

Charge: uma prática discursiva e ideológica

Rozinaldo Antonio Miani

Universidade Estadual de Londrina – UEL/PR

Resumo:

Neste trabalho apresentamos uma análise da charge, entendida como uma modalidade da linguagem iconográfica, de natureza dissertativa, e que se caracteriza como uma prática discursiva e ideológica. Procuramos identificar os principais aspectos que compõem o universo de definição da charge, reconhecendo a sua historicidade e determinando a sua condição de signo ideológico, portadora de um discursividade de natureza persuasiva, portanto, reveladora de idéias e expressão ideológica de uma determinada posição que se encontra no exercício do poder e como discurso de convencimento.

Palavras-chaves:

charge, ideologia, discurso persuasivo

CHARGE: UMA PRÁTICA DISCURSIVA E IDEOLÓGICA

Este trabalho é resultante de uma análise desenvolvida durante a produção de mestrado, que nos apresentou algumas considerações gerais a respeito da charge, e que ora será submetido à apreciação de outros pesquisadores do assunto.

Acreditamos que esta é apenas uma primeira reflexão sobre a referida temática e que, portanto, servirá como ponto de partida para novas abordagens.

A historicidade da charge

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

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. (BELUZZO, 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 escarnecedora e a sátira contundente.

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 por causa dessa “flutuação” histórica imposta ao termo caricatura no Brasil, associada ao fato de surgirem outros termos que reivindicavam a identificação deste tipo de expressão artística, vemos ocorrer uma generalização do significado de caricatura como “retrato” sugerido pela semelhança entre a palavra “caricatura” e “cara”. No entanto, há que se advertir que

só nos países de fala portuguesa é possível supor que a palavra ‘caricatura’ seja derivada de ‘cara’, e, em consequência, 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.

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.

Considerações sobre a charge

Definida a charge como sendo aquele “*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), faz-se mister acrescentar outros elementos para o seu devido reconhecimento.

Destacamos, na charge, a presença do humor, elemento comum que perpassa por todas as formas de linguagem iconográfica. 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 idéia. Ao contrário da charge, os quadrinhos vão realizar a sua narrativa através da seqüência 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 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)

No entanto, acrescentamos a essa elaboração uma 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, 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 mais nada, dissertativa. 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 arrazoados, princípios, programas ou ideologia. (CAGNIN, s/d)

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

Quanto aos elementos 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 onomatopéia e o texto verbal, não aparecendo, necessariamente, todos estes elementos em todas as charges. Enfim,

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 (tomada equivocadamente como “retrato”) como um de seus elementos materializados.

Ainda sobre a charge, podemos dizer que ela

dirige-se à ação do indivíduo dentro do social e, como consequência, necessita de vários elementos gráficos para se materializar, tais como: cenário, 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 lingüístico se torna importante para explicitar a sua intencionalidade ou completar o sentido humorístico e político.

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.

Enfim, *"a charge, como toda configuração visual, expressa e transmite idéias, sentimentos e informação a respeito de si própria, de seu tempo ou a respeito de outros lugares e outros tempos"*. (SOUZA, 1986, p.46)

A charge e a ideologia

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 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.

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 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 idéias fundamentais do pensamento de Bakhtin, que é a “dialogia”. 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 e das características da 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, Marx e Engels vão mostrar como se desenvolveu o processo de divisão social do trabalho e como a consciência estará indissoluvelmente ligada às condições materiais de existência; as idéias, por sua vez, vão nascer dessa atividade material, mas isso não significa que os homens vão representar nessas idéias 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. 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 desvendava 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.

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, 1984, p.56)

Reconhecendo, então, que a ideologia é a expressão das idéias dominantes de uma determinada época histórica, faz-se necessário analisar como um determinado discurso, através dos vários materiais semióticos (e, portanto, ideológicos) vão permear uma ação social que se apresente como um discurso ideológico.

Retomando Bakhtin, a linguagem, para este autor, é um campo de batalha social, o local onde os embates políticos são travados tanto pública quanto intimamente; por isso, 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).

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 (tomemos, por exemplo, uma diretoria de sindicato em relação aos demais trabalhadores da categoria representados por esta entidade) 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 idéias e expressão ideológica de uma determinada posição política que está no exercício do poder.

Feitas estas considerações, caberia-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 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 novamente o caso de um sindicato; como uma instituição de caráter político/ideológico, representativo de interesses de classe, historicamente

contextualizado, um sindicato vai utilizar de determinados instrumentos para sua ação política; e neste sentido, 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 charges utilizadas no âmbito do movimento sindical, mas é possível generalizar que essa ação persuasiva é incontestável.

Retomando algumas de nossas conclusões, 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 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 individuíamos 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.

BIBLIOGRAFIA

- AGOSTINHO, Aucione Torres. A charge. São Paulo, ECA/USP, 1993
- BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação e linguagem: discursos e ciência. São Paulo, Moderna, 1998
- BAKHTIN, Mikhail. Marxismo e filosofia da linguagem. 8ª ed., São Paulo, Hucitec, 1997
- BELUZZO, Ana Maria de M. Voltolino e as raízes do modernismo. São Paulo, Marco Zero, 1992
- 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. 8ª ed., São Paulo, Ática, 1994
- LIMA, Herman. História da caricatura no Brasil. Rio de Janeiro, Livraria José Olympio, 1963
- MARINGONI, Gilberto. Humor da charge política no jornal. in Revista de Comunicação e Educação nº 7. São Paulo, Moderna, 1996
- MARX, Karl. ENGELS, Friedrich. A ideologia alemã. 4ª ed., Lisboa, Presença. 1980
- SOUZA, Luciana Coutinho P. de. Charge política: o poder e a fenda. São Paulo, PUC, 1986