

Charge: uma prática discursiva e ideológica



Prof. Dr. Rozinaldo Antonio Miani
Universidade Estadual de Londrina

RESUMO: Neste trabalho apresentamos uma reflexão sobre a charge, entendida como uma modalidade das linguagens iconográficas, de natureza dissertativa e intertextual, e que se caracteriza como uma prática discursiva e ideológica. Procuramos identificar os principais elementos políticos, estéticos e de linguagem que compõem o universo de definição da charge, reconhecendo a sua historicidade e determinando a sua condição de signo ideológico. Acreditamos que a charge é portadora de uma discursividade de natureza persuasiva, portanto reveladora e defensora de ideias, e também uma expressão ideológica, enquanto estratégia comunicativa nos mais diversos contextos sociopolíticos.

PALAVRAS - CHAVE: Charge; Ideologia; Discurso persuasivo; Intertextualidade.

ABSTRACT: This paper presents a reflection on the charge, understood as a kind of iconographic languages, whether lecture and intertextual, and which is characterized as an ideological and discursive practice. We seek to identify the key policy elements, aesthetic, and language that make up the universe definition of charge, acknowledging its historical and determining its condition ideological sign. We believe that the charge carries a persuasive nature of discursivity, so revealing and advocate ideas, and also an ideological expression, while communicative strategy in various socio-political contexts

KEY WORDS: Charge; Ideology; Persuasive speech; Intertextuality.

Introdução

Este artigo é uma primeira tentativa de sistematização conceitual sobre a charge, objeto de pesquisa privilegiado durante todo o processo de produção acadêmica individual (mestrado e doutorado), e que ora se propõe ao conhecimento, à submissão e à apreciação crítica de outros pesquisadores no assunto.

Um breve resgate da historicidade da charge, seguido por uma detalhada caracterização dos seus elementos constitutivos, tanto de ordem política quanto estética, são

etapas importantes para atingir o objetivo central de nossa reflexão que é demarcar e analisar a condição ideológica e persuasiva da charge enquanto estratégia comunicativa nos mais diversos contextos sociopolíticos.

A historicidade da charge

Ao realizarmos um breve histórico da caricatura no Brasil a partir do século XIX¹, verificamos que as características próprias da linguagem caricatural daquela época, na verdade, compõem o universo conceitual do que hoje assumimos

¹ A primeira caricatura publicada no Brasil foi de autoria de Manuel de Araújo Porto-Alegre, em setembro de 1837, durante o período regencial. Uma síntese sobre a história da caricatura no Brasil, em homenagem aos seus 170 anos, pode ser encontrada num especial do jornal da ABI (nº 322) de outubro de 2007.

como charge. Ana Maria de Moraes Belluzzo, tomando o termo “caricatura” para se referir à produção do humor gráfico na segunda metade do século XIX, assim argumenta:

Efetivamente, a caricatura veio preencher o espaço da comunicação doméstica. Em sua primeira fase (1844-1895) revelou um caráter combativo, e nos melhores casos, uma intensa participação na vida social e política do Segundo Reinado. Marcou uma nova posição do artista face à sociedade (BELLUZZO, 1992, p.210).

Antes mesmo do aparecimento do Diabo Coxo, em 1865, o primeiro jornal de caricaturas de São Paulo, produzido por Ângelo Agostini, a história da caricatura no Brasil já estava associada ao combate e à crítica dos costumes e da política. Era um termo genérico aplicado a todos os desenhos humorísticos, desde que desencadeasse o riso, a crítica escarnejadora e a sátira contundente. Segundo Antonio Luiz Cagnin:

As armas dessa caricatura era, não raro, a sátira ferina, escancarada no riso destruidor e dos ataques pessoais. Amenizou-se pelo fim do século. Tornou a crescer no começo deste, com a Primeira República, para depois ser calada pela ditadura, primeiro de Vargas, depois da gloriosa de 1º de abril. Mas ela não se calou de todo. Disfarçou as farpas, sob um sorriso fino, inteligente, mas ferindo da mesma forma que o riso escrachado (CAGNIN, s/d).

Talvez em razão da “instabilidade” histórica da produção desse recurso iconográfico identificado no termo “caricatura” no Brasil, conforme descrito por Cagnin,

associada ao fato de terem surgido outros termos que reivindicavam a identificação deste tipo de expressão artística (como “charge” e “cartum”), vimos ocorrer uma generalização do significado de caricatura como “retrato” sugerido pela semelhança entre a palavra “caricatura” e “cara”. No entanto, conforme Cagnin, há que se advertir que:

[...] só nos países de fala portuguesa é possível supor que a palavra ‘caricatura’ seja derivada de ‘cara’, e, em conseqüência, que caricatura não seja outra coisa senão um retrato, uma representação humorística da cara, em que se ressaltam os traços característicos, sobretudo os defeitos faciais, para provocar o riso, quando não ferir com a sátira mordaz e o deboche. [...] Certamente a cara, o rosto, presente em quase todos os desenhos de humor, por ser a figura humana extremamente familiar, consolidaram este conceito equivocado, hoje tão radicado entre nós, de supor que a palavra ‘cara’ tenha dado origem à palavra ‘caricatura’ (CAGNIN, s/d).

No sentido de desfazer essa associação grosseira, lembramos que a palavra “caricatura” não vem de cara e sim de “*caricare*” que, em italiano, quer dizer a ação material de “carregar”, pôr, ou impor um grande peso sobre alguma coisa, pessoa, ou animal; significa também exagerar, aumentar de coisas e atos além da medida. Por esta interpretação, a caricatura seria então aquela imagem em que se “carregam” os traços mais evidentes e destacados de um fato ou pessoa, principalmente os seus defeitos, com a finalidade de levar ao riso. Eis nossa constatação, por ocasião de dissertação de mestrado:

A partir desta rápida análise, chegamos à conclusão de que a charge, da forma como está apresentada neste trabalho, e como acreditamos deva ser entendida, enquanto uma representação humorística, caricatural e de caráter político, satirizando um fato específico, é “herdeira da caricatura”; mudou de nome, mas continua a mesma em significado e função (MIANI, 2000, p.61).

Portanto, herdeira da caricatura, termo este que passou a fazer referência quase que exclusivamente aos retratos caricatos, a palavra charge foi “conquistando o direito” de significar o desenho humorístico de natureza política, predominantemente vinculado à produção comunicativa impressa, com o objetivo de ilustrar e/ou apresentar uma opinião a respeito de determinado acontecimento histórico. Vejamos, então, algumas das suas principais características.

Considerações sobre a charge

Antes de tudo, faz-se necessário registrar que a charge se constitui como uma modalidade das chamadas linguagens iconográficas; neste contexto também se inserem a caricatura (retrato caricato); o cartum e as histórias em quadrinhos, pois tais meios de expressão se definem por tipos de arte de representação constituídos através da imagem produzida pelo traço humano (MIANI, 2000, p.42).

Sem pretender estabelecer um consenso ou uma elaboração definitiva para o conceito de charge, consideramos basicamente as contribuições de dois autores para apresentar uma definição de charge. Para Antonio Luiz Cagnin, charge “é

o desenho que se refere a fatos acontecidos em que agem pessoas reais, em geral conhecidas, com o propósito de denunciar, criticar e satirizar” (CAGNIN, s/d). Observa ainda este autor que a charge é utilizada na sátira política como instrumento de crítica e arma retórica de combate, bem como na defesa e divulgação de ideologias, princípios e programas políticos. E, para Edson Carlos Romualdo, a charge é compreendida como “o texto visual humorístico que critica uma personagem, fato ou acontecimento político específico. Por focalizar uma realidade específica, ela se prende mais ao momento, tendo, portanto, uma limitação temporal” (ROMUALDO, 2000, p.21).

A partir desses elementos, podemos afirmar que a charge é uma representação humorística de caráter eminentemente político que satiriza um fato ou indivíduo específicos; ela é a revelação e defesa de uma ideia, portanto, de natureza dissertativa, traduzida a partir dos recursos e da técnica da ilustração. Outro elemento importante a destacar é a efemeridade da charge, que geralmente é esquecida quando o acontecimento a que se refere se apaga de nossa memória individual ou social (porém, ela permanece viva enquanto memória histórica).

Na sua apresentação física, a charge aparece, invariavelmente, em um único quadro e apenas raramente o artista vai recorrer da divisão do espaço em duas ou mais imagens para expressar a sua ideia. Ao contrário da charge, os quadrinhos vão realizar a sua narrativa através da sequência de vários quadros (e espaços entre eles), constituindo-se numa história, por isso, história em quadrinhos. No entanto, é necessário ponderar que a presença de vários quadros representa um elemento distintivo, estrutural, das

histórias em quadrinhos; serve apenas como indicativo, uma vez que, já afirmamos, a charge pode se apresentar em mais de um quadro.

Com relação à função social atribuída à charge, concordamos com Aucione Torres Agostinho que a “charge se constitui realidade inquestionável no universo da comunicação, dentro do qual não pretende apenas distrair, mas, ao contrário, alertar, denunciar, coibir e levar à reflexão” (AGOSTINHO, 1993, p.229).

Corroboramos, ainda, com Luciana Coutinho de Souza quando a pesquisadora afirma que “a charge, como toda configuração visual, expressa e transmite ideias, sentimentos e informação a respeito de si própria, de seu tempo ou a respeito de outros lugares e outros tempos” (SOUZA, 1986, p.46).

Acrescentamos a essa elaboração outra qualidade da charge que é a de se constituir como instrumento de persuasão, intervindo no processo de definições políticas e ideológicas do receptor, através da sedução pelo humor ², e criando um sentimento de adesão que pode culminar com um processo de mobilização.

Por este caminho, chegamos ao que se define como a finalidade da charge. Esta forma de expressão é, antes de tudo, dissertativa. Nas palavras de Cagnin, cabe à charge,

[...] expor uma idéia, dissertar sobre um tema. Ainda que esteja ligada a um fato ou acontecimento e o represente de alguma forma, sua preocupação ou a do chargista, não é o acontecimento, mas o conceito que faz dele, ou mais comumente a crítica, a denúncia do fato, quando não procura aliciar o leitor para os seus arazoados,

princípios, programas ou ideologia (CAGNIN, s/d).

No entanto, não se devem ignorar as manifestações narrativas, próprias da história em quadrinhos (até porque, no limite, uma única imagem potencializa uma narração), e mesmo descritivas, atribuídas ao “novo conceito” de caricatura (ou mais corretamente ao retrato caricato), presentes nas charges.

Quanto aos elementos estéticos e de linguagem constitutivos da charge, como tradicionalmente é apresentada, em desenho, podemos citar a linha, o espaço, o plano, o ponto de enfoque, o volume, a luz e a sombra, o movimento, a narrativa, o balão, a onomatopeia e o texto verbal, não aparecendo, necessariamente, todos estes elementos em todas as charges. Enfim, segundo Agostinho,

[...] os elementos que estruturam a charge podem ser materiais - que constituem a estrutura-objeto - ou pertencentes a outros níveis de elementos, tais como: sistema de referência ao qual a charge recorre, ou ainda, aos sistemas de reações psicológicas contidas no desenho. Estes níveis podem também se subdividir em tantos outros, como os níveis de ritmo, de sons, de enredo, de ideologia etc (AGOSTINHO, 1993, p.227).

Neste sentido, a charge pode conter a caricatura (melhor dizendo, retrato caricato) como um de seus elementos materializados. Ainda sobre a charge, Agostinho afirma que:

[...] dirige-se à ação do indivíduo dentro do social e, como consequência, necessita de vários elementos gráficos para se materializar, tais como: cenário,

²Também consideramos o humor como um elemento constitutivo da charge, porém não fazemos, neste trabalho, uma incursão reflexiva sobre esse elemento, que será objeto de reflexão e aprofundamento de um outro estudo.

espaço, perspectiva, movimento, onomatopéias e, às vezes, texto verbal para completar a ação ou para dar voz aos personagens. (AGOSTINHO, 1993, p.228).

Aqui, é preciso afirmar que a maioria das charges vem acompanhada de textos ou palavras, uma vez que o elemento linguístico se torna importante para explicitar a sua intencionalidade ou completar o sentido humorístico e político proposto pela ilustração.

Vale ressaltar, ainda, que a charge se popularizou em jornais e periódicos para estimular o consumo deste ou daquele impresso, mas foi ganhando espaço como material de opinião. E é aqui que a charge revela toda a sua potencialidade política e ideológica enquanto manifestação de linguagem. De natureza eminentemente política, como vimos, “a charge acaba sendo uma espécie de ‘editorial gráfico’ [...] e por vezes ela atingiu o status de grande meio de expressão” (MARINGONI, 1996, p.86), além de revelar aspectos concretos de uma determinada época histórica.

Essa afirmação ganha maior importância quando verificamos que, por inúmeras vezes, ela aparece isolada no contexto de uma determinada publicação, sem um texto verbal fazendo referência à mesma temática, rompendo com a (falsa) assertiva de que a imagem serve tão somente como elemento decorativo ou complementar ao texto linguístico; ou seja, a charge não se restringe a reproduzir, reeditando o texto verbal no código visual, nem tem como objetivo apenas ilustrar uma notícia, mas também interpretá-la.

A charge e sua intertextualidade

Apesar de reconhecermos a autonomia interpretativa da charge,

não é possível analisá-la de maneira absolutamente autônoma. Invariavelmente a charge participa de um contexto comunicativo maior que é o jornal, revista ou outro veículo impresso qualquer e sua significação se assenta em intersecções de sentido com a produção textual verbal, caracterizando-a como uma produção intertextual. As charges se integram, dão sentido e compõem os textos e essa unidade não deve ser quebrada. Romualdo vai além ao afirmar que o processo de construção da charge se baseia na remissão a um universo textual e na dinamicidade da relação com outras produções textuais, seja convergente ou divergente. O referido autor afirma:

Embora possua características específicas, não podemos pensar a charge como um texto isolado, sem relações com outros textos, que aparecem não só no próprio jornal, mas também fora dele. O jornal apresenta um conjunto de textos que podem se relacionar de maneiras diferentes uns com os outros. Se a charge contém a expressão de uma opinião sobre determinado acontecimento, este deve ser um fato importante, com muita probabilidade de aparecer em outros textos do jornal. Isso dá ao leitor a possibilidade de relacioná-los e, até mesmo, usar esses outros textos para auxiliar na interpretação da charge. Nos casos em que as relações intertextuais se dão com textos que não estão no jornal, cabe ao leitor fazer a recuperação desses intertextos, para inteirar-se mais profundamente da mensagem transmitida pelo texto chárstico (ROMUALDO, 2000, p.6).

Isso significa que uma situação comunicativa como a charge

mobiliza necessariamente o conhecimento de outros textos ou experiências vividas pelo leitor, mediando a apropriação do sentido da mensagem. Se esse leitor não conhece o fato, os personagens ou a situação retratada, ou ainda, se sente impulsionado a compreender melhor as informações acessórias exploradas no contexto chárstico, ele deverá buscar auxílio junto aos demais textos que, de alguma forma, dialogam com a charge; esse diálogo pode se dar, inclusive, de uma imagem a outra, publicadas em edições subsequentes. A charge se converte, portanto, em importante estímulo para a leitura do conteúdo noticioso do jornal, sejam os artigos “informativos” ou opinativos, como o editorial neste último caso. Para Romualdo, “a charge e os demais textos jornalísticos integram-se nesse contexto organizacional-ideológico, de modo que os textos jornalísticos constroem, em parte, o contexto necessário para a compreensão do texto chárstico” (ROMUALDO, 2000, p.71).

Mesmo quando a charge aparece independente de algum texto, compondo ela própria a informação, nem assim podemos considerá-la absolutamente autônoma em seu sentido; este se constitui da mesma forma, apesar da peculiaridade, numa relação de intertextualidade com o texto proveniente do contexto interno ou externo à edição em que é publicada. Denominamos tais charges de “charge editorial”, não por sua função, pois como já vimos anteriormente ela é reconhecida como uma espécie de “editorial gráfico”, mas apenas para efeito de classificação (MIANI, 2005, p.27).

Na sua natureza intertextual, a charge pode estabelecer, em relação aos demais textos, uma posição convergente ou divergente. Quando a imagem segue a mesma orientação de

sentido proposto por textos publicados no mesmo contexto discursivo em que é veiculado (o mesmo jornal ou revista, por exemplo), ela é qualificada como produto de relações intertextuais convergentes; porém, ao se posicionar contrariamente à orientação proposta pelos textos correspondentes, define-se como produto de relações intertextuais divergentes³.

Charge: ideologia e persuasão

A natureza de todo sistema de comunicação, de toda linguagem (e a charge é uma delas), é eminentemente ideológica. Quem desenvolve essa questão com grande propriedade é o pensador russo Mikhail Bakhtin. Para ele, todo signo é ideológico, caracterizado como uma realidade ideológica, que tem sua materialidade e que se constrói no ambiente social da comunicação, pela interação verbal. Afirma Bakhtin,

Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo; mas, ao contrário destes, ele também reflete e refrata uma outra realidade, que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo o que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia. [...]. A existência do signo nada mais é do que a materialização de uma comunicação. É nisso que consiste a natureza de todos os signos ideológicos (BAKHTIN, 1997, p.31/36).

Aqui o autor afirma que o signo reflete e refrata uma realidade. Ele reflete na medida em que se refere a uma realidade que lhe é exterior e

³Um aprofundamento sobre essa questão pode ser encontrado em

MIANI, Rozinaldo Antonio. *As transformações no mundo do trabalho na década de 1990: o olhar atento da charge na imprensa do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC paulista Assis: Unesp, 2005. Tese (Doutorado em História). Faculdade de Ciências e Letras de Assis, Universidade Estadual Paulista, Assis, 2005.*

refrata porque, dentro dos seus mais variados índices de valor possíveis, um se sobressai e outros se ocultam. Decorre dessa constatação que um mesmo signo tem significados diferentes de acordo com a situação histórico/social do sujeito e que todo e qualquer discurso se constitui como diálogo entre vários enunciados, estes construídos socialmente.

Neste momento, entramos em contato com uma das ideias fundamentais do pensamento de Bakhtin, que é a “dialogia” (e, por conseguinte, polifonia). Para este autor, qualquer enunciação produzida por seres humanos só pode ser compreendida se entendermos sua relação com outras enunciações. Bakhtin afirma que toda enunciação é um diálogo, que faz parte de um processo ininterrupto da comunicação humana. Um enunciado jamais pode ser entendido como fato isolado, pois ele pressupõe uma conexão com todos aqueles que o antecederam e com aqueles que o sucederão; um enunciado configura-se como o elo de uma cadeia e só é possível a sua compreensão dentro desta cadeia.

Bakhtin não se limita a considerar dialogia como diálogo estático entre indivíduos; em geral, ele se refere às muitas formas como duas ou mais vozes se inter-relacionam, considerando que as relações dialógicas são muito mais amplas, heterogêneas e complexas do que a mera redução ao instante da interlocução. Dois enunciados, aparentemente diferentes, emitidos em tempo e espaço diferenciados, quando confrontados em relação ao seu sentido, podem revelar uma relação dialógica. E, mais do que isso, os mesmos pressupostos ideológicos.

E aqui, para dar continuidade à nossa reflexão, há necessidade de tecermos algumas considerações

acerca do conceito de ideologia e de sua materialização no processo de comunicação.

Nosso ponto de partida para esta questão é o conceito marxista de ideologia. Para explicar a formação das ideologias, Karl Marx e Friedrich Engels vão mostrar como se desenvolveu o processo da divisão social do trabalho e como a consciência estará indissolúvelmente ligada às condições materiais de existência; as ideias, por sua vez, vão nascer dessa atividade material, mas isso não significa que os homens vão representar nessas ideias essa mesma realidade; o que vai estar representado, na verdade, é o modo como essa realidade lhes aparece na experiência imediata.

Para sistematizar esse pensamento, Marilena Chauí vai dizer que por ideologia devemos entender [...] o sistema ordenado de idéias ou representações e das normas e regras como algo separado e independente das condições materiais, visto que seus produtores - os teóricos, os ideólogos, os intelectuais - não estão diretamente vinculados à produção material das condições de existência. E, sem perceber, exprimem essa desvinculação ou separação através de suas idéias. Ou seja, as idéias aparecem como produzidas somente pelo pensamento, porque os seus pensadores estão distanciados da produção material (CHAUÍ, 1985, p.65).

A ideologia resulta de uma prática social, portanto não é subjetiva, no sentido de oposição a objetiva. Ela nasce da atividade social dos homens no momento em que estes procuram representar essa atividade para si mesmos. Na concepção marxista, a ideologia se apresenta de forma

invertida, se considerarmos que cada classe social deveria representar o seu próprio modo de existência de acordo com as experiências vividas no interior das relações sociais de produção; ou seja, as idéias que deveriam estar nos sujeitos sociais e em suas relações sociais determinadas pela realidade do processo histórico, são tomadas como determinantes dessa mesma realidade. Marx já desvendara que a classe dominante de uma época, portanto historicamente definida, faz de suas idéias as idéias de toda a sociedade. A ideologia, neste sentido, passa a ser o processo pelo qual as idéias da classe dominante tornam-se as idéias de toda a sociedade, de todas as classes sociais, enfim, se tornam as idéias dominantes. Nas palavras de Marx e Engels:

As idéias da classe dominante são, em todas as épocas, as idéias dominantes, ou seja, a classe que é o poder material dominante da sociedade é, ao mesmo tempo, o seu poder espiritual dominante. A classe que tem à sua disposição os meios de produção material dispõe assim, ao mesmo tempo, dos meios de produção espiritual pelo que lhe estão assim, ao mesmo tempo, submetidas em média as idéias daqueles a quem faltam os meios para a produção espiritual. As idéias dominantes não são mais do que a expressão ideal das relações materiais dominantes concebidas como idéias; portanto, das relações que precisamente tornam dominantes uma classe, portanto as idéias do seu domínio. Os indivíduos que constituem a classe dominante também têm, entre outras coisas, consciência, e daí que pensem; na medida, portanto, em que dominam como classe e determinam todo o conteúdo de uma época histórica,

é evidente que o fazem em toda a sua extensão, e portanto, entre outras coisas, dominam também como pensadores, como produtores de idéias, regulam a produção e a distribuição de idéias do seu tempo; que, portanto, as suas idéias são as idéias dominantes da época” (MARX; ENGELS, 1984, p.56).

Na tradição marxista, quem retomou essa questão com muita propriedade foi Antonio Gramsci. Para o pensador italiano, a ideologia é concebida como “uma concepção de mundo que se manifesta implicitamente na arte, no direito, nas atividades econômicas e em todas as manifestações da vida intelectual e coletiva” (GRAMSCI, 1984, p.16). Isso significa afirmar que, para Gramsci, a ideologia estaria presente em todas as atividades humanas e não apenas no campo da produção de idéias, e essa presença se materializa através dos aparelhos privados de hegemonia. A esse respeito, Augusto César Buonicore afirma:

Gramsci procura então compreender os meios pelos quais a ideologia das classes dominantes penetra e ajuda, em certo sentido, a coesionar as classes subalternas sob sua direção, impedindo assim a ruptura violenta do status quo de dominação, mantendo coeso o edifício social (BUONICORE, 2011, p.1).

No entanto, a reflexão de Gramsci sobre a ideologia, que tem como ponto de partida o pensamento de Marx e Engels, está submetida às condições de hegemonia verificadas numa determinada sociedade, pois, segundo o autor, quando há crise de hegemonia, a imposição das idéias das

classes dominantes sobre toda a sociedade não se caracteriza como absoluta.

Ainda a respeito da ideologia, Gramsci afirma que é necessário distinguir entre ideologias historicamente orgânicas e ideologias arbitrárias e que “somente as ‘ideologias orgânicas’ vinculadas a uma das classes fundamentais da sociedade capitalista - burguesia e proletariado - deveriam ser consideradas” (BUONICORE, 2011, p.1).

Enfim, reconhecemos que a ideologia, enquanto fenômeno social, é a expressão das ideias dominantes de uma determinada época histórica, num contexto de solidificação de uma hegemonia (na sociedade capitalista, da hegemonia burguesa), mas também a expressão das concepções políticas de cada uma das classes fundamentais da sociedade capitalista, num contexto de disputa pela hegemonia.

Neste sentido, retomando nossa questão, faz-se necessário analisar como um determinado discurso, através dos vários materiais semióticos (e, portanto, ideológicos) vai permear uma ação social que se apresenta como um discurso ideológico. Para Bakhtin, para quem a ideologia se materializa e se manifesta através da linguagem, esta se apresenta como um campo de batalha social, o local onde os embates políticos são travados tanto pública quanto intimamente; neste sentido, o material privilegiado da comunicação na vida cotidiana é a palavra.

A palavra proporciona a compreensão da própria consciência e atua de maneira decisiva na criação ideológica. A palavra está presente em todos os atos de compreensão e em todos os atos de interpretação, havendo uma relação dialética entre a linguagem e o pensamento, decorrendo daí manifestações

concretas no comportamento humano (práxis). Para Bakhtin,

O ser, refletido no signo, não apenas nele se reflete, mas também se refrata. O que é que determina esta refração do ser no signo ideológico? O confronto de interesses sociais nos limites de uma só e mesma comunidade semiótica, ou seja, a luta de classes. [...] Classes sociais diferentes servem-se de uma só e mesma língua. Conseqüentemente, em todo signo ideológico confrontam-se índices de valor contraditórios. O signo se torna a arena onde se desenvolve a luta de classes (BAKHTIN, 1997, p.46).

Verificamos, portanto, que através de um processo de comunicação, utilizando-se das várias formas de linguagem, e considerando a natureza ideológica dos signos - que constituem essas linguagens -, um determinado grupo que se situa como dominante, numa instituição, em relação ao seu conjunto, apresenta/impõe os pilares para a construção de uma formação ideológica para essa coletividade, através da sua prática discursiva. A charge, neste contexto e entendida como uma dessas práticas discursivas, ganha força como reveladora de ideias e expressão ideológica de uma determinada posição política que está no exercício do poder.

Feitas estas considerações, cabe-nos agora verificar o processo de materialização da charge num discurso ideológico e da conseqüente construção de um discurso persuasivo, pelas imagens. Admitimos por discurso persuasivo aquele discurso que

[...] se dota de signos marcados pela superposição. São signos que, colocados como expressões de ‘uma verdade’, querem fazer-se passar por sinônimos de ‘toda



Ilustração 1 - Em 1984, a sociedade clamava por democracia e o movimento "Diretas Já" explicitou os antagonismos políticos no Brasil. Fonte: Sindicato dos Químicos de São Paulo - Boletim Sindiluta, nº 253, abril de 1984. Autoria: Bira

a verdade'. Nessa medida, não é difícil depreender que o discurso persuasivo se dota de recursos retóricos objetivando o fim último de convencer ou alterar atitudes e comportamentos já estabelecidos. Isso nos leva a deduzir que o discurso persuasivo é sempre expressão de um discurso institucional. As instituições falam através dos signos fechados, monossêmicos, dos discursos de convencimento (CITELLI, 1994, p.32).

Para dar um exemplo, tomemos o caso de um sindicato de trabalhadores. Como uma instituição de caráter político/ideológico, representativo de interesses de classe, historicamente contextualizado, um sindicato vai utilizar determinados instrumentos para sua ação política. Neste sentido, a referida entidade fará uso da comunicação como importante aliado no processo de formação política de suas bases e, para tanto, fará de seu discurso um ato persuasivo. É preciso, com toda certeza, verificar os níveis de persuasão presentes nas produções comunicativas, de modo geral, e nas charges, de modo particular,

utilizadas no âmbito do movimento sindical, mas é possível generalizar que essa ação persuasiva é incontestável.

Num outro contexto político, como a imprensa burguesa, também podemos reconhecer a ocorrência do mesmo fenômeno da ação persuasiva através das charges, porém numa perspectiva ideológica antagonica, uma vez que os veículos dessa imprensa estão em consonância com os interesses históricos das classes dominantes, por mais que se reivindicuem imparciais.

Retomando algumas de nossas reflexões, já admitimos anteriormente que o estudo dos signos nos remete impreterivelmente ao estudo das ideologias e que esta, por sua vez, só existe pela mediação dos signos; já reconhecemos também que o signo só pode ser pensado socialmente, contextualmente, criando-se uma relação estreita entre a formação da consciência individual e o universo dos signos, ou seja, o signo forma a consciência que, por sua vez, se expressa ideologicamente; e já expressamos nossa posição de reconhecer a palavra como o material privilegiado da comunicação na vida cotidiana e fenômeno ideológico por excelência.

Considerando, ainda, que a consciência é um fato sócio-ideológico e tem como lógica a própria lógica da comunicação ideológica da interação semiótica de um determinado grupo social e que é pela consciência que nos constituímos como seres sociais e históricos, privá-la de seu conteúdo semiótico e ideológico é eliminar a própria consciência como um fato social.

Portanto, o signo (palavra, imagem, gesto significante - e aqui individualizamos a charge), constitui o único abrigo da consciência e reconhecemos como estreitas as relações entre a charge, ideologia e construção de uma prática discursiva, essencialmente persuasiva.

Considerações finais

Como anunciado, a proposta desse artigo foi apresentar uma primeira tentativa de sistematização conceitual sobre a charge e esperamos poder suscitar diálogos produtivos com outros pesquisadores da temática.

De nossa parte, afirmamos que o reconhecimento de sua natureza dissertativa e intertextual, portadora de ideologia e constituída enquanto prática persuasiva, faz da charge uma importante estratégia política no contexto discursivo das mais diversas instituições e organizações sociopolíticas.

Por fim, ressaltamos que neste trabalho, por uma questão das limitações de espaço, não aprofundamos um elemento de extrema importância para a compreensão da charge, qual seja, o humor, que será objeto de análises posteriores.

Referências

AGOSTINHO, Aucione Torres. **A charge**. São Paulo: ECA/USP, 1993.

Tese (Doutorado em Comunicação). ECA-USP, São Paulo, 1993.

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

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 8.ed., São Paulo: Hucitec, 1997.

BELLUZZO, Ana Maria de Moraes. **Voltolino e as raízes do modernismo**. São Paulo: Marco Zero, 1992.

BUONICORE, Augusto César. **Ideologia e intelectuais na obra de Antonio Gramsci**. 2001. Disponível em < http://grabois.org.br/portal/revista.int.php?id_sessao=9&id_publicacao=422&id_indice=2358 > Acesso em: 18 set. 2011.

CAGNIN, Antonio Luiz. **Os quadrinhos**. São Paulo: Ática, 1975.

CAGNIN, Antonio Luiz. **Carões, caras e caretas: salão de humor e de outros humores**. mimeo, s/d.

CIRNE, Moacy. **Uma introdução política aos quadrinhos**. Rio de Janeiro: Angra/Achiamé, 1982.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 8.ed., São Paulo: Ática, 1994.

GRAMSCI, Antonio. **Concepção dialética da história**. 5.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1984.

LIMA, Herman. **História da caricatura no Brasil**. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio, 1963.

MARINGONI, Gilberto. Humor da charge política no jornal. **Revista Comunicação e Educação**. nº 7. São Paulo: Moderna, 1996.

- MIANI, Rozinaldo Antonio. **A utilização da charge na imprensa sindical na década de 80 e sua influência política e ideológica.** São Paulo: ECA/USP, 2000. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.
- MIANI, Rozinaldo Antonio. **As transformações no mundo do trabalho na década de 1990: o olhar atento da charge na imprensa do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC paulista.** Assis: Unesp, 2005. Tese (Doutorado em História). Faculdade de Ciências e Letras de Assis, Universidade Estadual Paulista, Assis, 2005.
- MARX, Karl. ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã.** 4.ed., Lisboa: Presença. 1980.
- SOUZA, Luciana Coutinho P. de. **Charge política: o poder e a fenda.** São Paulo: PUC/SP, 1986. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica). Pontifícia Universidade de São Paulo, São Paulo, 1986. 🗨️