagens fazem reverências.

As críticas veiculadas pelas revistas não se dirigiam apenas aos candidatos e seus correligionários. Tinham como alvo também a forma como a campanha eleitoral era elaborada e conduzida, ironizando a relação dos políticos com as camadas populares.

As caricaturas apresentadas aqui confirmam, como amostragem, a afirmação de Lima (1963, p. 1080). Para o autor, as charges produzidas no país poderiam compor vários álbuns, distribuídas como caricaturas políticas, cenas de rua e de salão, e sátiras de costumes, em sua maioria de uma riqueza de imaginação e perfeição artísticas notáveis. Por exprimirem a tendência corrente dos acontecimentos, refletindo as principais reações dos dias de antanho, as caricaturas sempre terão interesse e valor para o historiador. Representam verdadeiros espelhos de um olhar da história, fiéis diários íntimos da opinião pública e que, com o passar do tempo, tem sua significação ampliada. (LIMA, 1963, p. 12)

Para concluir, podemos afirmar que a análise da iconografia relativa à campanha eleitoral de 1909-1910 acaba por reforçar a importância do papel que teve a imprensa na construção e divulgação da Campanha Civilista e na incorporação da imagem mítica de Rui Barbosa pela sociedade. A linguagem iconográfica foi amplamente utilizada para contrapor às mazelas e de deslizes. Os jornais e revistas de grande circulação e bem recebidos pela população conseguiram atingir o imaginário popular, produzindo elementos capazes de persuadir o leitor através da força das imagens - as fotografias - e do riso malicioso - fruto da natureza irreverente das caricaturas.

Salutares tornam-se as palavras de Isabel Lustosa ao fazer referência ao pensamento de Jean Paul Sartre ao afirmar

que um homem nunca é uma individualidade, este deve ser compreendido dentro de sua época, de modo que o indivíduo seria totalizado por sua época e a retotalizaria, reproduzindo-se nela como uma singularidade. (LUSTOSA, 1993, p. 16-7) De modo que o trabalho de pesquisa histórica que se beneficia das caricaturas para procurar recuperar o espírito de uma época a partir da reconstrução de representações

3 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAHIA, J. **A jornal, história e técnica. História da imprensa brasileira.** São Paulo, Editora Ática, 1980.

CAPELATO, M.H.R. **Multidões em cena.** Campinas, Papirus, 2000.

CAPELATO, M.H.R. Representação política. O reconhecimento de um conceito na historiografia brasileira. In: Cardoso, Flamarion Ciro. **Representações contribuição a um debate multidisciplinar.** Campinas: Papirus, 2000.

KASSOY, B. **Fotografia e história**. São Paulo: Ática, 1989.

DURAND, J., Retórica e Imagem Publicitária. In **A análise das imagens**. Petrópolis: Vozes, 1973.

LEMOS, R. **Uma história do brasil através da caricatura.** São Paulo, Bom Texto, 2001

LIMA, H. **A História da Caricatura no Brasil.** Rio de Janeiro, José Olympio Editores, 1956.

LOPES, Antônio Herculano. Um Antônio Conselheiro da Razão. In: **Estudos Históricos Sobre Rui Barbosa.** Rio de Janeiro; Casa de Rui Barbosa. 2000.

LUSTOSA, I. **Brasil pelo método confuso. Humor e boêmia em Mendes Fradique.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A. 1993.

LUSTOSA, I., Humor e Política na Primeira República. In: **Revista USP.** São Paulo: USP, n.3, 1989.

SALIBA, E. T. **Raízes do riso.** São Paulo, Cia das Letras, 2002.

SILVA, M.A. **Caricata República. Zé Povo e o Brasil.** São Paulo: Marco Zero, 1990.

VIEIRA, J. **A cadeia velha.** Rio de Janeiro, Fundação Casa de Rui Barbosa, 1980.

NOTAS

1 - A esse respeito podemos observar um crescente interesse no uso de fotografias por historiadores.

2 - BARTHES, R., *A Câmara Clara*, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

3 - BARTHES, R. O autor desenvolve uma discussão profunda a respeito da existência da fotografia e sua capacidade de proporcionar ao receptor emoções únicas. Essa análise atinge, no entanto, proporções que não permeiam a discussão do nosso trabalho, que se limita a entender a utilização dessa fonte iconográfica à medida que consegue dar suporte à construção da Campanha Civilista e seu candidato.

4 - Recentemente foi publicada a obra *História do Brasil através da Caricatura*, de Renato Lemos, que reúne uma série de caricaturas e uma análise de seu papel no imaginário popular. Há alguns autores que se utilizam a caricatura para a interpretação histórica, tais como Silva, Marcos A; Lustosa, Isabel: Saliba, Elias Tomé.

5 - Agostini, italiano anarquista naturalizado brasileiro, representou um grande destaque na história do humor gráfico. Era um chargista que contestava o Império e a escravidão. J. Carlos foi um dos maiores desenhistas de humor de todos os tempos, com reconhecimento internacional, dono de traços elegantes e estilo próprio que influencia os desenhistas até hoje. In: História do humor Gráfico e dos Personagens de São Paulo. *Revista Leitura.* São Paulo: IMESP, março/ 2002, ano 20, nº 3.

6 - A Fundação Casa de Rui Barbosa arrolou a existência de mais de 500 caricaturas sobre Rui e a Campanha Civilista no período de 1909/1910.

7 - A esse respeito contamos com as valiosas análises de autores como Herman Lima, Elias Tomé Saliba, Marcos A. da Silva, Isabel Lustosa, Lilia M. Schuwarcz, Antônio Herculano Lopes.