



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A charge na imprensa sindical: uma iconografia do mundo do trabalho¹

Rozinaldo Antonio Miani

Professor do Depto. de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina – UEL/PR

Mestre em Ciências da Comunicação - ECA-USP

Doutorando em História – UNESP/Assis

Resumo

Este trabalho retoma alguns conceitos e análises desenvolvidos por ocasião de dissertação de mestrado e aponta para a necessidade de um aprofundamento sobre a charge, enquanto produto e estratégia comunicativos, utilizada no universo do movimento sindical, através da imprensa sindical, revelando as condições de trabalho vivenciadas pelas classes trabalhadoras e as concepções e valores ideológicos difundidos e praticados pelas direções sindicais. Este estudo também aponta para o reconhecimento de uma mudança estrutural em gestação no mundo do trabalho e a necessidade de redefinir o papel histórico da imprensa sindical e suas estratégias comunicativas como constitutivas de um poder político-sindical.

Palavras-chaves:

Charge, mundo do trabalho, comunicação sindical

¹ Trabalho apresentado no NP16 – Núcleo de Pesquisa História em Quadrinhos, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Introdução

As últimas décadas do século XX foram muito fecundas de pesquisas e estudos sobre os movimentos sociais e sua importância no processo de redemocratização do país, após um longo período sob o jugo de uma implacável ditadura militar. Processos de cassação e repressão a parlamentares de partidos de esquerda, intervenção em sindicatos, perseguição aos líderes de movimentos populares e sociais combativos, sem contar o massacre contra o movimento estudantil, caracterizaram uma época de grande terror contra as organizações partidárias e sociais representantes das classes subalternas no Brasil.

Ao resgatar esta história, porém, pouco se analisou a importância e contribuição de uma imprensa proletária no processo de denúncia e de resistência contra a repressão e violência promovidas pelos governos militares e de construção e afirmação de uma nova sociabilidade política, de natureza democrática.

No caso particular dos sindicatos, a imprensa sindical carece de um reconhecimento e levantamento mais específico sobre a sua participação nos processos de intervenção social de combate às mazelas da ditadura militar. É certo que por se tratar de uma entidade de natureza corporativa e subordinada a uma legislação específica, sob a tutela das instituições governamentais, não havia muitos espaços possíveis de atuação política, mas isso não significou uma completa inércia. Reconhecer os espaços de resistência, bem como identificar as formas “criativas” encontradas pelo movimento sindical para burlar a repressão e a perseguição políticas levadas a cabo pelos governos militares é um desafio a ser enfrentado pelos pesquisadores no assunto.

Neste pequeno trabalho, não teremos o objetivo de encarar esta empreitada e superar tal desafio, mas, tão somente, precisar alguns conceitos relativos à imprensa sindical no sentido de estabelecer sua devida localização no contexto recente do movimento sindical brasileiro e sua significação nos processos de constituição do poder político-sindical, em especial através da utilização da charge como prática discursiva, verificando seu potencial de desvelar as mudanças no mundo do trabalho para, posteriormente, numa outra oportunidade, determo-nos nesta árdua tarefa de pesquisa histórica.



Imprensa sindical: uma visão sobre o mundo do trabalho

Antes de introduzir a questão da imprensa sindical propriamente dita, gostaríamos de citar Maria Nazareth Ferreira em uma de suas afirmações sobre a devida conceituação de imprensa das classes subalternas:

“Existe uma razoável quantidade de publicações que, apesar de não serem produzidas por operários, visam a esse público, abordam uma temática operária e expressam, de uma maneira ou de outra, as reivindicações do operariado. Além disso, apesar de se reconhecerem como representantes dos trabalhadores, sabe-se que tais publicações são produzidas por indivíduos socialmente não pertencentes àquela classe social. Essa problemática remete a outra questão: a imprensa partidarista. Quando se trata de imprensa proletária e de partidos operários, fica difícil desvincular um termo do outro, principalmente se se levar em conta o fato de que a primeira é resultado dos segundos e que ambos têm objetivos idênticos. Entretanto, existe um outro elemento complicador, o sindicato, que não pode ser analisado senão formando, com outros dois elementos, um tripé de suporte da luta de classe trabalhadora: o jornal, o partido, o sindicato”. (Ferreira, 1995, p.19)

Concordamos com esta visão, pois a autora nos propõe que a imprensa é um instrumento e o produto das organizações e não o inverso. Não é o jornal que vai proporcionar o surgimento das organizações operárias, de trabalhadores, mas a partir destas é que se produz uma imprensa como porta-voz dos interesses das classes subalternas.

Na seqüência de sua reflexão, afirma a autora, com quem continuamos concordando, que:

“não se pode reduzir a imprensa das classes subalternas à imprensa sindical. O alcance da primeira é muito maior. O que resulta de significativo na existência da imprensa proletária é o fato de que ela estará sempre ligada a alguma forma de organização da classe trabalhadora - seja partido, sindicato ou qualquer outra espécie de agremiação -, circulando de maneira diferente da imprensa burguesa, ou grande imprensa. O veículo de comunicação da classe trabalhadora - quer seja representante de sindicato ou de partido - não tem proprietário, e sua mensagem não é uma mercadoria a ser consumida; seu conteúdo é resultado do conjunto de informações, preocupações, propostas etc, produzido pela coletividade e para ela mesma. O jornal é um instrumento de informação, conscientização e mobilização; o receptor não é um elemento passivo, mas alguém que tem interesses comuns e participa da mesma forma de organização”. (Ferreira., 1995, p.19)



Nesta citação, encontramos o termo “imprensa proletária”. A sua utilização vem revelar que o termo “operária”, freqüentemente empregado para conceituar a imprensa das classes subalternas, tornara-se insuficiente. Vejamos o que Ferreira nos diz a respeito:

“O conceito de operário nasceu na Europa, no século passado, derivado do termo ‘proletariado’, significando, grosso modo, um tipo de trabalhador pouco qualificado, um trabalhador manual, que tanto poderia exercer uma atividade urbana como rural. Durante aquele século, esta denominação passa a ser universalizada na realidade européia. Ao ser transplantada para a América Latina - e para o Brasil, especificamente - passa, justamente com o emigrante europeu, a ser popularizada como significando o trabalhador pura e simplesmente. Ora, durante os primeiros anos da formação da classe trabalhadora brasileira, esta generalização não encontrava qualquer problema, até porque, uma parte significativa do proletariado brasileiro não se incorporou, de direito, à economia incipiente do país, permanecendo à margem das vantagens sociais. (...) No entanto, com o desenvolvimento da sociedade e do proletariado esta expressão torna-se insuficiente para designar a moderna imprensa das classes subalternas. Nesse sentido, o primeiro passo para resolver o mais agudo problema, mas não todos, é renunciar à expressão ‘imprensa operária’ substituindo-a por ‘imprensa proletária’.” (Ferreira, 1995, p.28)

Do conceito de imprensa proletária, termo aceito como mais apropriado, verificamos um desdobramento em dois tipos básicos: imprensa partidarista (desenvolvida no âmbito dos partidos políticos das classes trabalhadoras) e imprensa sindical (produzida pelos sindicatos dos trabalhadores e o que vai nos interessar em particular). Outras modalidades de imprensa proletária também podem ser reconhecidas, desde que a entidade que a produz represente, majoritariamente, os interesses das classes subalternas.

Feitas estas observações, procuramos fixar com precisão o conceito de imprensa sindical com o qual trabalhamos.

Antes de mais nada, queremos registrar que entendemos a imprensa sindical como uma entre as várias formas de comunicação no universo sindical. Acreditamos que, hoje, devemos falar em uma comunicação sindical e que, inserido nela, podemos tratar de imprensa sindical. Esta afirmação se inspira basicamente no reconhecimento de que a realidade do processo de produção de informações, principalmente de meados da década de 80 para cá, vislumbrou um desenvolvimento jamais visto e que essas mudanças invadiram sobremaneira os sindicatos. No passado até poderíamos utilizar os dois termos (imprensa sindical e comunicação sindical) como sinônimos, já que não havia muito acúmulo de experiências (por causa da repressão



militar e dos processos de intervenção nos sindicatos, além de um menor desenvolvimento tecnológico) em outras formas de comunicação, mas atualmente é preciso não absolutizar essa associação, pois a realidade hoje é muito mais complexa.

“Até uns dez anos atrás, para nós no Brasil, falar em comunicação sindical era quase sinônimo de falar da imprensa sindical. Era difícil, durante os vinte anos de ditadura que amordaçaram o país, desde 64, sonhar com os trabalhadores lidando com rádios alternativas, programas de televisão, ou rasgando as madrugadas com suas kombis munidas de uma poderosa aparelhagem de som. Os sindicatos, quando muito, tinham seus departamentos de imprensa que escreviam boletins e jornais e começavam a fazer seus cartazes. A partir do período final da ditadura militar, em 1984, até hoje, alguns sindicatos passaram a criar seus departamentos de comunicação. A mudança de departamento de imprensa para departamento de comunicação não foi só de palavras. Gradativamente foi-se ampliando o campo de atividade sindical e, com ele, o alcance e a variedade da sua comunicação. A comunicação sindical é hoje um mundo com todo tipo de instrumento: da simples garganta do militante sindical explicando, como se fazia há cinco mil anos, o porquê de uma determinada ação, até uma conferência televisiva via satélite, realizada entre as lideranças máximas durante uma greve nacional de telefônicos, petroleiros ou bancários”. (Santiago, Giannotti, 1997, p.18)

A imprensa sindical é relativamente recente, mesmo considerando que os sindicatos ganharam proporções significativas com a implantação do sindicalismo oficial pelo governo de Getúlio Vargas, na década de 30. Ela surge a partir de meados da década de 70 e vai se fortalecendo à medida que o processo de redemocratização do país vai avançando. De 1978 a 1980, com as greves ocorridas no ABC paulista, ela ganha um grande impulso e alguns anos mais tarde já vai se encontrar bastante desenvolvida.

Para uma definição mais precisa de imprensa sindical, partimos da afirmação apresentada por Roseli Fígaro, para quem a imprensa sindical

“destaca-se como instrumento de comunicação com características próprias, produzida a partir de uma perspectiva diferenciada e de outro lugar social. Pressupõe a existência de ação organizada de um setor da sociedade em oposição a outro. Nela os trabalhadores assalariados aparecem como agentes determinantes do processo de comunicação”. (Fígaro, 1993, p.2)

Com isso, a autora caminha para uma definição da imprensa sindical como uma “modalidade de comunicação popular”. Porém, é Dennis de Oliveira que vai identificar o “lugar social” como a singularidade dessa imprensa, afirmando que:



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

“o mundo do trabalho é o norteador do discurso da imprensa sindical - o leitor/receptor é tido como sujeito a medida que potencialmente trabalha e produz. (...) Concluindo, a conceituação de imprensa sindical deve estar situada no entrecruzamento de seu lugar social (o mundo do trabalho) transfigurado numa contraposição do discurso hegemônico (o receptor enquanto trabalhador e não como consumidor). A categoria trabalho assume, assim, o papel de orquestradora deste discurso, razão pela qual, propõe-se aqui uma nova proposta de definição conceitual da imprensa sindical: comunicação popular no mundo do trabalho”. (Oliveira, 1997, p.18)

Há necessidade de destacar, ainda, que a imprensa sindical apresenta importantes diferenciações em relação às experiências anteriores da imprensa das classes subalternas. Ela não é elaborada por trabalhadores ou militantes proletários ligados organicamente às organizações; é produzida por profissionais especializados, principalmente jornalistas, contratados pelas entidades para fazer a notícia e “encaminhar” o jornal. Diante disso nasce uma preocupação dos próprios militantes operários em produzir textos e livros mostrando como esses profissionais devem atuar, que linguagem utilizar (veja-se o exemplo de Vito Giannotti, militante da oposição metalúrgica de São Paulo que escreveu sobre o que é “jornalismo operário”). Quanto ao conteúdo, este sofre uma gradativa alteração e vai se confirmando uma supremacia das lutas econômicas sobre as lutas políticas, como reflexo da própria orientação interna (leia-se burocratização) das direções sindicais.

Para concluir este pequeno retrato da imprensa sindical, não poderíamos deixar de analisar um importante artigo escrito por Valdeci Verdelho. Ele é duplamente significativo porque, além de ser um texto que apresenta aspectos importantes para a conceituação e caracterização da comunicação e da imprensa sindical, fazendo referência a uma “nova imprensa sindical”, ele foi escrito por um jornalista profissional que desempenhou funções em um dos sindicatos de grande importância para a consolidação de uma imprensa sindical combativa, qual seja, o Sindicato dos Químicos de São Paulo.

Quanto ao termo “nova”, o autor explica que é devido ao novo enfoque e às novas perspectivas adquiridas pela imprensa sindical a partir de 1978, deixando de ser uma atividade meramente de militância política voltada para uma doutrinação ideológica, que supunha ser a principal característica dos jornais de sindicato (e de todo o movimento operário) do começo do século, e também diferente das experiências de imprensa verificadas desde a implantação do sindicalismo oficial até os anos que antecederam a greve da Scania (12 de maio de 1978),



na região do ABC paulista. Afirma Verdelho que, a partir de então, se observa a tentativa de desenvolver uma “comunicação das classes trabalhadoras”. Neste sentido, não registramos contradições de fundo entre aquilo que desenvolvemos até agora, apenas que o termo “nova” não nos parece ser o mais apropriado.

Verdelho define esta comunicação das classes trabalhadoras como

“uma comunicação que a partir do trabalho sindical, diretamente vinculado às fábricas, aos locais de trabalho (utilizando mensagens, meios, linguagens e formas próprias da classe, portanto, contrapondo-se à que é elaborada e difundida pelos detentores dos meios de produção, através dos meios de comunicação de massa), enseja uma ação transformadora da realidade política, econômica, social e cultural. Resumindo, uma comunicação, sob todos os aspectos, instrumento dos trabalhadores na luta contra a exploração econômica e a opressão política”. (Verdelho, 1986, p.81)

Verdelho também reforça a tese de que a imprensa sindical é apenas uma das possibilidades de desenvolvimento de uma comunicação sindical. Ele afirma que a “nova imprensa sindical” não abrange apenas o jornal tradicional, mas

“todas as formas de comunicação utilizadas pelo movimento sindical, principalmente nos locais de trabalho, para denunciar tudo que contraria os direitos e interesses da classe, informar a programação de atividades, convocar reuniões, assembléias e outras manifestações, conclamar à mobilização, incentivar a organização, ou divulgar as reivindicações, sempre promovendo a consciência de classe”. (Verdelho, 1986, p.85)

Para Verdelho, como características essenciais para definir essa “nova imprensa sindical”, destacam-se: a) a prática dialógica inerente à comunicação, que se propõe participativa e transformadora; b) a multiplicidade de meios utilizados para a comunicação, principalmente pela atuação dos “técnicos”, que vão aprofundando seus conhecimentos sobre a realidade dos interlocutores (categoria para qual trabalham) e desenvolvendo ou resgatando outros meios impressos, como cartazes, gibis, cartilhas, e até estampas para camisetas; c) o desenvolvimento de uma imprensa diária e, com ela, um novo estilo e uma linguagem própria para se comunicar, a “linguagem do trabalhador”; d) o surgimento do hábito de leitura entre os trabalhadores, afinal “a imprensa sindical diária é efetivamente lida e tem a participação real dos interlocutores”.

Aqui ressaltamos um dos aspectos apresentado pelo autor: a imprensa sindical diária. Vejamos o que diz Verdelho:



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

“Também fruto da prática dialógica, a imprensa sindical diária, produto principal da nova imprensa sindical, introduziu um novo conceito de notícia, onde o chamado lead jornalístico é sempre e necessariamente o que é de interesse, de direito do trabalhador. O aspecto da notícia que muitas vezes, quando muito, seria o pé da matéria na grande imprensa, na imprensa sindical diária vira lead. A este novo conceito, junta-se um estilo também novo, onde a linguagem utilizada é, ou procura ser, a própria linguagem do trabalhador. Daí a imprensa sindical diária recorrer freqüentemente a imagens para transmitir uma idéia e abrir amplo espaço para recursos visuais, como ilustrações, charges, cartuns, fotos e quadros esquemáticos”. (Verdelho, 1986, p.97)

Enfim, a imprensa sindical a que fazemos referência é aquela modalidade da comunicação sindical que se constitui como comunicação popular no mundo do trabalho, servindo como um instrumento de mobilização e de desenvolvimento de uma consciência de classe, promovendo a denúncia das adversidades e fornecendo informações de interesse para os trabalhadores, relativas direta ou indiretamente ao mundo do trabalho, através de processos de linguagens verbais e/ou gráfico-visuais.

Charge: iconografia e ideologia

Neste trabalho interessa-nos em particular situar com maior precisão a importância política da charge como estratégia de comunicação no contexto da imprensa sindical como reveladora das metamorfoses no mundo do trabalho e das políticas sindicais de afirmação ideológica do movimento sindical sob a ótica das classes subalternas.

Para iniciar esta tarefa, há necessidade de localizar a charge no contexto das linguagens iconográficas como uma arte da representação através da imagem.

A imagem, que atravessou séculos assediando os sonhos de tantos seres humanos e que se materializou definitivamente no século XIX sob a forma de fotografia, conheceu um desenvolvimento vertiginoso em nossa época, tanto no plano da quantidade de imagens produzidas como no da importância adquirida junto aos consumidores, muito mais profunda do que um simples fenômeno econômico ou técnico.

A imagem tornou-se, com isso, uma forma privilegiada de cultura de massa pela sua multiplicidade e versatilidade, tanto na sua produção quanto no consumo. A fotografia, a



ilustração, as imagens em movimento (cinema, vídeo, televisão) são formas de comunicação de primeira grandeza em nossa atual sociedade.

Num ensaio clássico do filósofo alemão Walter Benjamim, ele já observava o impacto do surgimento e da presença cada vez maior da imagem no cotidiano, lembrando que *"a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo tempo que seu modo de existência"*, ou seja, a forma de um povo perceber a realidade é condicionada pelos recursos técnicos disponíveis. Assim, as transformações causadas pela imagem em nosso século são mais profundas do que se poderia inicialmente imaginar.

A imagem se desenvolve, sob esse ponto de vista, não mais como um recurso disponível, como uma espécie de complemento, mas, sim, como algo que altera significativamente o nosso estar no mundo, a nossa história. Com o império da imagem em nossa época, as conseqüências socio-culturais de uma linguagem do olhar são maiores. É importante observar que, mesmo que as palavras componham o texto das imagens (fixas ou em movimento) ou as interpretem, a base dessa linguagem é icônica, ou seja, as imagens representam objetos pelas suas formas visuais. Além disso, concordamos que seria ingenuidade

"pensar que os únicos valores criados pela História sejam os que a escrita consignou. É indigno do historiador afastar ou simplesmente olhar como acessórios testemunhos referentes à vida dos homens do passado em nome de uma escolha arbitrária entre seus modos de comunicação" . (Francastel, 1973, p.3)

A imagem não deve ser entendida como simples complemento de uma produção literária, apesar de reconhecer que as sociedades humanas têm por base o uso da linguagem verbal para suas comunicações habituais, e têm no signo lingüístico o material privilegiado da comunicação na vida cotidiana.

Vale ressaltar o valor da imagem como elemento de constituição de uma formação ideológica e como representação de uma realidade. Por formação ideológica entendemos como sendo o conjunto das representações, idéias, posições políticas, enfim, "a visão de mundo" de uma determinada classe social.

"Cada formação ideológica constitui assim um conjunto complexo de atitudes e de representações que não são nem 'individuais' nem 'universais', mas se relacionam mais ou menos diretamente a posições de classe em conflito umas em relação às outras". (apud Brandão, 1995, p.38)



Como as idéias e atitudes só podem ser desenvolvidas ou compreendidas através da linguagem (verbal ou não-verbal), entendemos que a cada formação ideológica corresponde uma ou várias formações discursivas, como condição para a materialização daquela.

“Constituindo o discurso um dos aspectos materiais de ideologia, pode-se afirmar que o discursivo é uma espécie de pertencente ao gênero ideológico. Em outros termos, a formação ideológica tem necessariamente como um de seus componentes uma ou várias formações discursivas interligadas. Isso significa que os discursos são governados por formações ideológicas. (...) São as formações discursivas que, em uma formação ideológica específica e levando em conta uma relação de classe, determinam ‘o que pode e deve ser dito’ a partir de uma posição dada em uma conjuntura dada”. (Brandão, 1995, p.38)

Segundo Jacques Aumont, a imagem é representação na medida em que a inspiração para a sua produção é referenciada numa experiência da realidade e, portanto, não expressa uma verdade absoluta. Ela se apresenta como uma interpretação simbólica da realidade que procura conduzir o seu leitor a uma nova reflexão.

“Se a imagem contém sentido, este tem de ser “lido” por seu destinatário, por seu espectador: é todo o problema da interpretação da imagem. Todos sabem, por experiência direta, que as imagens, visíveis de modo aparentemente imediato e inato, nem por isso são compreendidas com facilidade (...) O problema da interpretação será tanto mais crucial quanto mais o objetivo da imagem for sentido como importante.” (Aumont, 1995, p.250)

Quanto ao sentido da imagem Aumont enfatiza

“o problema do sentido da imagem é pois o da relação entre imagens e palavras, entre imagem e linguagem. (...) Vamos só lembrar que não há imagem ‘pura’, puramente icônica, já que para ser plenamente compreendida uma imagem necessita do domínio da linguagem verbal”. (...) “A imagem só tem dimensão simbólica tão importante porque é capaz de significar”. (Aumont, 1995, p.248)

Essas afirmações nos conduzem diretamente para as linguagens iconográficas, que se compõem da imagem (constituída através do desenho pelas mãos do artista) e da narrativa textual, simultaneamente.

Neste contexto, das linguagens iconográficas, destacamos a distinção necessário entre as suas várias modalidades, quais sejam, histórias em quadrinhos, caricatura, cartuns e, em especial, a charge. Não cabe aqui estabelecer um quadro analítico e comparativo das várias modalidades das linguagens iconográficas, mas tão somente apresentar as características básicas da charge.



Aceitamos a definição de charge que afirma ser 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). Destacamos, na charge, a presença do humor, elemento comum que perpassa por todas as formas de representação 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.

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)

Não poderíamos deixar de observar 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.

É nesta dinâmica que vislumbramos, no geral, a natureza eminentemente ideológica de toda linguagem e, em particular, o processo de materialização da charge como discurso ideológico e componente na construção de um discurso persuasivo. E por discurso persuasivo vamos admitir que é 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)

O sindicato, como uma instituição de caráter político/ideológico, representativo de interesses de classe, historicamente contextualizado, 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.

O mundo do trabalho visto através da charge

Como pudemos observar, a charge utilizada na imprensa sindical não se caracteriza apenas como apêndice de uma produção verbal, mas como linguagem autônoma e representativa de um poder estratégico na prática comunicativa. Paralelo a outros objetivos, a charge é utilizada



como um importante instrumento de revelação das transformações ocorridas no mundo do trabalho.

Desde o início do processo de redemocratização do Brasil, e em especial durante o governo do presidente Fernando Collor de Mello, o nosso país vislumbrou um processo de grandes turbulências políticas, econômicas e sociais, principalmente em função da abertura indiscriminada de nossa economia e da instauração do projeto político neoliberal, que resultou em metamorfoses inéditas no contexto do mundo do trabalho.

Na década de 90 o Brasil esteve marcado por um processo de reestruturação produtiva e de implantação de novos modelos de organização na economia que proporcionaram transformações significativas na relação capital/trabalho. As inovações técnico-organizacionais verificadas neste processo produziram verdadeiras “revoluções” no cotidiano da classe trabalhadora e nos modos de perceber a sua própria realidade. Destacam-se o processo de terceirização em setores da atividade produtiva, proporcionando o surgimento de novos níveis de categorias de trabalhadores; a implantação de uma reestruturação produtiva que tomou conta dos ambientes fabris e propôs o desenvolvimento de uma nova fórmula de acumulação capitalista; os processos de privatização, implicando mudanças significativas no contexto sócio-econômico; e a flexibilização dos direitos trabalhistas como decorrência da necessidade de adequação dos novos interesses do capital.

“Com o novo choque de competitividade imposto pelas transformações neoliberais no início dos anos 90, o novo complexo de reestruturação produtiva no Brasil adquiriu um novo impulso. As grandes empresas passaram a incorporar um conjunto de novas estratégias produtivas que atingiram, com maior integração, intensidade (e amplitude) o mundo do trabalho” (Alves, 2000, p. 179)

Desse quadro resulta a construção de um simulacro de democracia, como operação ideológica, nos locais de trabalho, com o objetivo de submeter os trabalhadores a condições salariais cada vez mais aviltantes e ao aumento da sobrecarga de trabalho. Ganha expressividade a afirmação de que o trabalhador se torna um colaborador, um parceiro fundamental para os capitalistas; pretende-se convencer os trabalhadores que entre o trabalho e o capital não há mais conflito, mas sim complementaridade.

O que se constata é que as modificações ocorridas nas relações entre capital e trabalho têm possibilitado uma lucratividade crescente para o capital e condições cada vez mais precárias para a classe trabalhadora. E esse novo processo de subordinação de classe, através do tal



simulacro de democracia nas relações de trabalho, exige dos trabalhadores e suas organizações de classe uma resposta consistente.

No sentido de apresentar essas respostas, o movimento sindical se utiliza de seus instrumentos políticos, e destacamos o uso da comunicação sindical como uma das mais efetivas maneiras de estabelecer um diálogo entre as lideranças e as bases de uma determinada categoria trabalhista.

Como a complexidade desta realidade não é assimilável sem uma profunda compreensão da dinâmica sócio-política-econômica-cultural, algumas entidades sindicais se utilizam de inúmeros recursos para se fazer entender, por suas bases, nas críticas a tal conjuntura e na defesa de seus valores e ideologias. É neste contexto que a charge ganha maior expressividade, com toda a sua irreverência e criatividade.

Enquanto as produções textuais nos vários jornais, boletins, informativos ou panfletos sindicais se esgotam em retóricas e palavras de ordem para fazer os trabalhadores compreenderem o seu próprio universo vivencial; enquanto desfilam palavras articuladas (chavões) e cerceadas de sua ubiqüidade social, com mensagens carregadas de arrogância travestidas como conclamação de força e poder mobilizador e encaradas como um discurso engajado e radical na defesa dos interesses de classe; enquanto tudo isso é produzido nas mais adequadas condições políticas e profissionais (pelo menos nos principais sindicatos e centrais sindicais do país), a charge aparece despropositadamente como um espaço de humor e reflexão.

E é aí que reside, em nossa opinião, a mais límpida vitrine das posições políticas e ideológicas de uma direção sindical. Mesmo que não sejam amplamente controladas ou gerenciadas pelas lideranças sindicais, é na charge que podemos observar com maior riqueza de detalhes e de expressões a verdadeira imagem das lutas, valores e concepções que um sindicato têm em relação a cada um dos assuntos de interesse da categoria ou da classe social.

A charge é o lugar social da imprensa sindical mais fecundo para observarmos, dentre outras coisas, as metamorfoses no mundo do trabalho. O processo de abstração inerente dos conceitos e a pluralidade de sentido das palavras por sua natureza de produto da interação social pode produzir um distanciamento em relação ao universo vivencial do trabalhador, ao passo que a charge, pela sua ludicidade e por apelar para situações do cotidiano com recheio de humor, são mais facilmente absorvidas.

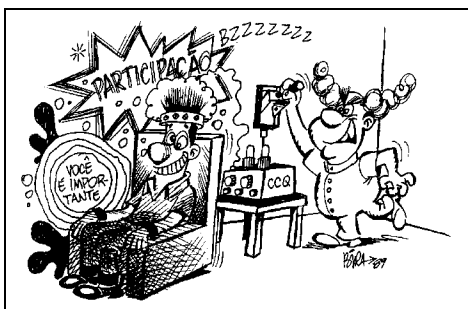


INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Basta observar alguns exemplos de charge para concluirmos que se trata de uma das formas mais apropriadas de comunicação no universo sindical. O que haveria de mais apropriado para um trabalhador perceber a natureza e as nefastas conseqüências do processo de cooptação impetrado por uma empresa para fazê-lo participar de um Círculo de Controle de Qualidade (CCQ), com o objetivo de convencê-lo de que, atualmente, a relação entre patrão e trabalhador supostamente se faz pela parceria e pela conciliação e não mais pelo antagonismo de interesses de classes, do que charges como os exemplos 1 e 2? E como ser mais claro e expressivo do que a charge 3, no intuito de demonstrar o processo e os efeitos da introdução de novas tecnologias (como a robótica) nos locais de trabalho?

Não queremos absolutamente desqualificar a importância da imprensa sindical nos seus elementos verbais (até porque já afirmamos o reconhecimento da importância do signo lingüístico no processo de comunicação humana), mas refutar a necessidade da charge ou de outras modalidades de linguagem iconográfica na formulação de qualquer projeto de comunicação sindical é, em nossa opinião, abdicar de uma ferramenta de valor inestimável para atender às estratégias político-sindicais.

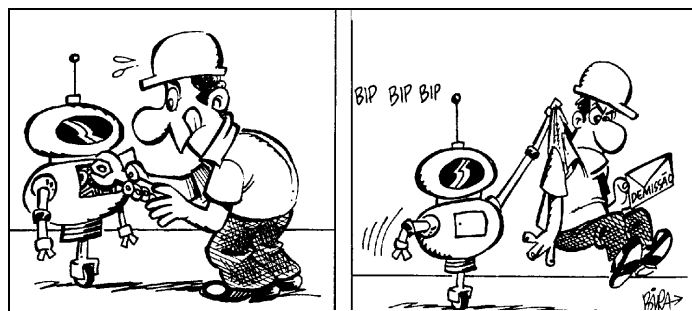
CHARGE 1



CHARGE 2



CHARGE 3





BIBLIOGRAFIA

- AGOSTINHO, Aucione Torres. *A charge*. São Paulo, ECA/USP, 1993 (tese doutorado)
- ALVES, Giovanni. **O novo (e precário) mundo do trabalho: reestruturação produtiva e crise do sindicalismo**. São Paulo, Boitempo Editorial, 2000
- ANTUNES, Ricardo. *Adeus ao trabalho?*. Campinas, Edunicamp/Cortez, 1995
- AUMONT, Jacques. *A Imagem*. 2ª ed., Campinas, Papirus, 1995
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 2ª ed. São Paulo, Hucitec, 1981
- BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas*. 7ª ed., São Paulo, Brasiliense, 1994
- BRANDÃO, Helena H.N. *Introdução à análise do discurso*. 4ªed., Campinas, Editora da Unicamp, 1995
- CAGNIN, Antonio Luiz. *Carões, caras e caretas: salão de humor e de outros humores*. texto inédito, s/d
- CITELLI, Adilson. *Linguagem e Persuasão*. São Paulo, Ática, 8ª ed., 1994
- FERREIRA, M. N. *A imprensa operária no Brasil*. São Paulo, Ática, 1988
- FERREIRA, M. N. (org). *O impasse da comunicação sindical: de processo interativo a transmissora de mensagens*. São Paulo, Cebela, 1995
- FIGARO, Roseli. *Imprensa sindical: formas e usos*. São Paulo, ECA/USP, 1993 (dissertação mestrado)
- FRANCASTEL, Pierre, *A realidade figurativa*. São Paulo. Perspectiva, 1973
- GANEV, Eliane. *Comunicação sindical: cultura e subjetividade*. São Paulo, ECA/USP, 1998
- GIANNOTTI, Vito. *O que é jornalismo operário*. São Paulo, Brasiliense, 1988
- MARINGONI, Gilberto. *Humor da charge política no jornal*. in Revista Comunicação e Educação, nº 7, São Paulo, Ed. Moderna/USP, 1996
- OLIVEIRA, Dennis. *Imprensa sindical, globalização neoliberal e mundo do trabalho*. São Paulo, ECA/USP, 1997 (tese doutorado)
- SANTIAGO, Cláudia, GIANNOTTI, Vito. *Comunicação sindical - falando para milhões*. Petrópolis, Vozes, 1997
- SOUZA, Luciana C. P. *Charge política: o poder e a fenda*. São Paulo, PUC, 1986 (tese mestrado)



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

VERDELHO, Valdeci. *A nova imprensa sindical*. in Comunicação popular e alternativa no Brasil,
São Paulo, Paulinas, 1986

VIEIRA, Toni André S. *Comunicação sindical*. Canos, Ulbra, 1996