

A CHARGE COMO CRÍTICA JORNALÍSTICA

Antonio Teixeira de Barros*

Gabriela Ferreira do Vale**

Resumo: O presente ensaio focaliza a charge jornalística enquanto discurso humorístico, que se utiliza principalmente de elementos da linguagem não-verbal para realizar críticas. Além de transmitir informações de forma rápida, sucinta, com criatividade e dose de humor, esse recurso gráfico revela uma leitura crítica do mundo atual. O texto discorre ainda sobre a crítica na imprensa, partindo da premissa de que a produção de críticas pelo jornalismo compreende múltiplas facetas, tanto do ponto de vista da filosofia editorial de cada veículo, como do próprio exercício da crítica. Discute ainda a natureza desse tipo de crítica e qual sua função e finalidade. Considera-se ainda as condições em que o jornalismo opera e seu funcionamento institucional e mercadológico, bem como as condições estruturais e conjunturais.

Palavras-chave: jornalismo opinativo; charge; sátira; ironia.

INTRODUÇÃO

Um dos principais fatores que nos motivaram a analisar as charges foi a reflexão a respeito da atual tendência dos meios

* Mestre em Comunicação e Doutor em Sociologia. Professor do Curso de Comunicação do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB) e Pesquisador Associado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Coordenador do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo Opinativo do UniCEUB. teixeira@mre.gov.br

** Jornalista e integrante do Grupo de Pesquisa sobre Jornalismo Opinativo do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

impressos de associar imagens, com dose de humor, a informações escritas. A nossa proposta é mostrar como esse recurso gráfico emite valores, informa e critica os acontecimentos relevantes noticiados pela mídia. Por serem as charges um recurso visual, vimos, inicialmente, a necessidade de definir e caracterizar elementos da comunicação não-verbal. Depois, partimos para o seu estudo conceitual, sob a percepção de vários autores, que também nos permitiu estabelecer os pontos convergentes e divergentes em relação a outras ilustrações, presentes na mídia, como *cartoon* e tiras *comics*. Além disso, enumeramos suas principais características e a sua função como obra crítica, que proporcionam ao leitor uma nova visão do que foi noticiado pelo texto jornalístico. Seus atributos como formas, personagens, cores e legendas e o seu humor também são levados em conta.

Com o objetivo de contextualizar historicamente a institucionalização da crítica da imprensa, apresentamos ainda um breve panorama do conceito de crítica, suas funções e sua evolução no campo jornalístico, desde o surgimento do chamado “jornalismo literário”, que tinha como eixo a crítica de costumes e comportamentos da burguesia, no âmbito da chamada “esfera pública burguesa literária”. Em seguida, apresentamos como se deu a evolução para o “jornalismo político”, no estágio da “esfera pública burguesa política”, na qual a crítica política tornou-se o principal foco da imprensa.

1 A CHARGE E A COMUNICAÇÃO NÃO-VERBAL

Quando estudamos as charges, não temos como fugir da comunicação não-verbal, pois a comunicação estabelecida entre elas e o leitor se dá por elementos não-verbais como sinais, cores, imagens, etc. Uma mensagem pode ser transmitida por meio de vários aspectos, mas este trabalho fará uma análise das charges que utilizam a linguagem não-verbal para transmitir suas críticas, ideologias e

reflexões sobre os acontecimentos nacionais e internacionais, ligados aos temas políticos e econômicos.

Apesar de pouco explorada pelos pesquisadores, esse tipo de comunicação é fundamental no dia-a-dia dos indivíduos. Para alguns lingüistas, o estudo da língua apenas focalizado no aspecto verbal não é suficiente para compreender a mensagem. Eles também dizem que os enunciados não-verbais, como signos lingüísticos, não podem ser analisados separadamente.

Os elementos não-verbais são agrupados em cinco campos de análise: paracomunicação, cinésica, silêncio, proxêmica e tacêsica, que significa a comunicação por meio do toque¹. A paracomunicação, segundo Rector e Trinta (1995), é o termo que detona todo o comportamento comunicativo que não se baseia no sistema sonoro do idioma, mas sim nos sons emitidos pelo aparelho fonador. Na paracomunicação, existem os segregadores vocais, que são ruídos produzidos entre uma emissão e outra dos sons do sistema sonoro. Esses ruídos podem ser traduzidos em vogais de hesitação, transmitidas como *ah, her, uh, hum*, entre outras. Gritar, cochichar, rir, pigarrear, bocejar, suspirar também são considerados traços paralingüísticos, conforme Rector e Trinta (1995).

O termo cinésica significa movimento, ou seja, um ato não-verbal designado pelos gestos, postura, olhar, expressão facial e riso. A proxêmica é a parte da comunicação não-verbal que estuda o uso do espaço entre os indivíduos como forma de comunicação não-verbal. Neste campo, existem três tipos de distâncias: a íntima, a social e a pública. Para entender a proxêmica, é necessário considerar todos os elementos não-verbais em um contexto global.

¹ Não será tratada, porque não condiz com o objeto de estudo deste trabalho.

2 A CHARGE NO ÂMBITO DO JORNALISMO OPINATIVO

De acordo com Melo (1994, p. 123), a caricatura e suas formas conexas – *charges*, *cartoons* e *comics* – são formas de ilustração opinativas, porque se tornam instrumentos eficazes de persuasão. Essas formas conexas podem, eventualmente, conter características em comum, embora essa semelhança não as coloque na mesma categoria. Os *cartoons* são desenhos humorísticos que registram ou criticam pessoas, situações ou acontecimentos, reais ou imaginários. As tiras *comics* ou histórias em quadrinhos (HQs) são um gênero de ficção predominantemente humorístico com o objetivo de divertir. Melo (1994) diz que a charge é crítica humorística de um fato ou acontecimento específico, ou seja, reprodução gráfica de uma notícia já conhecida do público, segundo a ótica do desenhista. Tanto pode-se apresentar por meio da imagem quanto combinando imagem e texto.

A charge, variação da caricatura, é considerada ainda um discurso humorístico que valoriza a ilustração, a caricatura e coloca em dúvida questões de ideologia, poder, sentimentos e personalidade. Esse recurso gráfico é a representação pictórica de caráter burlesco e caricatural em que se satiriza ou critica um fato específico, geralmente de caráter político-social.

Por ser um discurso lúdico, a charge tem a liberdade de mostrar a interpretação dos fatos e utilizar recursos lingüísticos e semióticos, comportar o paradoxo, a ambigüidade, o exagero, o cinismo, a sátira, a irreverência, o trocadilho, a balbúria e o deboche. Assim, a charge constitui uma forma de comunicação que faz as pessoas rirem de si mesmas, de acontecimentos recentes, de situações do cotidiano e, até mesmo, das próprias desgraças, porque representa o modo descontraído de ver a notícia, sem o pudor da moral ou conceitos éticos; sem, no entanto, precisar recorrer à linguagem vulgar ou sensacionalista.

Uma das maiores características desse recurso gráfico é a ironia, que, carregada de ambigüidades, acaba se tornando a essência do desenho. Outra característica é o seu caráter polissêmico - o processo responsável pelo fato de que são sempre possíveis múltiplos sentidos para uma mesma gravura -, muito diferente do que acontece com o texto jornalístico, que não permite interpretações distintas da almejada.

Contudo, não é só o desenho que apresenta uma linguagem polissêmica, os textos e os balões contidos nas charges devem ser analisados em caráter conotativo e não denotativo, pois, esse é um recurso bastante utilizado em figuras visuais que possuem a ironia como sua principal característica. Na charge, o humor é uma espécie de arma de denúncia, de instrumento de manutenção do equilíbrio social e psicológico, uma forma de revelar e de flagrar outras possibilidades de visão do mundo e das realidades naturais ou culturais que nos cercam e, assim, de desmontar falsos equilíbrios. Esse humor surge como confronto entre as condições sócioeconômicas e políticas.

Sendo assim, pode-se perceber que a charge vai além de um desenho sem nexos e sem identidade. Mas, para esse recurso gráfico ser compreendido, é necessário que o leitor tenha conhecimento do assunto abordado, do contexto e das personagens nelas representadas. Por isso, é que ela deve tratar de um fato atual, pois, do contrário, o leitor pode ter dificuldade no seu entendimento. Isso justifica a opção por temas da atualidade. Assim, é imprescindível que o desenho tenha suficiência de dados, fornecidos pelos detalhes. A caracterização do ambiente e as marcas simbolizando o tema são suportes necessários à interpretação das charges.

Devido à forma de como é apresentada, envolvendo um conjunto de cores, formas e traços, a charge desperta o interesse de muitos leitores de jornais e revistas. Nela, o jogo de palavras é secundário, porque ela se comunica com seus próprios recursos

gráficos. Ela usa, quase sempre, na sua primeira acepção, os elementos da caricatura, evidenciando as características físicas mais marcantes de uma pessoa. Sem legenda, ela não altera o efeito da comunicação que o autor pretende fazer charge, portanto, é “[...] associar a síntese dos acontecimentos da sociedade, a agudez das críticas feitas aos episódios noticiados e o humor brotado pela maneira como os fatos são [...]” (Guilhardi, 1986, p. 88).

Por utilizar-se do discurso lúdico e de formas e cores, além de ridicularizar acontecimentos, para muitas pessoas, as charges desempenham um papel de passatempo e de diversão, ou melhor, servem para entreter o leitor. Mas há quem não concorde com isso. Na opinião de Teixeira (1988), o caráter revelador e opinativo das charges as difere de um simples e inocente entretenimento. O uso da imagem como instrumento de opinião tem o objetivo de influenciar um público maior do que aquele dedicado à leitura atenta dos gêneros opinativos convencionais: artigo, editorial, etc. É que a imagem, na imprensa, motiva de tal modo o leitor e produz uma percepção tão rápida de opinião que se torna instrumento eficaz de persuasão.

Para Melo (1994), toda imagem inserida na imprensa tem função opinativa. A intenção das charges é representar o real, criticando-o e, até mesmo, denunciando-o. As charges também são consideradas por ele como uma opinião das empresas que as publicam, pois seguem a linha editorial dos veículos nos quais apresentam o seu trabalho. Por outro lado, temos que considerar que os chargistas atuam como se fossem a consciência crítica da sociedade, revelando uma tendência que Melo (1994) chama de “oposicionista”. Elas são uma proposta de reflexão sobre fatos e questões ligadas ao momento presente. Visam à crítica, sátira, ironia ou emissão de juízo de valor por meio dos traços, da linguagem não-verbal, da cor e da metáfora. O que dá uma tônica de humor a assuntos, às vezes, áridos que são notícias no cenário político, econômico e social.

3 A CHARGE COMO CRÍTICA JORNALÍSTICA

Etimologicamente, crítica vem do verbo grego *krino*, que significa escolher. Ele dá origem a dois outros termos: crise e critério. É sobretudo por causa do primeiro que a palavra crítica é utilizada com mais frequência no sentido negativo, tal qual o vocábulo crise. Entretanto, essa conotação faz com que se perda de vista o sentido mais forte, positivo, do termo, pois seu significado primeiro é escolher. Criticar “[...] não é apenas decifrar uma criação inconsciente [...] não é aplicar mecanicamente um critério já pronto a uma obra ou ação. É entrar em crise. É propor critérios que não existiam. É inventar o novo [...]” (Ribeiro, 2000, p. 21).

O pressuposto fundamental da crítica situa-se de certo modo no âmago da própria cultura ocidental. Trata-se nada menos do que da “[...] invenção do espírito crítico inerente ao nosso mundo, em decorrência do surgimento da filosofia e do espírito científico de modo geral – isso de perscrutar racionalmente os processos reais e os cometimentos humanos [...]” (Bornheim, 2000, p. 34). Nessa perspectiva, a crítica teria função de estimular o enriquecimento cultural, a partir da experiência e do contato do receptor com os produtos simbólicos com os quais ele interage no cotidiano da comunicação e da vida social.

Assim, na visão de Marcelo Coelho (2000, p. 88), não importa tanto o teor da crítica, ou seja, o mais importante não é discutir se a crítica é “apocalíptica” ou “integrada”, se ela é certa ou errada, até porque, como afirma o autor, “um julgamento nunca é certo ou errado”. Por isso, a crítica “[...] acertando ou errando, serve principalmente para outra coisa: prestarmos mais atenção naquilo que estamos vendo. Gostar ou não de uma obra é decisivo [...], mas ‘gostar’ pode ser uma experiência muito mais pobre do que ‘não gostar’[...]”

A institucionalização da crítica na imprensa, objeto de estudo de Ribeiro (1996), remete às sociedades europeias do século VXII, com

o surgimento do jornalismo literário, uma forma específica de crítica pública voltada inicialmente para a esfera dos costumes, valores e comportamentos ligados ao estilo de vida da alta burguesia. É nesse contexto que Habermas desenvolve sua análise sobre a chamada esfera pública burguesa.

A categoria desenvolvida e analisada por Habermas tem como referência e antecedente o conceito de esfera pública de Hannah Arendt (1983), entendida como uma esfera do comum, um espaço de aparência, que pressupõe relações de poder, e que tem como função “[...] iluminar a conduta humana, permitindo a cada um mostrar, para o melhor e para o pior, através de palavras e ações, quem é e do que é capaz” (Lafer, 1983, p.59). Nessa concepção, o espaço público é, antes de tudo, a esfera do comum, ou seja, tudo o que, através de ampla divulgação, torna-se conhecido por todos. A aparição pública é, pois, na concepção de Arendt, condição básica para a consolidação desse espaço comum, visto que “[...] para nós, a aparência - aquilo que é visto e ouvido pelos outros e por nós mesmos - constitui a realidade” (Arendt, 1983, p. 59).

A abordagem de Arendt (1983) sobre essa questão fundamenta-se na concepção de que a percepção que temos de realidade é condicionada pela aparência, isto é, por tudo aquilo que é levado ao domínio público. Daí a importância da categoria esfera pública, em sua obra, pois é nessa esfera que os fatos, as opiniões, os argumentos e as pessoas emergem da obscuridade da esfera privada e adquirem visibilidade. Para sua análise, Arendt (1983) toma como exemplo o modelo grego de esfera pública, argumentando que a preocupação dos cidadãos gregos com os assuntos referentes à cidade reflete a necessidade de afirmação diante de um mundo provisório e fútil, a esfera privada (*oikos*), lugar da necessidade, da miséria da condição humana: a mortalidade, o labor, a reprodução material das condições materiais de vida, a dimensão biológica e animal do homem (o que ela chama reino do *animal laborans*).

Em contraposição à essa esfera de ignomínia, reino do provisório e do fútil, surge a *polis*, que representa o estabelecimento de uma esfera pública, entendida como um mundo comum, que constituía uma espécie de proteção contra a crueldade desse espaço de futilidade, destinado à mera existência biológica e animal. O acesso à *polis* significava a superação de tudo isso, por meio da conquista de um status de “imortalidade” simbólica, já que a esfera pública representava a garantia de que os feitos notáveis ou palavras, discursos e reflexões memoráveis dos cidadãos não cairiam no esquecimento, mas se projetariam no futuro, através da dimensão histórica da cidade-estado, cuja “alma” era a memória da expressão da singularidade individual por meio do exercício público do discurso, um discurso crítico, reflexivo e original.

Para esse exercício, os cidadãos deveriam estar livres das agruras da esfera privada – o trabalho e o labor², atividades exercidas por mulheres, crianças, escravos e estrangeiros. À *polis* correspondia apenas o que Arendt (1983) denomina *ação*, ou seja, o exercício público da razão, por meio da palavra, do discurso, da crítica e da reflexão. A *ação* era o elemento de maior valor na sociedade grega porque constituía a única atividade que expressava em sua plenitude a singularidade humana, dispensando a mediação de coisas e objetos, visto que corresponde à condição humana de singularidade e pluralidade, ao mesmo tempo, essência da vida pública, do exercício da crítica. A *ação* é, portanto, a fonte de significados da vida pública, vinculada à dimensão histórica: memória da “vida activa”, cuja fonte é a ação comum, no espaço público, na presença de interlocutores que

²Arendt (1983) faz distinção entre trabalho e labor, entendendo o primeiro como o reino do *homo faber*, ou seja, a fabricação de coisas, objetos e artefatos; e o segundo como o reino do *animal laborans*, que compreende todas as atividades ligadas à reprodução das condições materiais de vida, como higiene, limpeza, preparação de alimentos e cuidados com as roupas, a casa, etc. O trabalho está relacionado, portanto, com a produção de bens materiais (‘trabalho produtivo’), enquanto o labor é sinônimo de “trabalho improdutivo”.

interagem em condições de igualdade e paridade. Logo, a *ação* é fundamentalmente política. Afinal, é a razão, o discurso e a crítica que fazem do homem um ser político, que se revela em sua singularidade, mas, ao mesmo tempo, na presença de seus pares, ou seja, em um espaço que requer pluralidade, como explica Arendt (1983, p. 188):

[...] a pluralidade humana, condição básica da ação e do discurso, tem o duplo aspecto de igualdade e de diferença. Se não fossem iguais, os homens seriam incapazes de compreender-se entre si e aos seus ancestrais, ou de fazer planos para o futuro e prever as necessidades das gerações vindouras. Se não fossem diferentes, se cada ser humano não diferisse de todos os que existiram, existem ou virão a existir, os homens não precisariam do discurso ou da ação para se fazerem entender. Com simples sinais e sons, poderiam comunicar suas necessidades imediatas e idênticas.

Essa dialética entre singularidade e pluralidade, destacada pela autora, é que constitui o substrato para o exercício do pensamento crítico. Habermas (1984) dedica-se a estudar outro momento, o qual já tem relação direta com o discurso da imprensa: o momento burguês, analisado em sua obra *Mudança estrutural da esfera pública*. O autor detém-se, especialmente, em sua origem, evolução, estrutura, instituições e funções, mas com especial enfoque ao desenvolvimento da crítica, mediante o que ele denominou de "jornalismo literário"³. Este tipo de jornalismo crítico foi desenvolvido pela alta burguesia européia, sem fins comerciais, em que, além de não haver ainda a profissionalização e divisão de funções, também não havia separação entre produtor e receptor de informação. Todos os que participavam

³Aqui não apresentaremos um detalhamento maior do contexto e demais informações complementares, uma vez que pretendemos apenas situar a institucionalização da crítica na imprensa. Para mais informações sobre o assunto ver Ribeiro (1996, p. 39-50), em especial o capítulo "A institucionalização da crítica na imprensa".

daquele público tinham acesso não só aos textos, mas também lhes era facultada a possibilidade de escrever para comentar, criticar ou apresentar novos enfoques sobre os temas abordados. Além disso, na chamada “esfera pública burguesa literária”, quase todos os espaços de reunião da alta burguesia, mesmo sendo privados, como os salões, cafés, teatros e clubes constituíam espaços de discussão e exercício da crítica, de forma coletiva, pública (embora apenas entre eles).

O jornalismo literário constituía, portanto, um meio através do qual “[...] um público esclarecido difunde suas idéias e concepções da realidade social e assim se auto-esclarece e se emancipa” (Ribeiro, 1996, p. 39). O público desse tipo de jornalismo crítico era composto sobretudo pela camada culta da alta burguesia, além de profissionais autônomos e parte da nobreza (esclarecida).

Posteriormente, o jornalismo literário evolui para o jornalismo político, quando a esfera pública burguesa passa para seu segundo estágio – a “esfera pública burguesa política”. Resultado do processo de esclarecimento desencadeado pela reflexão crítica contida no jornalismo literário, essa nova modalidade de jornalismo crítico deixa de ter como objeto apenas a literatura, as artes, filosofia, ciência e a crítica de costumes, valores e comportamentos e passa a ter como foco a discussão e crítica em torno da política. Surge, portanto, como portavoz de uma burguesia esclarecida, capaz de questionar a situação política vigente e, sobretudo, a legitimidade da forma de governo dos Estados absolutistas. Torna-se, portanto, decisivo para o debate público e as lutas políticas que se travavam na Europa nos séculos XVIII e XIX, sobretudo na França.

A crítica que, inicialmente, na fase do jornalismo literário, limitava-se à esfera privada e atuava de forma despreziosa, quase com a conotação de entretenimento de uma classe esclarecida, mas ociosa, com muito tempo disponível para a leitura, discussões, participação em eventos culturais e reuniões privadas, adquire conotação instrumental, na fase posterior – do jornalismo político. O

Estado torna-se em um dos alvos principais dessa crítica. Aí está a herança do modelo jornalístico opinativo que temos hoje, em que comentários, editoriais, crônicas, artigos, ensaios e charges são utilizados como meios de expressão de julgamentos e críticas aos mais diversos segmentos sociais e seus personagens-paradigmas, sobretudo aqueles ligados à esfera da política e da economia, como veremos posteriormente.

O discurso crítico na imprensa contribui para a criação de um espaço específico de aparência social, a partir das convergências e antinomias peculiares às diversas modalidades de críticas e juízos (comentário, editorial, artigo, ensaio, coluna, resenha), visto que cada uma constitui um campo de disputas particular, com sua natureza própria, seus interesses, suas estratégias discursivas. Assim, pode-se afirmar que cada uma dessas modalidades de exercício crítico no jornalismo contribui para a formação de microesferas públicas. Nestas a disputa de poder e publicidade discursiva ocorre de forma estritamente localizada, dependendo, na maioria dos casos, do prestígio do próprio veículo ou do crítico em si, já que este, na maioria das vezes, é um jornalista experiente, com respaldo do público, de seus pares e do próprio veículo em que atua, como no caso dos colunistas e comentaristas, que imprimem sua marca personalizada no espaço crítico que leva sua assinatura.

Aludir a espaço público, no contexto atual, significa dizer que o mesmo não é mais fisicamente determinado, como no caso da Grécia antiga, mas um *locus* social, simbolicamente e socialmente condicionado pelas relações de poder que participam da constituição desse espaço social de conotação pública. Conceitualmente, entendemos esfera pública como “[...] um tipo particular de relacionamento espacial entre duas ou mais pessoas, geralmente conectadas por certos meios de comunicação [...], nos quais controvérsias não violentas vêm à tona, por um breve ou mais extenso período de tempo” (Keane, 1995, p. 14). Essas controvérsias a que se

refere o autor supracitado, dizem respeito às relações de poder, em seu sentido amplo, incluindo variados níveis, “[...] desde o da interação, até o das estruturas sociais e políticas” (Signates, 1997, p. 20).

A respeito da relação entre esfera pública e poder, Arendt (1983) ressalta o fato de que o poder, tal qual o espaço público, não tem existência determinada em um lugar específico do universo social. Mas, para existir socialmente, necessita de um espaço de aparência, o qual passa a existir sempre que há interação humana, social, cultural e econômica, cujo elemento central é o discurso, sobretudo aquele veiculado pela mídia.

Entendida por Habermas (1984) como a institucionalização de um permanente canal de troca de informações no seio da esfera pública, a imprensa é capaz de promover um debate amplo e sistemático. Ribeiro (1988) também reconhece a imprensa como agente importante na esfera pública, mas destaca que o seu caráter privado condiciona tanto seu funcionamento como sua estrutura. Mesmo fazendo parte do cenário público, não é possível buscar uma verdade universal no discurso jornalístico. A riqueza e a essência desse discurso estaria no caráter privado de seu conteúdo. Ele adquire caráter público apenas quando o jornal chega até os leitores. Trata-se, portanto, de um discurso privado que se torna público. A imprensa teria, pois, apenas uma função instrumental na esfera pública, ou seja, exerceria o papel de mediadora do interesse privado, proporcionando-lhe publicidade.

Entendemos, contudo, que a publicização do discurso jornalístico nos conduz a outras questões cruciais, a começar pela sua pretensa especificidade e sua inter-relação com as demais narrativas sociais. Neste sentido, consideramos pertinente as considerações de Berger (1995), quando afirma que o discurso jornalístico é, simultaneamente, revelador e plasmador da sociedade, em sua dimensão de atualidade cotidiana, consistindo, portanto, em textualizar a realidade. Assim, o jornal poderia ser considerado um sujeito social

complexo, agente de um processo social de significação. Seu poder estaria não só na capacidade de descrever/revelar, mas, principalmente, de constituir, de plasmar uma realidade social de segunda natureza. Esta seria a essência da especificidade do discurso jornalístico.

Mas não podemos subestimar o fato de que a produção de críticas jornalísticas inscreve-se no contexto maior da produção e reprodução social. A matéria-prima do jornalismo encontra-se nos mais diferentes campos da sociedade. Para tornar-se objeto de crítica, geralmente, antes é preciso a produção informativa, ou seja, o acontecimento (ou obra criticada) é levado para o interior de uma rede produtiva complexa e específica; ao fim deste processo, é que o discurso crítico é devolvidos à esfera pública, adquirindo visibilidade, tornando-se patrimônio simbólico coletivo, mediante o efeito amplificador, característico dos meios de comunicação de grande alcance de público. É esse efeito que faz com que os temas aos quais a imprensa dedica maior atenção crítica e reflexiva adquiram maior repercussão na sociedade, sendo incluídos com maior ênfase na esfera do debate público.

No entanto, Coelho enfatiza que o risco maior é destacar temas e/ou aspectos que, supostamente, são abordados e criticados como sendo “de interesse público”, quando, na realidade, o que os críticos atendem são os interesses de mercado: “não se fala mais no que é bom para a sociedade, só se fala do que é bom para o mercado; não há mais cidadãos, classes ou países, só o Mercado, com M maiúsculo”. Outro risco, prossegue o autor, é que a valoração ou o julgamento estão cada vez mais inseridos em campos normativos.

Gabriel Prioli situa algumas questões específicas sobre a crítica na imprensa, partindo da premissa de que a produção de críticas pelo jornalismo compreende múltiplas facetas, tanto do ponto de vista da filosofia editorial de cada veículo, como do próprio exercício da crítica. E complementa apresentando algumas questões extremamente relevantes para a discussão a que nos propomos: (1)

Qual a natureza desse tipo de crítica?; (2) O que tem em comum com a crítica acadêmica, produzida no ambiente universitário, e o que tem de singular sobre ela?; (3) Qual é a função e a finalidade da crítica jornalística?; (4) A quem se destina essa crítica prioritariamente?; (5) Com quem o crítico deseja de fato dialogar?

São questões que fogem a quaisquer respostas fechadas. Como enfatiza o autor mencionado, é preciso, antes, observar as condições em que o jornalismo opera e seu funcionamento institucional e mercadológico. É necessário considerar ainda as condições estruturais e conjunturais. Sob o primeiro ponto de vista, é mister compreender que o jornalismo lida sempre com a pressa e a escassez de tempo, o que impede produção de reflexões amadurecidas e bem elaboradas. Quem escreve as críticas “[...] é obrigado a fazê-lo de imediato, no espoucar dos acontecimentos, ainda que ao preço dos piores erros de análise e julgamento” (Prioli, 2000, p. 81). Além disso, prossegue o autor, “o jornalismo tem também a dupla missão de cobrir o que sucede em todos os ramos do conhecimento humano e de comunicar-se universalmente, sendo compreendido por todas as pessoas”. Isso constitui um desafio tanto à sua capacidade de enfrentar com precisão a multiplicidade de assuntos, como à sua habilidade em comunicar todos esses fatos de forma acessível a um público indiferenciado. Além disso,

[...] o jornalismo tem necessidade de ‘vender’, de apresentar resultados comerciais na venda avulsa de publicações, na venda de assinaturas, na conquista de índices de audiência na mídia eletrônica – o que influencia fortemente os conteúdos tratados por ele e podem levar ao espetaculoso, ao sensacional, ao apelativo (Prioli, 2000, p. 81).

Sob o ângulo conjuntural, as crises econômicas, no caso do Brasil, afetam diretamente o exercício da crítica, a qual cede lugar para notícias sobre a própria crise. Sem contar que o espaço prioritário

passa a ser sempre aquele destinado à publicidade. E quase sempre, nessas condições, “sobram” as críticas e reflexões. No máximo, o que os veículos oferecem são comentários breves, pontuais e voltados especificamente para o contexto imediato das situações de crise.

5 AS ESPECIFICIDADES DA CHARGE COMO FORMA DE CRÍTICA

A charge, além de ser considerada elemento integrante do jornalismo opinativo (Melo, 1994; Nery, 1995; 1997), é também um elemento lúdico e de crítica que tem a capacidade de atrair o público leitor e transmitir idéias, julgamentos, opiniões, críticas, sátiras e ironias acerca de temas e personalidades que estão em destaque na própria agenda da mídia. É o que Mauro Wolf (1995), denomina de *tematização*, ou seja, o efeito inerente à *agenda-setting* que consiste em destacar um tema que já foi objeto da seleção temática da agenda dos meios de comunicação, a fim de conferir ao mesmo maior relevo e, assim, “[...] salientar sua centralidade e o seu significado em relação ao fluxo da informação não-tematizada (p.146)”. Essa tematização está relacionada ainda com os elementos que o autor denomina de *critérios de noticiabilidade* e *valores-notícia*, no âmbito do processo denominado *newsmaking*.

O jornalismo opinativo, como instância de produção de discursos críticos e reflexivos, insere-se, portanto, no âmbito desse efeito de tematização, uma vez que os assuntos e personagens escolhidos para serem objetos de comentários, crônicas, editoriais, artigos, ensaios, caricaturas e charges são, quase sempre, retirados dessa agenda construída com base nos *critérios de noticiabilidade* e nos *valores-notícia*. Esses, pode-se afirmar, produzem outra ordem opinativa e crítica na qual se inserem elementos que certamente podemos denominar de *critérios de criticidade* e *valores-crítica* ou *valores-humor*, dependendo do enfoque, do elemento, do tom e enfoque da crítica ou sátira presente no texto, caricatura ou charge.

No caso específico da charge, chama atenção a observação de Nery (1997, p. 48), ao identificar esse elemento jornalístico como “o último registro manual da imagem na imprensa”, tornando-o um “resquício de um mundo ainda não totalmente dominado pela técnica”.

A charge apresenta-se ainda como portadora de um atributo que ameniza o tom da crítica, por causa da presença do elemento humor. Isso faz com que as críticas emitidas por um chargista sejam mais facilmente aceitáveis, como explica Nery (1997, p. 53):

[...] muitas vezes a charge traz uma crítica contundente e isto não incomoda, porém o mesmo tema focado em outra parte do jornal certamente não tem a mesma complacência. Em suma, em geral, mesmo quando mostra aspectos que o focado desejaria manter secretos, a charge não causa reações de contrariedade

A explicação para tal complacência é que a presença do humor permite à charge, mesmo sendo excessivamente crítica, afastar-se da “leitura oficial” e formal dos fatos, como no caso de um comentário, editorial ou nota de coluna opinativa. A tendência à personalização certamente é outro fato que contribui para amenizar o tom crítico da charge, uma vez que, focalizando em alguém, a crítica apresenta-se como algo que se afasta de um contexto mais amplo, de um processo, de um sistema ou de uma rede de outros fatores. Como esse mecanismo, inevitavelmente implica simplificação (e a charge não tem como operar fora do esquema da simplificação), sua mensagem é recebida com maior tolerância e complacência, uma vez que as relações de poder que permeiam a política, a economia e os demais campos sociais não aparecem explicitamente na crítica do chargista que, necessariamente, tem que optar por um elemento e nunca pelo todo. O máximo que a charge permite é uma crítica de natureza metonímica ou alegórica, o que não descarta sua eficiência do ponto de vista da crítica em si, mas que suaviza seu teor tanto do posto de

vista dos envolvidos na mensagem iconográfica e, em alguns casos, dos receptores, que tendem a identificar a expressão do chargista mais como humor do que como crítica no sentido estrito do termo. Mas essas ponderações não diminuem o mérito da charge como texto potencialmente crítico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por sua alta frequência nos jornais e revistas, as charges, muitas vezes, parecem ser simples ilustrações que servem para tirar o riso do leitor depois de páginas inteiras de textos. No entanto, essa é uma impressão equivocada. Elas são “falas” e críticas sobre a realidade do contexto histórico-social que envolve uma determinada sociedade. Além disso, são produtos históricos, pois têm relações com as pautas de jornais e revistas e abordam os assuntos mais relevantes da época. A sua publicidade retrata imagens que nos permitem encontrar a permanência de estereótipos que constituem uma história ao longo do tempo.

O estudo desse recurso gráfico aponta um dos caminhos para se observar a forma como a realidade é interpretada pela sociedade, propiciando um retrato, mesmo que não completo e detalhado, de uma determinada época. Vimos que a ironia, junto com a sátira, é a sua principal característica, pois carregado de ambigüidades acaba se tornando a essência do desenho. Também pôde-se perceber que sua ligação com o humor não é condição para sua existência. Portanto, considera-se que não pode ser classificado unicamente como manifestações humorísticas, que servem apenas para entreter. Por fazerem críticas à sociedade, ao modo de vida de pessoas, a assuntos políticos e econômicos, e por figurarem, em muitos meios impressos ao lado do editorial, pode-se atribuir às charges o papel de emissoras de opinião e de reflexão.

A efemeridade desse recurso gráfico também é um fator

importante, pois, se ele não for publicado logo, assume o mesmo papel de uma mensagem envelhecida. Além disso, para ser compreendido, é necessário que haja uma interação discursiva entre o chargista, o leitor e o noticiário diário, porque, do contrário, ele pode confundir o leitor que não acompanha o desenrolar da notícia.

Constatou-se que, por a charge utilizar o recurso da linguagem não-verbal (cores, formas, gestos, expressões, etc.), ela consegue chamar mais atenção do público leitor e transmitir a sua mensagem, seja ela para descontrair ou criticar. A ela cumpre ainda funções sociais, quando coloca minorias em evidência e cobra situações mais justas, ao registrar fatos e ao desenrolar as experiências das sociedades, seja no campo político, econômico ou social.

Enfim, o estudo aqui apresentado limita-se a mostrar algumas possibilidades de leituras e interpretações desse objeto discursivo tão eloqüente, sobretudo, no contexto da revista *Bundas*. No entanto, resta salientar que a pesquisa não esgota o assunto, nem apresenta uma análise que tenha a pretensão de ser a única possível. Até mesmo porque se utiliza da AD, um método de interpretação que permite amplo uso da subjetividade de quem faz a análise. Por termos apresentado considerações de teor claramente subjetivo, certamente cometemos o risco de incorrer em julgamentos equivocados, com suas conseqüentes lacunas e imperfeições. Afinal, como pressupõe a própria AD, toda interpretação é parcial, incompleta, imperfeita e passível de outras interpretações e críticas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Maria Margarida de; HENRIQUES, Antonio. **Língua Portuguesa**: noções básicas para cursos superiores. São Paulo: Atlas, 1996.

SIGNOS, ano 23, p. 43-66, 2002

ARENDDT, Hannah; LAFER, Celso. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1983.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1997.

BARRETO, Benedito Bastos. **Caricatura dos tempos**. São Paulo: Círculo do Livro S.A., 1982.

BERGER, Christa. **Em torno do discurso jornalístico**. Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. 1995. 10f. Mimeografado.

BITTI, Pio Ricci; ZANI, Bruna. **A comunicação como processo social**. Portugal: Estampa, 1997.

BORNHEIM, Gerd. As dimensões da crítica. In: MARTINS, Maria Helena (Org.). **Rumos da crítica**. São Paulo: SENAC, 2000, p. 33-46.

CALABRESE, Omar. **A linguagem da arte**. Milão: Fabbri, 1985.

CALAZANS, Flávio Mário de Alcântara. **As histórias em quadrinhos no Brasil: Teoria e Prática**. São Paulo: UNESP, 1997 (Coleção gt's intercom).

CAPELATO, Maria Helena Rolim. **Imprensa e a história do Brasil**. São Paulo: Contexto, 1994.

COELHO, Marcelo. Jornalismo e crítica. In: MARTINS, Maria Helena (Org.). **Rumos da crítica**. São Paulo: SENAC, 2000, p. 83-94.

COLUMBA, Ramón. **Que es la caricatura**. Buenos Aires: Columba, 1959.

DAMACENO, Athos. **Imprensa caricatura do Rio Grande do Sul no século XIX**. Porto Alegre: Globo, 1962.

DONDIS, Donis. **A sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

ECO, Humberto. **O mito do super-man: Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1993.

EISNER, Will. **Quadrinhos e a arte seqüencial**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

ERTHAL, Júlio. **Fatores de Risco**: coletânea de charges e caricaturas. Rio de Janeiro: Ediouro, 1998.

GAI, E. P. **A estética irônica de Eça de Queiroz**. URL <http://www.fohouse.com.br/usuarios/zhilton/Satira.html>. Arquivo capturado em 2 de junho de 2001.

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

FREUD, S. **Os chistes e sua relação com o inconsciente**. Rio de Janeiro: Imago, 1905.

GARCIA, Othon M. **Comunicação em prosa moderna**. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1988.

GHILARDI, Maria Inês. O humor na charge jornalística. **Comunicarte**, Campinas, v.12, n. 20, 1996.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

SIGNOS, ano 23, p. 43-66, 2002

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural na esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

KEANE, John. Transformações estruturais da esfera pública. **Comunicação & Política**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 6-28, maio/ago. 1995.

KOOGAN, Abrahão; HOUAISS, Antônio. **Enciclopédia e Dicionário Ilustrado**. Rio de Janeiro: Delta, 1997.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1993.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise de discurso**. Rio de Janeiro, 1989.

MELO, José Marques. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2. ed. São Paulo: Petrópolis, 1994.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no século XX: o espírito do tempo**. São Paulo: Forense, 1969.

MOUILLAND, Maurice. **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.

NERY, João Elias. Humor gráfico brasileiro nas décadas de 70 e 80. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 20, p. 48-60.

_____. A charge como gênero opinativo na imprensa brasileira. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 28, p. 45-60, 1995.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. São Paulo: UNICAMP, 1998.

OSTROWER, Fayga. **Acasos e criação artística**. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

POSSENTI, Sírio. **Os humores da língua**. Campinas: Mercado de letras, 1998.

PRIOLI, Gabriel. Prolegômenos inescapáveis de uma certa crítica. In: MARTINS, Maria Helena (Org.). **Rumos da crítica**. São Paulo: SENAC, 2000. p. 81-82.

RABAÇA Carlos; BARBOSA Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1989.

RECTOR, Mônica; TRINTA Aluizio R. **Comunicação não-verbal: a gestualidade brasileira**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

Revista **Bundas**. Rio de Janeiro: ano 1, n. 16, 1999.

RIBEIRO, Lavina Madeira. **Contribuições ao estudo institucional da comunicação**. Teresina: EdUFPI, 1996. A institucionalização da crítica na imprensa, p.39-50.

_____. **Imprensa e esfera pública burguesa**. 1988. 252f. Dissertação de Mestrado - Universidade de Brasília, Brasília.

RIBEIRO, Renato Janine. A crítica inventando o novo. In: MARTINS, Maria Helena (Org.). **Rumos da crítica**. São Paulo: SENAC, 2000. p. 29-32.

SIGNATES, Luiz. As políticas públicas não-estatais e a comunicação de massa. **Comunicação Espaço Público**. Brasília, v. 1, n. 2, p. 7-21, 1997.

SIGNOS, ano 23, p. 43-66, 2002

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

TEIXEIRA, Tattiana. A comédia do traço: Um esboço para a compreensão das charges políticas da contemporaneidade. *In*: RUBIM, Antônio Albino C.; BENTZ, Ione Mara G.; PINTO, Milton José (Org.). **Produção e Recepção dos sentidos midiáticos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAVAGLIA, L. C. **Uma introdução ao estudo do humor pela lingüística**. São Paulo: Delta, 1990.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 2. ed. Portugal: Nova Fronteira, 1995.

Abstract: This essay focuses on the journalistic charge as a humoristic speech that makes use mainly of non-verbal elements of the language. Besides passing the information in a fast and brief way with creativity and sense of humor, this graphic resource reveals a critical reading of the contemporary world. The article also runs through the censure in the media, starting from the supposition that the production of criticism by the journalism has multiple sides, from the point of view of the editor philosophy of the means of communication, as well as from the work of the censure. It also discusses the nature of this kind of criticism, its function and purpose. Considering the conditions in which the journalism works and its functional and mercadological performance as well as its structural and conjunctural conditions.

Key words: Opinionative journalism; charge; satire; irony.