

# COM A PALAVRA, A CHARGE: ENTRE O JORNALISMO, A POLÍTICA E A ARTE

WITH THE WORD, THE CHARGE: BETWEEN JOURNALISM, POLITICS AND ART

---

CYNTHIA MORGANA BOOS DE QUADROS

Professora titular do departamento de comunicação da furb – universidade regional de Blumenau, cursos de graduação e pós-graduação. Mestre em ciências da linguagem pela universidade do sul de Santa Catarina (UNISUL). Pesquisadora nas áreas de pesquisa de marketing e comunicação. <Cynthia@furb.br>

FABRICIA DURIEUX ZUCCO

Professora titular do Departamento de Comunicação da FURB – Universidade Regional de Blumenau, cursos de graduação e pós-graduação. Acadêmica de Doutorado em Administração da Universidade Nove de Julho (SP). Mestre em Administração (FURB). Pesquisadora na área de comunicação integrada de marketing. . <fabricia@furb.br>

SERGIO LUIZ DO AMARAL MORETTI

Professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração – PMDA, da Universidade Nove de Julho. Doutor em Ciências Sociais, pela PUC-SP e Mestre em Administração pela PUC-SP. Pesquisador nas áreas de Marketing e Responsabilidade Social. Co-autor do livro “A Responsabilidade e o Social: uma discussão sobre o papel das empresas”, Editora Saraiva, 2007. <moretti@uninove.br>

## RESUMO

A charge tornou-se uma forma de humor gráfico frequentemente utilizada pelos veículos de mídia atuais. Em jornais e revistas, palavra e imagem compactuam na construção de um discurso que mescla arte e crítica mordaz a um personagem ou acontecimento político. Simultaneamente, configura prática de linguagem que ao mesmo tempo absorve e oferece representações necessárias para ver e dizer o mundo. Esta poderosa ferramenta de comunicação é o foco deste artigo, que aborda as imbricações entre o discurso jornalístico, político e artístico. O texto a seguir se insere, assim, num espaço de negociação de sentidos no qual a ideologia exerce forte influência.

**Palavras-chave:** Charge. Discurso. Efeitos de sentido. Ideologia. Jornalismo.

## ABSTRACT

The cartoon has become a form of graphic humor, often used by media today. In newspapers and magazines word and image has colluded in the construction of a discourse that combines art and scathing criticism of a character or political event. At the same time constitute

the practice of language that both absorbs and provides needed to see and tell the world. This powerful tool of communication is the focus of this article, which discusses the interplay between media, political and artistic discourse. The following text belongs to the area of negotiation meanings where ideology has a strong influence.

**Keywords:** Charge. Speech. Sense of purpose. Ideology. Journalism.

## A palavra em movimento

*“O mundo todo é um palco e todos os homens e mulheres, meros atores que nele entram e saem e cada um no seu tempo faz muitos papéis<sup>1</sup>” (William Shakespeare)*

O propósito deste artigo é analisar o vínculo da charge com o jornalismo, partindo da ideia de que ela se inscreve num ambiente de negociação também ocupado pelos discursos político e artístico. A epígrafe tomada de empréstimo do dramaturgo inglês, repleta de imagens e metáforas do cotidiano, concilia-se à argumentação que se começa agora a descrever.

A linguagem, em situação de uso, é um espaço de produção de sentido, um palco onde se movimentam muitos atores com múltiplos papéis a representar. Como no teatro, a palavra manifestada num discurso jornalístico não é simplesmente um meio neutro de refletir ou descrever o mundo. Espetacular ou não, com roupagem mais ou menos cênica, em maior ou menor intensidade, todo e qualquer roteiro de linguagem interfere e influencia na construção da vida social. Daí reconhecer a relação existente no discurso entre língua, sujeito e história ou entre língua e ideologia.

Na comédia *As you like it* (Como você quiser), a fala do personagem Jaques, da qual foi extraída a epígrafe, é um exemplo

de linguagem constituída e sustentada por um discurso capaz de revelar uma intenção que vai muito além de simplesmente proporcionar diversão. Ela conduz o espectador a um posicionamento sobre a temática abordada.

As circunstâncias sócio-culturais de produção, circulação e leitura de textos são decisivas para se compreender o processo de caracterização de suas personagens, cujas manifestações verbais e não-verbais veiculam significados que transcendem a superficialidade do que é dito e mostrado. Situadas em determinadas coordenadas de espaço e tempo, envolvem valores, crenças e comportamentos existentes no meio social. E, que podem tornar-se parte da ideologia dos indivíduos que interagem nesse cenário ao serem cristalizadas por práticas discursivas, como uma cena de teatro, uma charge ou um texto jornalístico.

Neste percurso analítico, parte-se da perspectiva teórica que trata da palavra em movimento e busca-se apoio em Pêcheux (1988, p. 160) para defender a ideia de que “as palavras, expressões, proposições [...] mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam”. Por esse prisma, o discurso não é apenas um texto “é, sobretudo, espaço significativo: lugar de jogo de sentidos, de trabalho da linguagem, de fun-

1 “*All the world is a stage, and all the men and women merely players: they have their exits and their entrances; and one man in his time plays many parts*”. Esta é a famosa fala “*The seven ages of man*” (As sete idades do homem) da personagem Jaques na comédia *As you like it* (Como você quiser) de William Shakespeare – Act II, Scene 7, linhas 139–142, 1993 [tradução dos autores].

cionamento da discursividade” (ORLANDI, 2002, p. 72).

Pêcheux (1997) resgata a concepção foucaultiana de discurso como prática, relacionando tal conceito à questão da ideologia e fazendo referência à formação discursiva como aquilo que, numa conjuntura dada, determina o que pode e deve ser dito.

### **A ideologia da palavra**

A ideologia, segundo Marx e Engels (2002), pode ser considerada um instrumento de dominação que age não através da força, mas sim pelo convencimento, de forma prescritiva, alienando a consciência humana e mascarando a realidade. Althusser (1979), recuperando a ótica marxista, considera que a ideologia é materializada nas práticas das instituições — e o discurso, como prática social, seria então ideologia materializada.

Althusser (1980, p. 77) conceitua ideologia como “uma representação da relação imaginária dos indivíduos com suas condições reais de existência”, argumentando que ela interpela os indivíduos e os constitui em sujeitos que aceitam seu papel dentro do sistema das relações de produção. A partir desta leitura, e fazendo alguns deslocamentos, Pêcheux (1988) considera que a materialidade ideológica só pode ser apreendida a partir da materialidade linguística, que aparece no dizer concreto de cada sujeito. Relaciona discurso e ideologia, salientando o importante papel que esta representa no processo de interdição dos sentidos. Propondo o conceito de “condições

de produção”, ele postula que o discurso é efeito de sentidos entre os interlocutores.

Pode-se dizer que os sentidos são construídos no diálogo entre leitor e texto, na palavra intermediada pela linguagem, mas importa considerar que a palavra “é expressiva, mas essa expressividade [...] não pertence à própria palavra; nasce no ponto de contato entre a palavra e a realidade efetiva nas circunstâncias de uma situação real que se atualiza através do enunciado individual” (BAKHTIN, 1997, p. 313). “O sentido, portanto, não nasce com a palavra; ao contrário, ele tem uma história” (FERREIRA, 1996, p. 41).

Ao enfatizar que a palavra é capaz de registrar as fases transitórias mais íntimas e efêmeras das mudanças sociais, Bakhtin (1999, p. 36) a identifica como “o fenômeno ideológico por excelência [...] o modo mais puro e sensível de relação social”. Na mesma direção, Orlandi (2002, p. 48) acrescenta que, “enquanto prática significativa, a ideologia aparece como efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido”.

### **A palavra em contexto**

A palavra traz marcas culturais, sociais e históricas e é modificada de acordo com o contexto na qual é enunciada. Em situação de uso, é um espaço de produção de sentido. As significações emergem do contexto sócio-histórico que coloca sujeito e realidade numa relação dialética mediada pela linguagem.

*O contexto social imediato determina quais são os ouvintes possíveis [...]. É preciso supor num certo horizonte social definido e estabelecido que determine a ação ideológica do grupo social e da época a que pertencemos, um horizonte contemporâneo da nossa literatura, da nossa ciência, da nossa moral, do nosso direito (BAKHTIN, 1999, p. 114).*

Por ser espaço gerador de sentido, a palavra é controlada, selecionada por meio dos mecanismos sociais. Mas como não é sistema fixo e abstrato, a linguagem permite ao sujeito falante abrir fissuras, construir outros significados, romper o cerco do sentido já dado. O contexto, portanto, inclui todo o processo de interação comunicacional: a produção, a circulação e o consumo dos sentidos.

Ao abordar os pressupostos bakhtinianos, Gadet (2004) ressalta que as relações de produção e a estrutura sócio-política por elas condicionadas determinam todos os contatos verbais possíveis entre indivíduos, incluindo o trabalho, a vida política e a criação ideológica. Esses aspectos sociais e históricos são condicionantes do acontecimento enunciativo que dá à palavra uma significação – esta muitas vezes construída no processo de interação social.

*Ao dizer, o sujeito significa em condições determinadas, impedido, de um lado, pela língua e, de outro, pelo mundo, pela sua experiência, por fatos que reclamam sentidos, e também por sua memória discursiva, por*

*um saber/poder/dever/dizer, em que os fatos fazem sentido por se inscreverem em formações discursivas que representam no discurso as injunções ideológicas. [...] sujeito à falha, ao jogo, ao acaso, e também à regra, ao saber, à necessidade. Assim o homem (se) significa. (ORLANDI, 1987, p. 53).*

Um contexto não pode então ser conceituado simplesmente como decorrência do ambiente físico ou de combinação de pessoas, pois, “muito mais do que isso, um contexto se constitui pelo que as pessoas estão fazendo a cada instante e por **onde** e **quando** elas fazem o que fazem” (ERICKSON; SCHULTZ, 2002, p. 217). A cada mudança de contexto a relação entre os papéis dos participantes é redistribuída, produzindo diversas configurações da ação conjunta.

## **A palavra do jornalismo**

O discurso jornalístico é comumente entendido como o relato de acontecimentos recentes, produzido em forma de notícia. Sua matéria prima, segundo Beltrão (1992, p. 69), é a informação de fatos registrados “em qualquer setor da vida social, em qualquer parte do universo, em qualquer domínio das ciências, das artes, da natureza e do espírito, que sejam capazes de despertar o interesse dos homens reunidos em sociedade”.

Chaparro (1996) comenta que a notícia se tornou produto abundante nas relações humanas globalizadas e que noticiar representa a forma mais eficaz

de as instituições agirem e interagirem no mundo. Alcântara et al. (2005) salientam que, formatado como notícia, o acontecimento ganha eficácia de ação discursiva com capacidade de produzir confrontos.

Os conflitos que interessam ao jornalismo, e para o jornalismo convergem, sempre têm, segundo Chaparro (2003), além dos lados oponentes, um terceiro lado: o da sociedade, vista como o acomodamento provisório das forças sociais divergentes, resultante da dinâmica de avanços por conflitos e acordos, em torno de princípios e valores.

Os jornais, de acordo com o autor, projetam e inserem na atualidade as colisões institucionais que interessam à sociedade e ao seu aperfeiçoamento ético-normativo. E ao difundir relatos de ações humanas oponentes, o jornalismo se constitui espaço público, socializando os discursos em confronto, para a produção de efeitos transformadores da realidade, em ciclos contínuos de novos conflitos, para novos acordos.

Na opinião de Meditsch (1997), é inegável que os meios de comunicação têm um poder muito grande no meio social, mas é difícil determinar até que ponto esse poder é exercido de forma autônoma e até que ponto funciona apenas como instrumento de outros poderes instituídos.

*Muitos dos pecados atribuídos ao jornalismo, inclusive pelas teorias e hipóteses que tentam explicar as suas consequências, na verdade têm causas enraizadas em solos mais profundos. A manipulação do sistema democrático, a disparidade cres-*

*cente entre o topo e a base das sociedades, a disseminação dos preconceitos, estereótipos e ideologias dos poderosos não são criações do jornalismo, embora ele eventualmente participe de tudo isso. Como produto social, o jornalismo reproduz a sociedade em que está inserido, suas desigualdades e suas contradições. Nenhum modo de conhecimento disponível está completamente imune a isto (MEDITSCH, 1997).*

Muito embora o discurso jornalístico se sustente em sua função referencial para se constituir como informativo e documental, sua produção e circulação ocorrem numa conjuntura determinada, na qual há forças políticas em confronto, várias e diferentes vozes que vão produzir sentidos.

Nessa perspectiva Mariani (1998) diz que o discurso jornalístico já nasce com as representações simbólicas e ideológicas que irá reforçar ou refutar, apesar de surgir com aparência de novidade. O novo no discurso jornalístico se sustenta no que a autora identifica como “irrupção de um acontecimento”, que desloca as regularidades e os sentidos, obrigando a mídia, a imprensa, o discurso jornalístico já formatado a investir-se no novo. Mas na verdade a imprensa reconta o já dito.

Imersa num texto apresentado como notícia, como acontecimento a ler, a memória discursiva restabelece elementos pré-constituídos — sentidos pré-existentes que estão na sustentação do atual sentido sobre o qual o texto é produzido —, trazendo consigo num percurso de leitura já escrito discursivamente em outro lugar.

## Os sentidos da palavra

No contexto jornalístico, a ideologia organiza direções de leitura, fazendo circular alguns sentidos e desviando outros indesejáveis, numa ação que atesta o funcionamento da interdiscursividade — pautada nos saberes constituídos na memória do dizer — e que renegocia o sentido das formações discursivas.

Segundo Mariani (1999), a objetividade dos fatos, ou seja, sua visibilidade evidente resulta inevitavelmente de um gesto interpretativo que se dá a partir de elementos pré-construídos. Sendo assim, os jornais, ao relatar os acontecimentos, já estão exercendo uma determinação nos sentidos. É nesse contexto que o jornalista, ao mesmo tempo em que projeta a imagem de um observador imparcial, produzindo um efeito de distanciamento sobre o que fala, cria espaços para emitir opinião, explicar, formar juízos de valor, permitindo que os sentidos se configurem movidos e controlados pela memória discursiva.

Authier-Revuz (1990, p. 28) assevera que “a palavra não é neutra, mas carregada, ocupada pelo discurso do outro”. Todo dizer é um já dito e o sujeito exerce suas escolhas discursivas conduzido pela realidade que o antecede, influenciado por discursos que lhes são recorrentes. Esse fato implica postular um diálogo constante entre discursos, caracterizado pela multiplicidade de vozes e consciências independentes e distintas que comportam visões de mundo diferentes. Importa reconhecer que “em cada palavra há vozes, vozes que podem ser infinitamente longínquas, anô-

nimas, quase despersonalizadas [...] inapreensíveis, e vozes próximas que soam simultaneamente” (BAKHTIN, 1997, p. 353).

Assim, os discursos são tecidos polifonicamente num jogo de vozes cruzadas, complementares, concorrentes e contraditórias. É o que acontece com o discurso jornalístico, no qual se cruzam e dialogam vários discursos. Nesse movimento dialógico, o jornal faz ouvir vozes com diferentes perspectivas, uma pluralidade de pontos de vista que fazem parte do seu modo de significar.

Deve-se considerar que os elementos constituintes do discurso são articulados tomando por base certas necessidades sociais e interesses subjetivos. Então “seria absurdo negar, é claro, a existência do indivíduo que escreve e inventa”, destaca Foucault (2004, p. 28), reconhecendo a individualidade e a marca do autor.

Em estudo sobre o movimento do sujeito na construção dos sentidos, Agustini (2000) estabelece uma analogia ilustrativa entre o dizer e uma colcha de retalhos:

*Comparando-os, posso perceber que o dizer resulta de recortes do interdiscurso (memória do dizer) que o sujeito-falante, imbuído histórica e ideologicamente por um lugar de significação, (re)corta e costura. Em alguns pontos da colcha, o acabamento perfeito não permite visualizar os arremates, mas há outros lugares em que os arremates são visíveis (dobras interdiscursivas). Os arremates não são, portanto, acidentes do/no tecido. São processos interdiscursivos próprios do funcionamento do dizer. São tecidos*

*interdiscursivos que se torcem [...] e se dobram no processo de confecção da colcha. A unidade da colcha reside, por conseguinte, no sistema que torna possível e que rege a colcha. Essa analogia dizer-colcha me permite compreender e explicitar que todo dizer se constrói por um retorno constante a outros dizeres presentes no interdiscurso (AGUSTINI, 2000, p. 15).*

Para confirmar a noção de que a imprensa diz a verdade com objetividade, imparcialidade e neutralidade, o sujeito do discurso jornalístico recorta, na rede de filiações de sentidos constituída historicamente (no interdiscurso), os dizeres que melhor se conciliam ao propósito de fazer a informação parecer segura, confiável e fiel à realidade. Nesse movimento, mostra e esconde o que convém a seus interlocutores por meio de estratégias discursivas.

É assim que a imprensa, segundo Borges (2003, p. 252), “engendra um discurso que se pretende universal [...] aciona sentidos já cristalizados, inviabiliza posturas e posições diferenciadas das que comumente noticia e se apóia e, conseqüentemente, silencia a proliferação de outros”. Dessa forma, a prática discursiva do jornalismo, na tentativa de explicar o mundo, informar e comunicar a novidade com uma pretensa neutralidade, alimenta a ilusão de haver um sentido único e incontestável no seu dizer.

Também Baccega (1998) trata dessa questão, salientando que o discurso jornalístico mascara a realidade, no entanto, difunde-se na sociedade que ele mostra mil faces do mesmo acontecimento.

*Essa é uma postura dita liberal que afirma: se queremos ter objetividade – já que todo discurso está eivado de subjetividade –, basta dar lugar, numa sociedade, a essa pluralidade de vozes que o constitui. Esse ‘sofisma’ aquieta as consciências. Sofisma porque, evidentemente, se uma sociedade tem uma pluralidade de vozes, uma delas exercerá a hegemonia e procurará mantê-la, ou seja, não permitirá que todas as vozes falem com o mesmo caráter de verdade. Isso quando conseguem falar (BACCEGA, 1998, p. 58).*

É evidente que o jornalismo não vai construir outra imagem a respeito de si mesmo que não aquela de ser uma instituição capaz de um relato fiel dos fatos e dos pensamentos. O discurso jornalístico age, dessa maneira, guiando o olhar e construindo um saber que, por se mostrar único e absoluto, mascara outras possibilidades de verdade.

### **Ilusão da palavra neutra**

O mito da objetividade do discurso jornalístico geralmente esconde o conteúdo ideológico ao qual ele está vinculado, portanto, esse discurso não é ideologicamente neutro, mesmo porque demanda formações de sentidos para a sua consolidação, apagamento de dizeres e de lembranças, construção e disputa de identidades e de memórias.

A neutralidade do discurso é uma ilusão, uma vez que ele envolve o histórico e o ideológico. E Orlandi (1987, p. 13) enfatiza essa constatação quando afirma

que “numa realidade social e histórica como a nossa, em que se é obrigado a reconhecer que sempre se ocupam determinadas posições (e não outras) no conflito constitutivo das relações sociais, não se pode fazê-lo neutramente”. Em outra obra o autor argumenta que “não há neutralidade nem mesmo no uso mais aparentemente cotidiano dos signos. A entrada no simbólico é irremediável e permanente: estamos comprometidos com os sentidos e com o político” (2002, p. 9).

Cabe aqui lembrar Foucault (2004) e sua abordagem da relação entre as práticas discursivas e os poderes que as controlam e delimitam para refletir sobre os elementos exteriores que exercem pressão e condicionam a produção e a distribuição de discursos. Fortemente influenciado pelas instituições – como o Estado, a família, a religião, o mercado, a ideologia –, o discurso jornalístico é afetado por fatos, relações de poder, contextos sociais, decisões políticas, interesses econômicos, crenças religiosas e concepções estéticas.

É pertinente afirmar que o discurso jornalístico opera comprometido com os sentidos que se fazem necessários em uma conjuntura determinada historicamente. Furlanetto (2005) lembra que, formulados dentro de uma moldura institucional que estabelece balizas para a sua enunciação, os textos refletem as características históricas — valores, convicções, crenças, conflitos — da sociedade onde circulam.

A função a que se propõe a imprensa pelo seu discurso – informar a sociedade – não é por-

tanto, isenta de críticas, conflitos de interesses e mesmo de manipulação. O ato de noticiar, segundo Mariani (1999), não é neutro nem desinteressado, porque nele se entrecruzam os interesses ideológicos e econômicos do jornal, do repórter, dos anunciantes e dos leitores.

Assim como outras instituições, a imprensa entra no jogo de forças da sociedade e o discurso jornalístico está submetido ao jogo das relações de poder vigentes. Como afirma Mariani (2001, p. 35), “sob a alegação de estar informando, o jornal permanece opinativo e interpretativo, constituindo sentidos, produzindo histórias”. Essa é uma ideia convergente ao pensamento de Foucault (2004), que considera ser o discurso sempre político, já que saber e poder são suas dimensões constitutivas. E como observa Gondar (2003, p. 32), “todo poder político pretende controlar a memória, selecionando o que deve ser lembrado e o que deve ser esquecido”.

Em síntese, segundo Orlandi (2003, p. 2), o discurso político pode ser definido como “o discurso que, afetado pelo poder, diz das relações de forças e de sentidos que relacionam sujeitos sociais na história em função do seu poder fazer nas condições de suas existências em sua estabilidade e movimento”.

Se de um lado, a mídia se alimenta da política, de outro, a prática política arregimenta o trabalho da imprensa, fazendo dialogar os discursos político e jornalístico. Chaparro (2007) respalda essa constatação, apontando o governo como um grande, “se não o mais importante”

produtor de conteúdos para o jornalismo. O autor também destaca que o jornalismo se modifica para acompanhar e se adequar às mudanças políticas e sociais.

*O jornalismo faz parte do mundo e não o mundo do jornalismo. O mundo gera informações e modifica informações, gera ideias e solicita ideias. A notícia é a maneira de agir no mundo. Se mudam as estratégias da ação política, econômica e social, muda também o jornalismo (CHAPARRO, 2007).*

No livro *Metamorfoses do discurso político*, Courtine (2006) critica o discurso político contemporâneo em uma conjuntura social dominada pelos meios de comunicação de massa. Segundo ele, as mídias provocam mudanças na forma de representação política, fazendo com que o discurso político funcione de forma mais breve, com mais fluidez – diferentemente das narrativas longas e redundantes e dos monólogos intermináveis –, e com o objetivo mais de seduzir do que explicar, mais de capturar do que convencer.

### **A palavra do discurso artístico**

Para Courtine (2006), houve nos últimos anos uma transformação profunda na representação do político, a partir da introdução de novas práticas midiáticas com formas inovadoras de diálogos, entrevistas, holofotes televisivos e videoclipes políticos. Por isso, atualmente, a política não pode ser dissociada da produção e recepção de imagens, assim como o discurso do homem político

também não pode se separar de sua imagem.

É nesse ponto que se estabelecem articulações entre o político, o jornalístico e o artístico representado principalmente pelas artes visuais presentes na mídia. Especificamente em relação aos jornais, o uso de imagens engloba fotografias, desenhos e outras ilustrações, incluindo caricaturas e charges que constituem material para interpretação.

*Ao interpretar a imagem pelo olhar – e não através da palavra – aprende-se a sua matéria significativa em diferentes contextos. O resultado dessa interpretação é a produção de outras imagens (outros textos), produzidas pelo espectador a partir do caráter de incompletude inerente, eu diria, à linguagem verbal e não verbal. O caráter de incompletude da imagem aponta, dentre outras coisas, a sua recursividade. Quando se recorta pelo olhar um dos elementos constitutivos de uma imagem, produz-se outra imagem, outro texto, sucessivamente e de forma plenamente infinita (SOUZA, 2001, p. 73).*

A autora salienta que, nos “textos de imagem, o jogo de formas, cores, imagens, luz, sombra etc nos remete, à semelhança das vozes no texto, a diferentes perspectivas instauradas pelo *eu* na e pela imagem, que favorece [...] a apreensão de diferentes sentidos no plano discursivo-ideológico” (Id. *Ibid*, p. 80).

Análise interessante sobre essa questão é apresentada por Neckel (2004) que percebe o dizer artístico inscrito tanto na arte quanto no discurso, marcado por um lugar de dizer da histó-

ria, da ideologia, e afetado pelos aspectos sociais. Ela postula que as condições de produção dessa modalidade de discurso são de “liberdade” e seu espaço de constituição é de uma materialidade histórica que se fundamenta na ruptura, na subversão, na não linearidade. Dotado de discursividade, o objeto de arte não está apenas num lugar único de significação, pois, segundo a autora, opera sempre num espaço de ressignificação, o que já remete a outros dizeres possíveis.

Tomando como exemplo a charge, pode-se afirmar que o discurso artístico sempre caminhou lado a lado com o discurso político. Tanto que ela se popularizou em jornais e periódicos como material de opinião, manifestando seus desdobramentos políticos e ideológicos, e muitas vezes sendo tão rica e densa quanto outros textos jornalísticos opinativos, a exemplo de crônicas e editoriais.

Nesse contexto, a charge se desprende da função de apenas ilustrar o cotidiano e “transforma a intenção artística, nem sempre objetivando o riso – embora o tenha como atrativo – em uma prática política, como uma forma de resistência aos acontecimentos” (NOGUEIRA, 2003, p. 3).

Por meio de sua análise, diz Flôres (2002, p. 11), “podem-se perceber as estratégias utilizadas pelos vários segmentos envolvidos nos jogos de poder e manipulação de que consciente ou inconscientemente somos atores e alvos”. Assim se estabelece, de certa maneira, um modo de, nas palavras de Landowski (1995, p. 81), “ler o espetáculo do mundo que o jornal nos oferece”.

## A palavra da charge

A palavra caricatura tem origem semântica no verbo italiano *caricare* que significa carregar, no sentido de exagerar, acentuar e corresponde a ridicularizar, satirizar, criticar. Na língua francesa, é usado o termo *charge*, traduzido por carga, exagero, ataque. Nogueira (2003) explica que o significado que o termo adquiriu no Brasil acabou incorporando o sinônimo francês da caricatura (*charge*), numa ligação íntima com a imprensa, como uma sátira gráfica a um acontecimento político que, com sua capacidade de sedução, tornou-se um instrumento eficaz de persuasão do público leitor.

Neste artigo, considera-se charge como crítica temporal a um personagem, fato ou acontecimento político específico, diferenciando-a da caricatura (representação de um personagem com uso de traços exagerados) e do cartum (crítica atemporal de costumes) – levando em conta, nesse caso, que a diferença entre cartum e charge reside basicamente no objeto/no tema da crítica.

Além da imagem do alvo que pretende atingir, o discurso chargístico explicita uma crítica à realidade social e política. Ao mesmo tempo projeta e reproduz, as principais concepções sociais, pontos de vista e ideologias em circulação.

Um dos traços mais marcantes da charge é a ironia, que tem como função criticar, impressionar e provocar humor. Ela sugere uma intenção depreciativa ou sarcástica do chargista ao produzir um humor intrinsecamente relacionado ao riso de zombaria.

“É um riso que se leva a sério, é um riso que zomba, mas não de si, é um riso, e a expressão é bem reveladora, que goza da cara dos outros” (PROPP, 1992, p. 42).

As charges submetem os atores políticos ao escárnio e os mostram como seres ridículos e derrisórios. E tornar uma personalidade pública objeto de riso não é ato fortuito, mas ação carregada de implicações políticas. Como observam Bergson (2001) e Propp (1992), a comicidade está ligada à operação mental de rebaixamento do outro, da pessoa de quem se ri. Ao colocar algum personagem alvo de derrisão significa apontar nele debilidades ou falhas, ou apresentá-lo em situações ridículas, realçando suas fraquezas.

Considerando o humor como elemento de subversão, Miani (2002) coloca que a crítica e o desejo de denunciar, de revolver e analisar as ordens instituídas são marcados, na charge, por um humorismo de caráter subversivo. E é nesse prisma que Fernandes (2000, p. 30) concebe a ironia como “o último refúgio do oprimido e nenhum tirano, por mais violento que seja, escapa a ela. O tirano pode evitar uma fotografia. Não pode impedir uma caricatura. A mordaza aumenta a mordacidade”.

Esses elementos requerem que a leitura de charges se desenvolva num duplo movimento, envolvendo a percepção concomitante de duas máscaras, a da seriedade/autoridade e a da ridicularização. Isso reconhecendo, em concordância com Nery (2002), que os efeitos de sentido da charge são ocasionados pela simultaneidade dos movimentos

opostos, mas justapostos, que possibilitam um riso de zombaria sobre nossa atualidade social, política e econômica.

### Considerações finais

O propósito deste artigo foi analisar o vínculo da charge com o jornalismo, partindo da ideia de que ela se inscreve num ambiente de negociação também ocupado pelos discursos político e artístico. Viu-se que a charge é construída na imbricação destes discursos. O humor nela contido muitas vezes mascara a intenção ideológica com o estímulo ao riso. Ao proporcionar uma releitura das notícias, ao mesmo tempo em que sugere, esconde significados.

Sustentada no discurso artístico, na imagem, a linguagem da charge está em comunicação constante com os acontecimentos políticos e sociais, mas a despeito de se alimentar da novidade, do presente, mantém relação com o passado, com saberes pré-construídos, é ideologicamente influenciada.

A sua compreensão requer um entendimento contemporâneo ao momento em que se estabelece a relação discursiva entre interlocutores, pois somente assim é possível perceber as estratégias utilizadas pelos vários atores sociais envolvidos no contexto na produção chargística.

É nesse jogo de sentidos que o discurso chargístico se constrói como uma colcha de retalhos, um mosaico de já-ditos, de diferentes perspectivas e visões de mundo, como uma trama tecida a partir de inscrições históricas, sociais e ideológicas que reclamam novos significados.

Ao final deste discurso, materializado em forma de artigo, importa lembrar que, no cenário da linguagem, espaço que Barthes (1992, p. 39) chama de um “mundo de significados sempre em expansão”, nossas palavras estão infinitamente em percurso. E como a personagem Jaques da comédia de Shakespeare, somos todos nós, atores em cena desempenhando diferentes papéis, sujeitos históricos que se movem e produzem sentidos num mundo a significar.

## Referências

AGUSTINI, Carmén L. Hernandez. Dobras interdiscursivas: o movimento do sujeito na construção enunciativa dos sentidos. **Sínteses**, Campinas, SP, Unicamp, v. 5, p. 9-17, 2000.

ALCÂNTARA, Norma S.; CHAPARRO, Manuel Carlos; GARCIA, Wilson. **Imprensa na berlinda**: a fonte pergunta. São Paulo: Celebris, 2005.

ALTHUSSER, Louis. **A favor de Marx**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

\_\_\_\_\_. **Ideologia e aparelhos ideológicos do estado**. Lisboa: Presença, 1980.

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). **Cadernos de Estudos Lingüísticos**, Campinas, SP, n. 19, p. 25-42, jul./dez 1990.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e linguagem**: discursos e ciência. São Paulo: Moderna, 1998.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

\_\_\_\_\_. **Estética da criação verbal**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BARTHES, Roland. **S/Z**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1992.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 1992.

BERGSON, Henri. **O riso**: ensaio sobre a significação do cômico. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BORGES, Rosane da Silva. O já-dito e o não-dito: o papel da imprensa no debate sobre as cotas. In: SILVA, Cidinha da (Org.). **Ações afirmativas em educação**: experiências brasileiras. São Paulo: Summus, 2003.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Jornalismo independente. **Observatório da Imprensa**. Matérias 1º de julho de 2003 [não paginado]. Disponível em: <[www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp010720034.htm](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp010720034.htm)>. Acesso em: 11 set. 2009.

\_\_\_\_\_. Jornalismo na fonte. In: DINES, Alberto; MAURIN, Mauro (Org.) **Jornalismo brasileiro: no caminho das transformações**. Brasília: Banco do Brasil, 1996, p. 132-154.

\_\_\_\_\_. Jornalistas são socializadores do conhecimento. **Agência Sergipe de Notícias**, entrevista, 24 nov. 2007 [não paginado]. Disponível em: <[www.agencia.se.gov.br/index.php?act=leitura&codigo=4622](http://www.agencia.se.gov.br/index.php?act=leitura&codigo=4622)>. Acesso em: 11 set. 2009.

COURTINE, Jean-Jacques. **Metamorfoses do discurso político: as derivas da fala pública**. São Carlos: Claraluz, 2006.

ERICKSON, Frederick; SCHULTZ, Jeffrey. O quando de um contexto: questões e métodos na análise da competência social. In: RIBEIRO, Branca Telles; GARCEZ, Pedro M. (Orgs.). **Sociolinguística interacional: antropologia, linguística e sociologia em análise do discurso**. 2. ed. Porto Alegre: AGE, 2002.

FERNANDES, Millôr. **O livro vermelho dos pensamentos de Millôr**. São Paulo: Senac, 2000.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro. O estatuto da equivocidade da língua. In: LIMA, Marília dos Santos; GUEDES, Paulo Coimbra (Orgs.). **Estudos de linguagem**. Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto, 1996.

FLÔRES, Onici. *A leitura da charge*. Canoas: Ulbra, 2002.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 11. ed. São Paulo: Loyola, 2004.

FURLANETTO, Maria Marta. Proposta Curricular de Santa Catarina (1998): revisão e perspectivas para o estudo de gêneros. In: III SIGET - Simpósio Internacional de Estudos de Gêneros Textuais, 2005, Santa Maria - RS. **Anais...** Santa Maria - RS: UFSM, 2005. v. 1.

GADET, Françoise; PÊCHEUX, Michel. **A língua inatingível: o discurso na história da linguística**. Campinas: Pontes, 2004.

GONDAR, Jô. Memória, poder e resistência. In: GONDAR, J.; BAR

RENECHEA, M. A. **Memória e espaço: trilhas do contemporâneo**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2003, v. 1, p. 32-43.

LANDOWSKI, Eric. Não se brinca com o humor: a imprensa política e suas charges. **Face**, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 64-95, jul./dez. 1995.  
MARIANI, Bethânia. Discurso e instituição: a Imprensa. **Rua**. Campinas, SP, n. 5, p. 47-61, 1999.

\_\_\_\_\_. **O PCB e a imprensa**: as conquistas no imaginário dos jornais 1922-1989. Campinas: Editora da Unicamp; Revan, 1998.

\_\_\_\_\_. Os primórdios da imprensa no Brasil (Ou: de como o discurso jornalístico constrói memória). In: ORLANDI, E. P. (Org.). **Discurso fundador**: a formação do país e a construção da identidade nacional. Campinas, SP: Pontes, 2001.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã (Feuerbach)**. São Paulo: Hucitec, 2002.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** Conferência feita nos cursos da Arrábida – Universidade de Verão – setembro de 1997 [não paginado]. Biblioteca online de Ciências da Comunicação. Disponível em: <[http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php?html2=meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.html)>. Acesso em: 12 set. 2009.

MIANI, Rozinaldo Antônio. Iconografia e as transformações no mundo do trabalho. In: Seminário do Trabalho, 2., Marília/SP, 2002. **Resumos...** Marília/SP, 2002.

NECKEL, Nádia Régia Maffi. **Do discurso artístico à percepção de diferentes processos discursivos** [dissertação]. Mestrado em Ciências da Linguagem. Florianópolis: Universidade do Sul de Santa Catarina - Unisul, 2004.

NERY, Laura. Charge: cartilha do mundo imediato. **Semear** (PUCRJ), Rio de Janeiro, v. 7, p. 127-144, 2002.

NOGUEIRA, Andréa de Araújo. A charge: função social e paradigma cultural. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 26., 2003, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte, MG: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 02 a 06 set. 2003.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Os recursos do futuro: um outro discurso. **MultiCiência**, v.1, p. 1-7, Campinas: Unicamp, out. 2003.

\_\_\_\_\_. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. 2. ed. Campinas: Pontes, 1987.

\_\_\_\_\_. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 4. ed. Campinas: Pontes, 2002.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Unicamp, 1988.

\_\_\_\_\_. Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, F.; HAK, T. (Org.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. 3. ed. Campinas: Unicamp, 1997, p. 61-105.

PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso**. Tradução Aurora F. Bernardini e Homero F. de Andrade. São Paulo: Ática, 1992.

SHAKESPEARE, William. **As you like it**. Ed. Alan Brissenden. New York: Oxford University Press, 1993.

SOUZA, Tânia C. Clemente. A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação. **Rua**. Campinas, SP, Unicamp, n. 7, p. 65-94, mar. 2001.

Data do Recebimento: 10/06/2009

Data do Aceite: 12/07/2009